



ISSN 1988-6047

DEP. LEGAL: GR 2922/2007

Nº 18 – MAYO DE 2009

“MASS MEDIA”

AUTORÍA MAGDALENA DELGADO REIFS
TEMÁTICA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS Y SU USO EN LAS AULAS
ETAPA ESO, BACHILLERATO

Resumen

En el siguiente artículo realizaré un análisis de los llamados mass media, es decir, los medios de comunicación de masas. Hoy en día los medios de comunicación han pasado a ocupar un papel relevante en la sociedad actual debido a la influencia que ejercen sobre las personas modificando sus opiniones, elecciones, costumbre, el consumo y la opinión pública en general .

Palabras clave

- Mass media
- Medios de comunicación
- Información
- Influencia
- Manipulación

1. EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

A lo largo del S. XX se han considerado medios de comunicación social, mass media, aquellos medios de comunicación e información que difunden de manera simultánea e indiscriminada a un público disperso. Los medios de comunicación clásicos son la prensa y la publicidad (S. XIX), el cine, la radio y en la década de los 50, la televisión.

En la década de los 80 aparecen los ordenadores personales que nos ofrecen rapidez y fiabilidad, capacidad de almacenamiento, interactividad y automatización de trabajos, etc.; con ello, en la década de los 90 llega Internet, un poderoso canal multimedia de comunicación interpersonal y social, sincrónico (chat, videochat, mensajería instantánea, ...) y también asincrónico (correo electrónico, envío y recepción de archivos, tableros de anuncios y foros, ...), una gran fuente de



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

información sobre cualquier tema y medio de publicación global de noticias al alcance de cualquier persona.

El alcance de Internet y la posibilidad de acceder a la red en cualquier momento y desde cualquier punto (ordenadores, teléfonos móviles, terminales, ...) hace que los medios más tradicionales (prensa, radio y TV) también utilicen Internet ampliando así el alcance de su difusión.

2. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En la actualidad los medios de comunicación han llegado a ser una herramienta fundamental para el ser humano ya que nos permiten estar informados en todo momento respecto a los diferentes acontecimientos sociales, políticos y económicos tanto a escala nacional como internacional.

La televisión y más recientemente Internet son los medios con mayor importancia en las sociedades contemporáneas. Influyen sobre la forma de actuar y pensar de las personas, logran modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que les rodea.

A continuación propongo analizar cada uno de los medios de comunicación partiendo de los más tradicionales (prensa, radio y televisión) al más actual, Internet.

A. Prensa escrita

Uno de los mayores logros del ser humano respecto a la comunicación llega en el S. XV con el nacimiento de la imprenta que reemplazó a los manuscritos. El nacimiento del libro amplió las posibilidades de comunicación y ya en el S. XVI las imprentas producían miles de libros en distintos idiomas.

En el S. XVII la publicación de periódicos era muy común en varios países de Europa occidental. Se puede decir que en el S. XX los periódicos, revistas y libros leídos en el mundo propiciaron cambios en el modo de pensar y actuar de los hombres.

Como características principales que podríamos señalar de la prensa escrita de la época destacan:

- Expresividad: contenían gran cantidad de noticias, ideas y sentimientos acercando al ser humano a todo tipo de acontecimientos y sucesos.
- Rapidez: las noticias y las informaciones llegan con total inmediatez.
- Difusión: cada vez llegan a mayor cantidad de personas.

Las luchas por aumentar las tiradas y conseguir mayores beneficios e ingresos publicitarios produjeron un fenómeno nuevo con la utilización de ciertos materiales, trucos, recursos y estilos para hacerse más atractivos al público.



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

En la actualidad, dentro de la prensa escrita, junto al uso del código lingüístico de la escritura podemos encontrar otro tipo de códigos como el tipográfico (tipo de letra, fuente, tamaño, ...) y códigos iconográficos (fotografías, símbolos, iconos, ...).

El aspecto final que hoy en día tiene un periódico o diario está influido fundamentalmente por dos aspectos: la preocupación estética y la jerarquía informativa. El primer factor responde a la necesidad de crear páginas que resulten lo más atractivas posibles para el público y que consigan llamar su atención. El segundo factor permitirá al lector distinguir los temas fundamentales del día, los temas de importancia relativa y los temas secundarios.

B. Radio

La radio es un medio esencialmente auditivo. Por la rapidez con que se difunde, la economía en del servicio y el alcance de su emisión, la radio es un valioso elemento de información y educación.

En una época la radio traía algo nuevo en la comunicación para las masas: la inmediatez y el realismo y aunque, en un principio, este medio cumplió con su papel de entretener al público pronto percibieron su potencialidad informativa.

Frente a la prensa escrita, la radio se caracteriza fundamentalmente por:

- a) La voz del locutor comunica de un modo más próximo que la prensa escrita.
- b) Hay una identificación más estrecha entre el receptor y la noticia o la realidad que se informa, pues el oyente puede escuchar desde la propia voz de los protagonistas los acontecimientos.

La voz humana, la música, los sonidos y los efectos son los elementos básicos del lenguaje radiofónico. Dicho medio de comunicación también puede ser un agente de cultura; sus características específicas hacen de la radio un valioso auxiliar didáctico siempre que se use adecuadamente.

C. Televisión

La televisión es un entretenimiento peculiar de la época compleja en que vivimos. La rápida expansión de este medio ha sido posible en las sociedades de numerosa clase media, con su elevado índice de estandarización, su gran poder adquisitivo, su concentración urbana y su consumo de símbolos producidos masivamente. La atracción que este medio ejerce sobre las masas es de naturaleza psicológica y artística con características muy particulares y diferentes a las convencionales.

Principalmente la TV tiene una audiencia enorme, más amplia, heterogénea y diversificada que nunca. Tiene unas características industriales, se dirige hacia el mercado y tiene unos objetivos claramente prefijados (ganar mayor audiencia) y emplea símbolos simples para alcanzar un público mayor.

El discurso televisivo se caracteriza por la utilización de múltiples códigos, uno de los principales es el empleo de la imagen visual por su poder de fascinación para manipular al ciudadano. La dependencia en el conocimiento de la realidad llega a ser tan aguda que la credibilidad de ese



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

conocimiento transmitido por la TV se asigna más fácilmente que a otros medios. Todos los aspectos de la realidad tiene cabida en este medio y pueden ser orientados hacia todos los núcleos sociales.

Como rasgos o características principales de este medio podemos señalar:

- Estimulación de las opiniones estereotipadas respecto a temas sociales
- Impacto de los fines sobre las opiniones
- Mayor poder de transmisión de mensajes emocionales, tanto positivos como negativos, unido a la percepción de realidad que acompañe
- Aprendizaje del papel del consumidor.

Es conocida por todos la influencia que ejerce la TV en la vida de las personas y la cantidad de tiempo libre que se le dedica. Algunos investigadores afirman que esa influencia es aún mayor en el caso de chicos y jóvenes, en especial en la formación de su identidad . Las imágenes tienen cada vez más poder de convicción, es decir, es muy fácil creer que lo que se ve en TV es verdad, por ello, sostienen los investigadores que los jóvenes aceptan fácilmente los modelos de juventud que se presentan en la pantalla donde se les trata de convencer sobre lo bueno que es hacer tal cosa o lo bien que se van a sentir comprando eso o aquello.

D. Internet

Con la progresiva expansión de las tecnologías digitales los medios de comunicación social más tradicionales (radio, prensa, televisión) se han ido trasladando al ciberespacio, en cuyo núcleo además van apareciendo nuevos canales de comunicación interpersonal y social (e-mail, foros, chats, blogs). Podemos señalar los siguientes medios de comunicación a través de Internet:

- Las informaciones de actualidad que ofrece la prensa digital (se puede acceder a los principales periódicos y revistas del todo el mundo). A través de este canal las informaciones (noticias, agendas de actos, ...)llegan siempre puntualmente y en muchos casos es posible contactar telemáticamente con los autores de los artículos.
- Programas de radio y TV que emiten por Internet, cable o telefonía móvil.
- Páginas web sobre televisión, relacionadas con programas y emisoras de TV.
- Las completas informaciones cinematográficas en Internet (productoras, películas, actores) incluyendo secuencias digitalizadas de películas, videoclips, etc.
- Portales de Internet en general.
- Foros y debates sobre temas de actualidad que se abren desde algunas webs.

El desarrollo de los medios informáticos y de las nuevas tecnologías han generalizado un nuevo tipo de comunicación más rápida y de mayor utilidad por presentarse en un soporte que permite la



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

impresión o manipulación del mismo. El uso de estos medios se ha convertido para muchos usuarios en sustitutos de la conversación telefónica y de la correspondencia epistolar.

Los medios de comunicación electrónicos recuperan un aspecto fundamental de las sociedades orales: la simultaneidad de la acción, la percepción y la reacción; de esta forma la experiencia sensorial vuelve a ser la forma principal de comunicar.

Pero, a pesar de la creciente difusión de los medios informáticos y de su gran utilidad el uso de Internet puede suponer ciertos riesgos para el usuario:

- Relacionados con la información: información poco fiable y en ocasiones inapropiada para niños y jóvenes.
- Relacionados con la comunicación interpersonal: pérdida de intimidad, malas compañías.
- Relacionados con actividades económicas: compras inducidas, estafas, robos.
- Relacionados con las adiciones: compras compulsivas, ludopatía.

Una vez señalados los riesgos que supone, no podemos dejar de reconocer que Internet supone un fabuloso aliado para la sociedad actual y, como no, para el mundo educativo.

3. ASPECTOS POSITIVOS Y NEGATIVOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

Los mass media no son materiales específicamente educativos, no obstante constituyen un parte importante de nuestra sociedad, información, espectáculo y ocio y, como no, reflejo del mundo en el que vivimos. Aunque escapan del control de los agentes educativos debemos aprovechar sus posibilidades educativas, formativas y, del mismo modo, contrarrestar las posibles influencias negativas. Veamos a continuación algunos de los aspectos positivos que podemos deducir de los mass media:

1. Informar. Nos presentan una información detallada sobre la actualidad en todo el mundo.
2. Sensibilizar.
3. Presentan modelos y estereotipos que ayudan a representar y comprender la compleja realidad.
4. Presentan diferentes puntos de vista y argumentos fomentando el pensamiento crítico.
5. Socialización. Presentan pautas de actuación.
6. Resultan atractivos utilizándose muchas veces como recursos educativos.

Por el contrario, también podemos deducir algunos aspectos negativos:

1. Distracción. En ocasiones resultan una pérdida de tiempo.
2. Ofrecen visiones fragmentadas seleccionando lo que les interesa mostrar al público.
3. Generan estados de opinión influidos en gran medida por lo presentado en los medios.



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

4. Inculcan valores y creencias no siempre positivas.

En el siguiente punto voy a ampliar algunos de los principales aspectos, positivos y negativos, del uso de los mass media en el mundo educativo.

3.1 Uso educativo de los mass media

ASPECTOS POSITIVOS:

1. Permiten comparar la forma en que los diversos medios presentan la información sobre un mismo tema, identificando la posible disparidad y errores en la información que proporcionan. Gracias a ello los alumnos desarrollarán conciencia sobre los problemas de credibilidad y prejuicios en medios.
2. Nos proporcionan información sobre entornos, personas y fenómenos alejados de manera inmediata.
3. Se puede utilizar para desarrollar la observación, desarrollar análisis, fomentar el pensamiento crítico, asumir diferentes perspectivas o puntos de vista.
4. Enseñan de manera práctica el lenguaje audiovisual.
5. Proporcionan temas comunes de conversación y debate facilitando que los estudiantes expresen sus opiniones y demuestren o expliquen su visión del mundo.
6. Constituyen un instrumento de socialización de las personas conectando a los estudiantes con la comunidad.

ASPECTOS NEGATIVOS:

1. Las empresas mediáticas tienen grandes intereses, ideológicos y económicos, que reflejan en sus productos.
2. Generalmente proporcionan mensajes parciales e incompletos.
3. El tratamiento que dan en ocasiones a algunos temas no resulta educativo presentando un contenido poco formativo.
4. Promueven una actitud pasiva, poco comprometida.
5. Sus mensajes audiovisuales seducen a los espectadores a través de sus emociones más inmediatas y primitivas.
6. Modelan a las personas aunque no siempre con modelos deseables.
7. Transmiten una ideología. Constituyen un instrumento de control ideológico y político.
8. Ocupan tiempo, distraen del esfuerzo productivo y de otras actividades.



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

Respecto a los más pequeños hay que tener especial cuidado y es aconsejable:

- Procurar no dejarlos solos ante la TV ni ante Internet.
- Filtrar la información que reciben y comentar con ellos los contenidos que pueden resultar difíciles de asimilar o comprender.
- Desarrollar un espíritu crítico, que conozcan los propósitos de los mensajes.
- No dejarles mucho tiempo ante la TV e Internet; programarles otras actividades.

4. USO DIDÁCTICO EN LAS AULAS

Los mass media tradicionales en general, y en especial la televisión, se han utilizado poco en la escuela durante el S.XX. Algunas de las causas que provocaron su escasa presencia en las aulas fueron:

- Falta de infraestructuras: el uso educativo de los mass media en la escuela requería unas infraestructuras tecnológicas (televisión con pantalla grande o cañón de proyección con altavoces, magnetoscopio...) que no siempre estaban presentes en los centros. Aunque algunos de ellos disponían de aulas bien acondicionadas, muchas veces la realidad del centro obligaba a que dichas aulas fuesen utilizadas como aulas de clase impidiendo de tal forma que se pudieran utilizar de manera normal.
- La inmediatez de los mass media. La grabación de los programas en video suponía una incomodidad para el profesorado lo que provocaba que en ocasiones prescindieran de su uso. Dicha dificultad muchas veces se paliaba implicando a los alumnos a los cuales se le encargaba búsqueda de material.

La prensa tuvo más fácil su entrada en el mundo educativo, aunque también precisaba un “preparación” previa a su uso: fotocopias, ejemplares, sistemas de proyección...

- Desconocimiento de modelos didácticos. Los profesores en general no habían tenido muchas oportunidades de ver intervenciones educativas que utilizaran este tipo de recursos. Erróneamente consideraban que este tipo de recursos podían actuar como distracción del aprendizaje por lo que eran bastante reacios a su uso.
- Falta de tiempo. Además de las dificultades que solía tener el profesorado para encontrar el momento de preparar las clases con apoyo de recursos audiovisuales o informáticos, los apretados programas de estudios muchas veces les disuadían de este tipo de recursos.

En la actualidad, con la expansión de las tecnologías digitales los medios de comunicación tradicionales (radio, prensa, televisión...) también se han ido trasladando (y en general de manera



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

gratuita) al ciberespacio en cuyo seno van apareciendo nuevos canales de comunicación interpersonal y social (e-mail, blogs, foros,...).

A partir de estos hechos y, como en sus casas, en los centros docentes cada vez disponen de más ordenadores conectados a Internet, por fin los estudiantes pueden acceder cómodamente a la variada y actualizada información que proporcionan los mass media y aprovecharla y hacer de manera individual y en colaboración sus trabajos.

Por otra parte, en los centros educativos también se van colocando poco a poco en todas las aulas de clase pizarras digitales (videoproyectores conectados a un ordenador con acceso a Internet) y pizarras digitales interactivas (permiten escribir e interactuar con un puntero sobre la pantalla de proyección). Con ellas cualquier web de Internet puede proyectarse en clase y ser vista, comentada y discutida por profesores y alumnos. Así, los mass media en formato digital por fin pueden integrarse cómodamente en las actividades de clase con el fin de complementar los temas, para motivar, para facilitar la comprensión para comparar diversas fuentes informativas, etc.

A pesar de sus riesgos hemos de reconocer que Internet constituye actualmente un fabuloso aliada para el mundo educativo.

BIBLIOGRAFÍA

- CABERO, Julio. (1996). Medios de comunicación, recursos y materiales para la mejora educativa II Sevilla. Kronos.
- DEL TESO, Enrique (1998). "Medios de comunicación y educación: cuestiones generales". Educación y Tecnologías de la Comunicación. Universidad de Oviedo.
- PÉREZ TORNERO, José M (2000) Comunicación y educación en la sociedad de la información. Barcelona. Paidós.
- SEVILLANO, María Luisa (1998). Nuevas Tecnologías, medios de comunicación y educación. Madrid. CCS.

Autoría

- MAGDALENA DELGADO REIFS
- CÓRDOBA
- maleniky@hotmail.com