



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 18 – MAYO DE 2009

## “LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LA ESCUELA”

AUTORÍA <b>JUDITH GUERRERO CABELLO</b>
TEMÁTICA <b>LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL AULA</b>
ETAPA <b>EDUCACION PRIMARIA Y SECUNDARIA</b>

### Resumen

Este artículo consiste en un estudio sobre la incidencia de los medios de comunicación en nuestra realidad escolar. Los medios de comunicación han cambiado la situación existencial del ser humano.

El hecho informativo ha adquirido en la sociedad actual una importancia tal que lo convierte en uno de los fenómenos más extraordinarios del siglo. Actualmente, nos vemos enfrentados con una imagen del mundo que los medios nos presentan en forma de experiencia secundaria

### Palabras clave

Medios de comunicación, televisión, prensa, periódico, ordenador, Internet,

### 1. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Los medios de comunicación se pueden definir como el “conjunto de instrumentos que mediante diversas técnicas de transmisión, impresas, orales o visuales, difunden información masiva, y generalmente regular, de todos los elementos de conocimientos, juicio, cultura y recreo”.

Los medios de comunicación se van haciendo cada vez más numerosos y más complejos. De todas formas la imagen es la forma superior de comunicación en nuestros días. Los medios basados en la imagen tienden a generalizar su supremacía.

Entre los diversos medios de comunicación destacan cinco de los medios impresos, se reserva el título de medios de comunicación a la prensa, y para ser más exactos, a los periódicos y a las revistas ilustradas; el cine fue la primera técnica importante que hizo penetrar el elemento audiovisual en lo sistemas de difusión colectiva; la radio y aún más la televisión que comprenden la mayoría de las características específicas de la difusión moderna; finalmente hay que referirse a las redes informáticas, especialmente a Internet.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 18 – MAYO DE 2009

A los medios de comunicación podemos atribuirle una serie de características y funciones, que a continuación veremos.

### 1.1. Características de los medios de comunicación.

- a) **Número limitado de emisores.** En los medios de comunicación solo unas pocas personas actúan como emisores, en contraposición a la gran cantidad de destinatarios. De esta manera un rasgo esencial de los medios de comunicación es la unidireccionalidad del mensaje. A lo anterior es necesario sumar el carácter institucional que suelen tener los emisores, lo que convierte a los medios de comunicación en un medio de regulación social y por ello su posesión, planificación y actuación se convierte en una cuestión de poder político, social y económico.
- b) **Utilización de diversidad de códigos.** No limitan su lenguaje al uso de la palabrea, sino que en ellos cobran un lugar especial los códigos icónicos, audio y visuales lo que hace más complejo su análisis semiótico, es decir el análisis de los signos propios del lenguaje que utilizan.
- c) **Desconocimiento de los destinatarios:.** Esta característica obliga a presuponer características generales a todos ellos. El conjunto de esas características define al tipo de medio, que no son más que datos estadísticos en el sentido de que reflejan la tendencia mayoritaria de los receptores de un medio.
- d) **Simultaneidad de destinatarios.** Los medios de comunicación utilizan simultaneidad física y/o temporal como formas del llegar a multitud de receptores, no siendo posible por ello individualizados.

### 2. Funciones de los medios de comunicación.

Tradicionalmente se le han atribuido tres funciones clásicas, las de informar, enseñar y divertir: sin embargo actualmente y siguiendo a autores como Clause, Lucas Martín, es necesario hacer un planteamiento más amplio y analítico.

Se clasifican en dos grandes grupos: de comunicación y funciones psicosociales.

#### Funciones de comunicación

- a) **De formación.** Entre estas nos interesan especialmente las de formación de formación de la opinión pública, influyen enormemente en las actitudes y formas de pensamiento de la sociedad, que constituyen verdaderas corrientes de opinión



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 18 – MAYO DE 2009

- b) **De construcción de pensamiento y percepción.** El niño, al ser un individuo en desarrollo tiene pocos contenidos previos con los que enlazar las nuevas informaciones y es por ello que los medios de comunicación de masas pueden influir en los esquemas infantiles cuando éstos aún se encuentran insuficientemente integrados y se les somete a exposiciones sistemáticas y continuas a determinados mensajes. Los medios ejercen un importante papel en la elaboración de claves que servirán al niño para interpretar situaciones posteriores del mundo social.
- c) **De información.** Los medios dan la información necesaria para la comprensión de la realidad desde una perspectiva de actualidad, tanto referida a los hechos naturales, sociales y culturales. Esta función es valiosa para la educación, al poder utilizar los medios como recursos materiales, de gran ayuda para el profesor en su labor del mediador de los aprendizajes.

Los medios son también de gran fuerza en la formación de **valores**, a través de los juicios que se emiten sobre los datos y acontecimientos. También han creado una estética, han formado el gusto de amplias capas de la sociedad a través sobre todo los medios visuales. Incluso se llegan a vivir como elemento de prestigio social: salir en televisión convierte al individuo en “un personaje”.

Por, último, conviene hacer notar que respecto a este grupo de funciones en los medios de comunicación los contenidos se entremezclan, junto a elementos positivos favorecedores de la buena formación de las personas, coexisten otros negativos, se comunican contenidos de **carácter formativo y “deformativo”**.

Hay que resaltar también que durante la edad escolar son más mensajes provenientes de tales medios que de la educación formal.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 18 – MAYO DE 2009

Funciones psicosociales

- a) **De identidad social** en cuanto que presenta modelos sociales o bien aceptables o bien menos aceptables y , al darle la realidad interpretada, contribuye a la homogeneidad sobre la visión de los distintos hechos y situaciones.
- b) **De presión**. Se inscriben en esta función la propaganda y la publicidad. Según definiciones aceptadas generalmente, la propaganda y la publicidad se diferencia en cuanto a los objetivos, no en cuanto a los medios y procedimientos. La primera trata de de persuadir en el campo de las creencias e ideologías de tipo político, social y religiosos; la publicidad, a parte de informar, trata de persuadir en la adquisición y uso de bienes de consumo.
- c) **De evasión** que es lo mismo que decir diversión, ocio, entretenimiento. Aquí se incluye sobre todo el uso de los medios en el tiempo libre.

La experiencia cultural preescolar y para escolar resulta en la mayoría de los casos muy importante y probablemente lo será más en el futuro.

Según investigaciones recientes los jóvenes que alcanzan la Educación Secundaria han sufrido unas 11.000 horas de enseñanza formal, y unas 25.000 horas de televisión y unos 350.000 anuncios.

Los datos anteriores nos dan una idea de la relevancia que tienen, o pueden tener, los medios de comunicación en la asimilación (aprendizaje) de todo tipo de conceptos, por de una manera especial en lo que se refiere a los valores y actitudes



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 18 – MAYO DE 2009

Funciones de los medios de comunicación e influencia en el individuo.

	Función interpretativa	Función transmisora cultural	Función informativa
SOCIEDAD	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Favorece el cambio social cuando se fomenta la crítica.</li> <li>-Hacer crecer la cohesión social y amplia la base de experiencias comunes.</li> <li>-Analiza los acontecimientos en profundidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Reduce las subculturas.</li> <li>-Estandariza los patrones de valoración, de comportamiento y culturales.</li> <li>-Reduce el individualismo cultural.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Ayuda a la difusión de acontecimientos culturales.</li> <li>-Aproxima la realidad escolar a la sociedad.</li> </ul>
INDIVIDUO	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Ayuda a la socialización de los acontecimientos.</li> <li>-Despersonaliza la opinión.</li> <li>-Facilita el acceso al trasfondo de los que acontece.</li> <li>-Proporciona eficiencia en el enfoque de cuestiones, temas, opiniones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amplia el mundo de referencia socio-cultural del alumno.</li> <li>-Favorece el crecimiento cultural.</li> <li>-Confiere un status social y prestigio.</li> <li>-Individuo.</li> <li>-Sociedad.</li> <li>-Reduce la idiosincrasia.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Proporciona datos para enfocar determinados contenidos educativos.</li> <li>-Facilita la integración del alumno en el contexto social amplio.</li> </ul>



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 18 – MAYO DE 2009

## 2. ANALISIS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN BAJO EL PUNTO DE VISTA EDUCATIVO.

Cada medio posee su propio perfil y puede ser usado para acentuar el efecto de los otros. El mensaje cognitivo del texto impreso en la oportunidad para la reflexión. El texto impreso y la radio comparten los mensajes relativos a la imaginación, posibilidad de articulación y procesamiento en serie. Los mensajes de la televisión son un estilo audiovisual de comunicación similar a la comunicación cara a cara.

### 2.1. LA RADIO.

La radio puede utilizarse para el estudio y crítica de la actualidad ya que ofrece una información inmediata y directa y puede escucharse en clase y comentarse de inmediato. La radio también puede utilizarse en clase para audiciones musicales, entrevistas...

Los grandes objetivos que pueden integrarse a través de la radio son los siguientes:

- Apreciar los valores, costumbres, tradiciones, folklore, etc., que se transmiten a través de la radio.
- La radio es un cauce adecuado para conocer e identificarse con el medio sociocultural en el que se vive.
- Potenciar todo lo relacionado con el lenguaje como medio de comunicación oral y escrita.

Podemos señalar tres niveles de conexión entre el educando y la radio:

#### 1º El educando como destinatario de programas especializados.

En este nivel, la queja de los educadores, es sobre la escasez de programas formativos radiofónicos dirigidos a la audiencia infantil. Solo en épocas puntales (Navidad, Día de la Madre, etc.) se produce una avalancha de mensajes tendentes a crear una aureola de consumo indiscriminado.

#### 2º El educando haciendo radio.

En este nivel, que contempla al educando haciendo radio, podemos encontrar tres formas de hacer radio en la escuela:

-Realizar la propia y peculiar emisora local. Conocer qué tipos de programas pueden emitirse, qué contenidos incluyen y qué expectativas de audiencia tiene la radio escolar, ayudarán al desenvolvimiento de una educación creativa integrando la radio en el diseño curricular, y haciéndola partícipe de una enseñanza interdisciplinar.

-Simular hacer radio, con medios muy limitados, propios de la escuela (biblioteca, audiovisuales).

-Colaborar con emisores profesionales. Para ello debe darse una estrecha colaboración entre los profesionales de la radio y los educadores, con la finalidad de potenciar la pedagogía de la comunicación.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 18 – MAYO DE 2009

3º El educando como destinatario de programas especializados.

En este nivel de funcionamiento la pedagogía de la comunicación no sólo se debe plantear al educando como oyente, sino que también debe involucrar en este proceso al educador y a la familia, para una efectividad total de la simulación del mensaje.

4º El educando como oyente.

En este nivel de funcionamiento la pedagogía de la comunicación no sólo se debe plantear al educando como oyente, sino que también debe involucrar en este proceso al educador y a la familia, para una efectividad total de la asimilación del mensaje.

En todo este planteamiento, quedan potenciadas las áreas del medio y del lenguaje y en todas las demás se pueden potenciar las actitudes creativas y de comunicación de todos los integrantes de la escuela y del entorno escolar.

## 2.1. LA TELEVISIÓN

Puede considerarse la televisión como la más caracterizador y determinante de los medios de comunicación de masas:

-Tiene un alcance universal, llegando a un público mucho mayor que cualquier otro medio. La incorporación de satélites de comunicaciones, antenas parabólicas, ha hecho que la televisión sea el medio de comunicación masivo de nuestra época.

-La televisión llega a todos los sectores sociales y genera un público consumidor de espacios televisivos escasamente discriminados.

-Forma parte del entorno familiar, educativo, de ocio, de las generaciones humanas desde últimas décadas.

Con referencia a los efectos que la televisión puede tener en la generación de modelos de vida y pautas de conductas, Egly destaca los aspectos positivos y negativos de la misma sobre la audiencia escolar:

### a) Aspectos negativos:

-Fomenta pasividad en los alumnos.

-Especial sensibilidad debemos mostrar los educadores cuando se trata de observar y analizar el tratamiento que a temas cruciales dan los medios de comunicación social. La exaltación sin freno de la violencia, sublimación de hábitos consumistas, dispersión de conceptos, uniformización cultural, el mal uso del lenguaje, la creación de falsos estereotipos, la difusión, prácticamente incontrolada, de los mensajes publicitarios, etc.

### b) Aspectos positivos:

-Es una ventana abierta al mundo.

-Es un medio democratizador de la enseñanza.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 18 – MAYO DE 2009

-Puede convertirse en una fuente excelente de conocimientos, pues tiene acceso a los mejores especialistas en cada campo.

Por último, reconocer que es tan importante la influencia de la televisión en los niños que se hace evidente un esfuerzo por parte de los educadores para establecer las condiciones que ayuden a una correcta lectura del lenguaje televisivo. Se pueden seguir con atención series de interés pedagógico, científico, divulgativo, o se pueden organizar debates en torno a programas vistos por la escuela, pero, siempre que sea posible inducir al niño a que sepa cuándo y por qué ha de situarse frente a la pantalla, y cuando y por qué prescindir de ella.

## 2.2. LA PRENSA

Normalmente se considera a la prensa como el medio que más influye en la creación de opiniones y actitudes. La prensa tiene un carácter más permanente, se puede leer al ritmo de cada cual y volver a releer; permite además un tratamiento complejo de los problemas, sin el acoso de tiempo que sufren otros medios.

### a) El uso de la prensa en el ámbito escolar pretende conseguir los siguientes objetivos:

- Obtener más informaciones actuales dentro de la escuela.
- Aprender a manejar los periódicos y a obtener de ellos información y opinión.
- Poner de manifiesto los periódicos y a obtener de ellos información y opinión.
- Eliminar la pasividad frente a la información.

b) El uso del periódico como medio de comunicación social, y también como fuente de recursos, puede integrarse en una propuesta curricular activa, que es un reto tanto para la escuela como para la prensa.

Cuatro son los campos de utilización de la prensa en la escuela:

-La utilización del periódico para la conceptualización de las informaciones, a partir de una multitud de informaciones, atomizadas y parcializadas, aprender a construir conceptos a través de aproximaciones lógicas, hacer un tratamiento de la información creando bases de datos, creando campos informativos, índices clasificatorios, etc.

-La utilización del periódico como auxiliar pedagógico. Es ya una forma clásica que puede afectar a casi todas las Areas.

- La utilización del periódico en actividades extraescolares.
- La utilización del periódico para aprender a recibir información.

Durante la etapa de Primaria el uso del periódico va a ser uno de los recursos más importantes.

Se escogerán noticias simples y comprensibles para los niños, y, sobre todo, próximas a su entorno inmediato



**INNOVACIÓN  
Y  
EXPERIENCIAS  
EDUCATIVAS**

ISSN 1988-6047    DEP. LEGAL: GR 2922/2007    Nº 18 – MAYO DE 2009

A modo de ejemplo, aquí tenemos un periódico escolar con algunas actividades realizadas por los alumnos de diferentes cursos:

<p><b>REUNIÓN DE DELEGADOS</b></p>  <p><b>Alberto Alemán 3ºA</b></p> <p>El Día de la Constitución se eligieron los delegados de clase. Los delegados y subdelegados además de hacer las funciones que se hacen en otros colegios, una vez al mes nos reunimos todos los delegados con el Director y la Jefa de Estudios para hablar de lo que nos gustaría cambiar del colegio, lo que nos gusta de él y las sugerencias de actividades para realizar.</p> 	 <p><b>DÍA DE LA PAZ</b></p>  <p><b>Andrei 5º</b></p> <p>El día 30 de Enero fuimos a la Plaza Mayor. Un grupo de niños y niñas están bailando. Después dos o tres niños de cada clase subieron al escenario con mensajes y todos cantamos una canción de paz. Nos lo pasamos muy bien.</p>
<p><b>DÍA DE LA PAZ</b></p>  <p><b>Irina 3ºA</b></p> <p>El día 30 de Enero celebramos el Día de la Paz. En clase escribimos mensajes en las palomas y las coloreamos de color celeste. Todos los niños del colegio fuimos a la Plaza Mayor junto con otros colegios del pueblo para celebrar el Día de la Paz. Allí hicieron actuaciones de baile, leímos el Manifiesto 2000 y cantamos <i>Color Esperanza</i>. Por último pegamos nuestras palomas en las columnas de la plaza.</p>	

Para finalizar, esquematizamos los usos del periódico en la escuela (2):



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 18 – MAYO DE 2009

UTILIZACION DEL PERIODICO ESCOLAR	
DE FORMA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ocasional</li> <li>• Sistemática</li> </ul>
COMO RECURSO CURRICULAR UN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integrador de las diferentes áreas.</li> <li>• Con valor propio: taller de prensa.</li> <li>• En Proyectos interdisciplinares</li> <li>• Como enfoque globalizador.</li> </ul>
PARA ACTIVIDADES	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tutoriales: conocimiento de la realidad.</li> <li>• Diálogos y debates: formación de opinión.</li> <li>• Desarrollo de destrezas: velocidad lectora, búsqueda y selección de información, diferencia hecho-opinión.</li> </ul>
PARA METODOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Método de preguntas: diferenciar explícito-encubierto-</li> <li>• Resolución de problemas: gestión de información: seleccionar, ordenar, actualizar; análisis crítico de contenidos; encuentro de errores y contradicciones.</li> </ul>

*Utilización del periódico escolar, Joan Mestres (1998).*



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 18 – MAYO DE 2009

### 2.3. LOS MEDIOS INFORMATICOS.

También merecen la atención las técnicas de tratamiento digital de la información, entre las cuales destaca el ordenador. Ordenador ha de ser considerado como un instrumento, encaminado a solucionar problemas reales y concretos. No se debe entender el aprendizaje de la informática como un fin en sí mismo; tampoco deben crearse de forma artificial problemas que no respondan a una necesidad específica del aula.

Por todo ello, el profesor deberá estar en cada momento en disposición de detectar el grado de madurez y las necesidades concretas de los alumnos, y de estudiar su posible adaptación a los medios informáticos a su alcance para ser utilizados en el aula.

Cabe considerar que el ordenador introduce un elemento diferenciador: la posibilidad de interacción aunque esas posibilidades todavía son limitadas y puntuales.

El ordenador puede ser una herramienta muy útil en actividades relacionadas con la producción estructurada de textos y su manipulación. También se puede utilizar, especialmente Internet, como medio de acceso a distintas fuentes de información, diccionarios, enciclopedias, etc., con una flexibilidad de uso y capacidad muy superiores a las habituales.

Hay que hacer mención a las muchas posibilidades que presenta todos los programas de multimedia, pudiéndose encontrar ya bastantes para ser utilizados en las distintas Áreas y como programas de aprendizaje individual.

También conviene tener en cuenta que con la instalación de los ordenadores del Centro en red y los medios de reproducción con el ordenador, “el cañón” se potencia a niveles enormes los recursos didácticos, la motivación, la amplitud y la calidad del aprendizaje.

Por último, sus características de dinamismo y programación lo hacen un medio idóneo para la simulación y puede ser aplicado para la resolución de problemas.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 18 – MAYO DE 2009

### 3. ACTITUD DE LA ESCUELA ANTE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Según Sarramona, la escuela se encuentra ante el dilema de una función clásica, tradicional, posiblemente irrenunciable y la necesidad de dar respuesta a las necesidades infantiles y sociales del momento, entre las que se encuentran los valores, modelos, contenidos y procedimientos transmitidos y puestos en práctica por los medios de comunicación.

Vamos a presentar distintos aspectos en los que se contiene la actitud que debe tener la escuela ante los medios de comunicación, además de las ideas que ya hemos ido presentando a lo largo de toda la obra.

#### 3.1. La incorporación de los medios en la escuela.

Un concepto de escuela como integradora de fenómenos culturales nos conduce a la necesidad del uso de los medios de comunicación en cuanto que no sólo son portadores de cultura, sino que conforman y generan cultura.

La información no solo llega a través de los libros de textos, manuales, libros de lectura o experiencias propias; también, y hoy día en un tanto por ciento muy elevado, nos la facilitan los medios de comunicación. Por ello, la escuela no puede ignorar estas fuentes privilegiadas de información, por el contrario, el uso de ellas debe ocupar un lugar importante en el proceso de enseñanza-aprendizaje. La inserción de los medios en el aula produce una serie de cambios en lo pedagógico, entre los que podríamos destacar:

La función informativa del profesor se ve modificada porque en buena parte pueden los medios realizar esta tarea.

El alumno se inserta de forma motivada en proceso de aprendizaje que es participativo, creativo y que debe conducirlo a la auto expresión.

El material didáctico amplía su variedad en la escuela que abre sus puertas a los medios de comunicación.

El currículo debe tener presente las incidencias de todo tipo que los medios de comunicación ejercen sobre los alumnos, tanto en lo referente a los contenidos, como a los objetivos, criterios de evaluación y recursos.

#### 3.2. Desarrollo de la actitud crítica.

Merced al desarrollo de un espíritu crítico se puede reaccionar frente a los efectos “deseducadores” de los medios de comunicación, reflexionando sobre las funciones, valores y argumentos que se les “imponen” al receptor, creando así una distancia entre él y dichos medios.

La actitud del usuario con relación a los medios de comunicación requiere el análisis crítico y el seguimiento de las noticias, la comparación entre diversos medios, descubrir la intencionalidad de las informaciones, las ideas y las opiniones.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 18 – MAYO DE 2009

Este análisis de los programas deberá realizarse dentro del trabajo global y de manera integrada en el trabajo diario.

La necesidad del uso crítico de los medios de comunicación aparece en todos los Documentos Curriculares de las distintas Etapas educativas; de ellos destacaremos los siguientes planteamientos:

- Actitud crítica ante la promoción de consumo masivo de productos mediante la publicidad.
- Análisis crítico de la información y de los mensajes publicitarios recibidos a través de distintos medios.
- Conocer los medios de comunicación en los que operan la imagen y el sonido y los contextos en que se desarrollan, siendo capaz de apreciar críticamente los elementos de calidad e interés, expresivo y estético.
- Interpretación de funciones informativas, publicitarias y artísticas utilizadas en las imágenes especialmente dirigidas a captar la atención de los niños.

### **3.3. Las actitudes concretas pueden ser muchas. Entre ellas señalamos las siguientes:**

- Educar hombres de criterio hechos para la libertad, y no para los estereotipos sociales que los medios publicitarios proponen. Así, Bartolomé y Sevillano plantean “... capacitar al sujeto para una opción responsable con los medios debe formar parte trascendental de los objetivos de la educación para la libertad pretendida por cualquier sistema educativo moderno.

- Educar en los audiovisuales, mostrando al niño cómo funcionan, cuáles son sus objetivos y cómo pueden ser analizados sus contenidos. Frente a la manipulación de la publicidad el educando puede esgrimir el arma de la reflexión.

La escuela debe preparar a los alumnos para que sepan organizar, interpretar y utilizar los medios de comunicación y sus diferentes códigos. Geuzwein entiende que “... la escuela debe ocuparse de estructurar los conocimientos adquiridos por otros medios por los alumnos y enseñarles a los alumnos a hacerlo”.

En este sentido se puede decir que el profesor, más que competir con los medios, debe servir de elemento aglutinador y posibilitar el análisis de las diversas fuentes.

- Buscar una atención voluntaria, consciente y crítica, y que parta de un previo criterio selectivo frente a una atención espontánea.

No se trata de estar en permanente estado de alerta social, sino de desarrollar en los escolares la suficiente capacidad para seleccionar, discriminar, desechar, analizar, sintetizar, motivar, actuar, etc., superando la condición pasiva de meros receptores de contenidos dispersos.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 18 – MAYO DE 2009

Las experiencias más destacadas en el terreno educativo de actividades relacionadas con la información y los medios de comunicación han sido realizadas por Faure y sobre todo por Freinet.

Finalmente, conviene tener presente que esta tarea no es exclusiva de la escuela, sino también de la familia, ya que juega un papel decisivo.

### **3.4. Ante la publicidad.**

Desde nuestro punto de vista, debe darse un tratamiento específico al estudio de la publicidad.

Ya que los niños, desde muy pequeños, están siendo bombardeados, sobre todo a través de la televisión, por innumerables mensajes publicitarios.

La misión principal de la publicidad es estimular el deseo y la necesidad de consumir, al mismo tiempo que trasmite valores y estereotipos enraizados en la ideología de la sociedad en la que vive el niño.

La influencia de la publicidad es fortísima y puede considerarse como un instrumento peligroso cuando se utiliza con fines consumistas y demagógicos. Por el contrario, la propaganda hecha con responsabilidad y con otro tipo de intencionalidad puede considerarse positiva.

En el caso de los niños, las técnicas publicitarias aprovechan sus limitadas capacidades de análisis y razonamiento y natural credibilidad.

El papel de la escuela en este aspecto debe consistir en contrarrestar las influencias negativas que esas prácticas pueden ocasionar, fomentando el análisis y el intercambio de opiniones e impulsando a los padres a realizar una labor en este sentido, de forma que ayuden a sus hijos a elaborar criterios y a aprender a emitir juicios críticos sobre los contenidos y la calidad de los programas y mensajes que se emiten.

### **3.5. Ejercitación en el uso crítico de los medios de comunicación.**

La ejercitación en el uso crítico de los medios debe abarcar cuatro procesos diferentes: seleccionar, clasificar, condensar, analizar y evaluar de acuerdo con las propias experiencias.

Para ello existen una serie de técnicas relacionadas entre sí:

- I. Recepción del mensaje.
  - A. Descodificar el mensaje.
  - B. Determinar el significado literal del mensaje.
- II. Identificación de los componentes de la comunicación.
  - A. Emisor del mensaje.
  - B. Audiencia.
  - C. Mensaje.
  - D. Plasmación técnica y/o formato del lenguaje.
- III. Determinación de los diversos períodos de tiempo implicados en la comunicación.
  - A. Período de tiempo del emisor del mensaje.
  - B. Período de tiempo del lector.



ISSN 1988-6047    DEP. LEGAL: GR 2922/2007    Nº 18 – MAYO DE 2009

- C. Período de tiempo del mensaje.
- D. Período de tiempo de las fotografías, elementos artísticos u otras partes del mensaje.
- IV. Comprensión de la interacción entre los diversos componentes.
  - A. Descubrir que la experiencia y las necesidades de un lector afectan a su forma de leer el mensaje.
  - B. Descubrir que los antecedentes del emisor afectan el mensaje.
  - C. Descubrir que la finalidad del emisor afecta al mensaje.
  - D. Descubrir que los símbolos sonoros afectan a la forma en que el lector intérprete el mensaje.
  - E. Descubrir que la forma del lenguaje afecta a la manera que el lector interpreta el mensaje.
- V. Comprensión del impacto del factor tiempo sobre los diversos componentes.
  - A. Descubrir cómo el factor tiempo afecta a los componentes humanos del mensaje.
  - B. Descubrir cómo el elemento tiempo afecta a las técnicas y a la forma del lenguaje de un mensaje
- VI. Evaluación del impacto que el emisor de un mensaje ejerce sobre la comunicación.
  - A. Comprender que la mayoría de los mensajes tienen una finalidad específica y van dirigidos a audiencias específicas.
  - B. Comprender que algunos mensajes no van dirigidos a una audiencia.
  - C. Comprender que las diferencias técnicas y/o formas de lenguaje se emplean para llegar a lectores distintos.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 N° 18 – MAYO DE 2009

#### 4. PROPUESTA DE ACTIVIDADES.

A continuación se proponen algunas actividades para la etapa de Educación Primaria

##### ➤ LA RADIO.

1ª Actividad.- La radio, medio de comunicación.

En este primer momento se trata de familiarizar al alumnado con las especificidades comunicativas del medio radiofónico y sus elementos constitutivos. También es importante explicar en qué consistirá nuestro modelo radiofónico: la “radio a la carta”, destacando en qué consiste, cómo es la recepción, con qué técnicas puede hacerse y, por supuesto, cómo se emite.

2ª Actividad.- Escuchamos nuestras voces.

Trabajar con la radio es trabajar, principalmente, con la voz, pero no tenemos costumbre de escucharnos mientras hablamos. Por ese motivo, a algunas personas puede resultarles embarazoso lanzarse por primera vez a la tarea de hacer radio.

- Oír cómo sonamos.
- Perder la vergüenza.
- Darnos cuenta de que sonamos grabados igual que mientras hablamos al natural.
- Racionalizar: si nadie se ríe de nuestra voz cuando hablamos, ¿por qué va a causar risa nuestra voz grabada?
- Percibir ciertos errores en nuestra charla:
  - Vocalización.
  - Rapidez o lentitud del discurso y, por tanto, necesidad de encontrar el *tempo* adecuado.
  - Aparición de silencios, risas o cualquier otro hecho que entorpezca la elocución.

3º Actividad.- Selección de contenidos.

Se hace necesario a estas alturas centrar ya los asuntos sobre los que versarán los diferentes programas. Para ello, podemos decantarnos por sugerir los temas o, mejor, por hacer una lluvia de ideas e ir analizando las posibilidades de cada uno de los temas que surjan.





ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 18 – MAYO DE 2009

4ª Actividad.- Preparación del material necesario.

Los distintos grupos deben dedicarse en un este momento a buscar la información y el material necesario. Para ello se podrá utilizar medios tradicionales, como es el caso de las bibliotecas y/o hemerotecas convencionales, pero también, por supuesto, la Red, de modo que se consiga un objetivo primordial del proyecto, que no es otro que familiar al alumnado con el uso educativo de Internet: archivos virtuales de diferentes medios de comunicación, bibliotecas virtuales, wikipedia, sitios webs personales o institucionales.

5ª Actividad.- Guionización.

Es el momento de sentarse a trabajar delante del papel y configurar el que será guión del programa de radio.

6ª Actividad.- Grabación.

Y llegó el momento de la verdad. La grabación de las elocuciones de los alumnos se hará dividiéndola en pequeños fragmentos que posteriormente se montarán para crear el documento definitivo.

#### ➤ ELABORACION DE UN PERIÓDICO ESCOLAR.

##### **Actividad 1.** Manipular variedad de periódicos y revistas

Los profesores presentan variedad de periódicos y revistas atrasados. Por lo menos uno por cada alumno.

Diferenciar periódicos y revistas.

Los alumnos deben dedicar un buen rato a manipularlos, revisarlos y comentarlos.

Los profesores prestarán atención a los comentarios y orientarán hacia elementos más difíciles de apreciar.

##### **Actividad 2.** Comentar los elementos más importantes

El profesor pregunta sobre diferencias entre periódico y revista.

Se hacen comentarios sobre ellos: ¿para qué sirven?, ¿quién los lee más?, ¿qué les llama más la atención?, etc.

Se identifican elementos diversos:

C/ Recogidas Nº 45 - 6ªA 18005 Granada [csifrevistad@gmail.com](mailto:csifrevistad@gmail.com)



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 18 – MAYO DE 2009

Textos, fotografías, anuncios, noticias, etc.

Se escribe el resumen en la pizarra.

**Actividad 3.** Reflexionar sobre la importancia del periódico

Individualmente cada alumno reflexiona sobre preguntas que se les ha hecho.

Se trabaja en grupos expresando individualmente la opinión. El grupo elabora una síntesis para la puesta en común.

Puesta en común.

Los profesores orientan sobre el sentido unitario del periódico, haciendo ver que cada uno tiene un estilo diferente, una forma de expresión y un modo de presentación.

**Actividad 4.** Síntesis y evaluación

Para el [cuaderno del reportero](#)

Cada alumno deja constancia escrita de sus propias conclusiones, con el fin de utilizarlas cuando en el aula se realice un periódico.

La síntesis del grupo queda archivada a la vista, en un tablero de corcho o similar.

➤ UTILIZACION MEDIOS INFORMATICOS.

[Actividades Jclic para tod@s](#)

[Juegos educativos.](#)

[Manejo del ratón \(Infantil\)](#)

[Informática educativa \(Todos los niveles\)](#)

[Videos educativos](#)

[Juegos todos los niveles](#)

[Actividades TIC interesantes \(INF, 1º y 2º ciclo\)](#)

[Pintar al mover el ratón](#)

[Pintar on line](#)

[Para jugar a vestir muñecos/as.](#)

[Navegador en inglés para niños/as](#)

[Colorear dibujos desde internet.](#)

BIBLIOGRAFIA

Sarramona, J. (1984) "Tecnología y educación". En SANVICENS, A.: Introducción a la Pedagogía, p. 199-225" Barcelona: Barcanova.



ISSN 1988-6047    DEP. LEGAL: GR 2922/2007    Nº 18 – MAYO DE 2009

*Freinet, C. (1996) - La escuela moderna francesa. Una pedagogía moderna de sentido común. La invariantes pedagógicas. Ed. Morata, (2ª Edición), 1996.*

#### Autoría

---

- Judith Guerrero Cabello
- Ceperm. "Guamenze" Guadix Granada
- E-mail: [monju4@latinmail.com](mailto:monju4@latinmail.com)