



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 33 – AGOSTO 2010

## “ LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EDUCACIÓN SECUNDARIA ”

AUTORÍA <b>MATILDE GUERRERO RODRÍGUEZ</b>
TEMÁTICA <b>LA ENSEÑANZA- APRENDIZAJE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>
ETAPA <b>EDUCACIÓN SECUNDARIA</b>

### Resumen

En este artículo pretendemos analizar la importancia y la necesidad de los medios de comunicación en Educación Secundaria Obligatoria, su integración en nuestro Sistema Educativo desde la *LOGSE* hasta nuestros días con la *LEY ORGÁNICA 2/2006, de 3 de mayo, de Educación*. Los alumnos de Secundaria encuentran en ellos una óptima respuesta para facilitar sus aprendizajes y al mismo tiempo los profesores pueden ver enriquecida su metodología de enseñanza (de ahí que expliquemos cómo deben emplearse y cómo pueden influir los medios en los alumnos).

### Palabras claves

Medios de comunicación

Educación Secundaria Obligatoria

Necesidad

Recurso educativo

Herramientas de expresión personal

Emplear

Influencia

Ventajas e inconvenientes de los medios de comunicación

Familia y medios de comunicación



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 33 – AGOSTO 2010

## 1. INTRODUCCIÓN

La necesidad social de formar individuos críticos y receptores activos ha sido siempre un objetivo fundamental en el currículum de Educación Secundaria Obligatoria. La integración de los medios de comunicación en el currículum escolar fue una realidad en el 1991 con el *Real Decreto 1007/1991, de 14 de junio*, por el que se establecieron las enseñanzas mínimas correspondientes a la ESO, quedaron explícitos en los objetivos de etapa (*“interpretar y producir con propiedad, autonomía y creatividad mensajes que utilicen códigos artísticos, científicos y técnicos, con el fin de enriquecer sus posibilidades de comunicación y reflexionar sobre los procesos implicados en su uso”*) y en los objetivos y contenidos de las asignaturas: Lengua Castellana y Literatura, Lenguas extranjeras, Ciencias de la naturaleza, Ciencias Sociales, Geografía e Historia, Matemáticas, Música, Educación Plástica y Visual y Tecnología. Así en la asignatura de Lengua Castellana y Literatura quedan recogidos en dos bloques de contenidos: Sistemas de comunicación verbal y no verbal y en Usos y formas de comunicación escrita. El *Real Decreto 1631/2006, de 29 de diciembre*, por el que se establecen las enseñanzas mínimas correspondientes a la Educación Secundaria Obligatoria se hace más patente la necesidad de emplear, usar y ser competentes en las tecnologías de la información y de la comunicación. Se recoge esta necesidad en los objetivos de etapa (*“Desarrollar destrezas básicas en la utilización de las fuentes de información para, con sentido crítico, adquirir nuevos conocimientos. Adquirir una preparación básica en el campo de las tecnologías, especialmente las de información y la comunicación”*, objetivo e), en la competencia: tratamiento de la información y competencia digital (*“consiste en disponer de habilidades para buscar, obtener, procesar y comunicar información, y para transformarla en conocimiento. Incorpora diferentes habilidades, que van desde el acceso a la información hasta su transmisión en distintos soportes una vez tratada, incluyendo la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación como elemento esencial para informarse, aprender y comunicarse”*) y en los objetivos y contenidos de las distintas materias.

Ha sido indispensable desde la LOGSE hasta la *Ley Orgánica 2/2006 de Educación* el estudio de:

- a) Sistemas de representación: sistemas de signos (semiótica); arbitrariedad y analogía en la representación; imagen y semejanza; la imagen como interrelación de códigos.
- b) Evolución histórica de la comunicación: la comunicación interpersonal directa a la comunicación mediada de masas: elementos y procesos comunicativos; evolución tecnológica de la comunicación.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 33 – AGOSTO 2010

- c) El proceso de la comunicación. Búsqueda y recepción: fuentes de información; bibliografías, hemerotecas, videográficas y filmográficas; lugares de búsqueda: biblioteca, agencias de noticias, prensa, radio, televisión, videotexto, redes temáticas...; soportes: libros, periódicos, revistas, vídeos, soporte magnético, soporte óptico, etc.; recepción de información: selección y diferenciación; análisis de los diferentes códigos: escritos, visuales, auditivos...
- d) Planificación: la generación de ideas, el guión de contenidos; el guión técnico; la planificación de la producción.
- e) Producción: grabación audiovisual; realización audiovisual; edición periodística: tradicional y asistida por ordenador.
- f) Difusión: los diferentes medios de comunicación nacionales y extranjeros: la prensa, la radio, la T.V., el cine, la publicidad; infraestructuras y redes de funcionamiento; aspectos técnicos; aspectos expresivos en la articulación de los distintos códigos; componentes y repercusiones sociales, culturales, económicas, ideológicas o políticas.

## 2. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Para manejar y utilizar los medios de comunicación debemos aclarar primero cómo se produce el proceso de comunicación y con qué efectos se produce. La comunicación, en un sentido amplio, es un proceso social (Hall y Goffman "Escuela de la Nueva Comunicación"); un proceso social de permanente y mutua interacción entre palabras, gestos, miradas, movimientos, espacios personales y situacionales, etc. La comunicación es un todo integrado en el que tienen lugar múltiples interrelaciones.

La comunicación se halla presente de forma constante en las relaciones sociales, hasta el punto de que no es posible dejar de comunicarse. La comunicación, según estos teóricos, es un acto de participación. Un individuo no es el autor de la comunicación, sino que participa en ella.

En la sociedad en la vivimos los sistemas y medios de comunicación basados en la interrelación de diversas tecnologías audiovisuales se están multiplicando. En un sentido más estricto nos referimos a medios de comunicación de masas al procedimiento mediante el cual el emisor se dirige a un amplio público a través de canales artificiales: radio, prensa, televisión o cine. Sociólogos, políticos y la sociedad en general han puesto de manifiesto la importancia de los medios de comunicación de masas en este siglo. El desarrollo de los medios de comunicación de masas se produce, principalmente en el siglo XX con el inicio de la difusión de periódicos y popularización que adquieren medios como la radio, televisión o cine. El interés por su



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 33 – AGOSTO 2010

conocimiento y manejo aumenta cuando se descubre la capacidad persuasiva de estos medios.

Existen varios modelos para expresar el proceso comunicativo. He escogido solamente dos teorías porque en ellas se habla, no en otras, de algo fundamental en los medios de comunicación: la comunicación implica intercambios de información con el propósito de cambiar el comportamiento de los otros:

- El modelo de Harold Lasswell. Este autor sintetizó el proceso comunicativo en una frase: ¿Quién dice qué, a quién, a través de qué canal y con qué efectos? El “quién dice” ha sido poco estudiado, lo cual nos parece extraño, ya que las acusaciones de manipulación vertidas contra los medios y grandes empresas de comunicación son abundantes. El “a quién” ha acaparado más estudios. Son las agencias de publicidad las más interesadas en estos análisis. El elemento central de la problemática es el canal o medio de transmisión; tanto es así, que el medio de comunicación recibe el nombre que se corresponde con el canal empleado.

Si atendemos al último factor del esquema de Lauswell “con qué efectos”, vemos que se han desarrollado diferentes teorías. Algunas de estas teorías son:

- Teoría hipodérmica. Los destinatarios son individuos autónomos y autosuficientes, por ello los mensajes se reciben individualmente.
- Teoría del doble escalón de la comunicación. Los efectos de la comunicación son limitados y se producen de manera mediata, a través de líderes de opinión de cada comunidad (teoría de J. Katz).
- Teoría del orden del día (B. Cohen y M. McCombs). El efecto de la comunicación no es crear en el público determinadas opiniones o problemas, sino seleccionar los temas y los problemas sobre los que debe opinarse.

- Un enfoque cibernético nos dio N. Wiener en “Cibernetics” (1948) que nos explica el concepto del feedback (retroalimentación o comunicación de retorno). Este enfoque destaca el influjo de la comunicación en el receptor y la importancia de su acción posterior. Enfatiza que toda comunicación necesariamente supone el compartir una cantidad mínima de “repertorios” de forma que emisor y receptor puedan comprenderse.

Habría que tener en cuenta lo dicho anteriormente para ser conscientes de las características de los medios de comunicación: la posible o no posible objetividad de los medios, la complejización de la esfera comunicativa y que la información que nos transmiten no siempre es un reflejo de la realidad.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 33 – AGOSTO 2010

### 3. ¿CÓMO DEBE EMPLEAR EL PROFESOR LOS MEDIOS COMUNICACIÓN EN LA ESO?

Los medios están “provocando un aumento en la capacidad comunicativa del hombre, así como de su universo de conocimiento, relaciones sociales, profesionales y personales, como en todas las áreas en las que el hombre necesita intervenir” (Eduotec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa, número 21/ julio 06). Por ello en la actualidad la información y la comunicación se han convertido para el currículo de Educación Secundaria Obligatoria en “recursos” imprescindibles por su implicación en la vida del individuo.

En el aula junto al fomento de las capacidades comunicativas se pretende dotar al alumnado de instrumentos de análisis que le aseguren una mayor amplitud de juicio y valoración personal de los mensajes. Los alumnos deben comprender los mecanismos por los que funcionan los medios de comunicación en la sociedad y los valores que la rigen, ya que los medios de comunicación ejercen una influencia notable en la sociedad, en la construcción de modelos de conducta y en el establecimiento de escalas de valores. La sociedad otorga gran importancia hoy en día a la información, a la investigación y al desarrollo de tecnologías con fines comunicativos. La presencia de las tecnologías de la información y comunicación en el aula viene motivada por dos planteamientos distintos. Por una parte, estas tecnologías proporcionan nuevas vías de comunicación en el ámbito escolar y potencian algunas ya existentes. Por otra parte, una escuela incardinada en la sociedad debe contemplar las tecnologías de la información y la comunicación como uno de los factores básicos de conocimiento de la estructura social. Para abordar los procesos de comunicación en el aula se puede desarrollar todos los pasos que definen el proceso de comunicación, es decir, desde la fase de recogida de información hasta la fase de difusión. El estudio de los diferentes códigos, su interrelación y las prácticas discursivas que se generan en el seno de la sociedad se deben realizar de una manera profunda, en un contexto de comunicación más amplio y capaz de abordar los medios de comunicación como objeto de estudio en sí mismo.

Para **abordar los procesos de comunicación en el aula**, desde una perspectiva integrada y basada en la confluencia de varios medios, existen múltiples vías de concreción, dependiendo en todo caso de **factores** tales como el grado de profundización de los objetivos, la duración temporal, la disponibilidad de los recursos necesarios, los intereses del alumnado e, incluso, la formación del profesorado en comunicación. El enfoque en este diseño es estudiar los procesos de comunicación, usando de una manera integral las tecnologías audiovisuales e informáticos y resaltando su importancia en las diversas etapas de la comunicación. De esta manera se proporciona una visión más integradora de los medios de comunicación y además



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 33 – AGOSTO 2010

aproxima a los alumnos y alumnas a los mecanismos actuales de la comunicación para cuyo conocimiento el manejo de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación es fundamental. Así por ejemplo la producción de mensajes audiovisuales- con unos medios y una intencionalidad diferente a los productos profesionales- permite que los alumnos se expresen dentro de un proyecto de comunicación real. Desde la elaboración del guión escrito hasta el montaje final del producto, la actividad pone en juego tanto la expresión como la iniciación al lenguaje individual. La utilización del texto escrito será uno de los mecanismos de confluencia de las funciones de comunicación y representación, del conocimiento del sistema de signos unido a los significados culturales que transmiten.

El empleo de los medios de comunicación no debe entenderse sólo como un simple **recurso o medio material** que el profesor utiliza para reforzar su metodología y proceso de enseñanza, sino también y además se deben usar como **elementos de estudio y como herramientas de expresión personal**. La mera utilización de los medios no asegura automáticamente un aprendizaje innovador, sino depende de la interacción de una serie de **variables** que determinen su eficacia, como son: la actitud, el conocimiento de docentes y alumnos hacia la realidad que se analiza, la metodología del profesor, la participación de los alumnos, las características del contexto, el grado de interés y motivación de los participantes, etc.

El profesor debe explicar a los alumnos las ventajas y desventajas de los medios a los alumnos. Recordemos:

Ventajas de usar los medios de comunicación:

-  Facilitan la actividad de enseñar y aprender.
-  Dan la oportunidad de descubrir sus características técnicas, sus códigos y sus claves de funcionamiento; descubriendo y valorando sus limitaciones y peligros.
-  Permiten globalizar e integrar los aprendizajes, dando un sentido real, funcional y motivador.
-  Como recursos motivadores nos servirán de instrumentos que posibiliten la interdisciplinariedad y además serán facilitadores de la interacción escolar y de la comunidad.
-  Promueven y provocan cambios de las capacidades, actitudes y valores sociales y culturales.

Inconvenientes de usar los medios de comunicación:



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 33 – AGOSTO 2010

Los mass media aportan más al sujeto que a la inversa, porque no siempre transmiten la realidad y en la mayoría de los casos convierten al alumno o individuo en un receptor pasivo de imágenes (Cabrero, 1996; Sarramona, 2003). Esta mediatización afecta al conocimiento, a la información y a la visión que se tiene de la realidad.

El consumo indiscriminado de medios por parte del alumno sin la supervisión de un adulto puede hacer que niños y jóvenes creen posible realizar todo aquello que están viendo. Incluso, en el caso de la televisión, genera actitudes de sometimiento, apatía, falta de ilusión, etc.

#### 4. ¿CÓMO INFLUYEN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOS ALUMNOS DE EDUCACIÓN SECUNDARIA OBLIGATORIA?

Se han realizado muchos estudios que han subrayado el papel importante que los medios de comunicación y de información y, concretamente, la informática, la telecomunicación y la tecnología de la imagen y del sonido tienen en la sociedad moderna del siglo XX y XXI. Parece ser que éstos median entre el público y los acontecimientos, es decir pueden ser entendidos como portavoces de los intereses y deseos de una sociedad. Con los medios conocemos más datos sobre lo que ocurre en el mundo y dan al individuo, en este caso al alumno, la posibilidad de acceder a ellos desde cualquier lugar y de emitir mensajes a través del papel o de las ondas, permiten entrar en contacto con un público amplio. Habría que añadir a lo anterior que posibilitan, en la mayoría de los casos, preservar nuestro anonimato e intimidad.

La sociedad actual tiene como principal seña de identidad los medios de comunicación. La influencia de los medios va creciendo en la medida en que los avances tecnológicos se producen. Tradicionalmente se ha entendido la transmisión de la información como la principal característica de los mass media, sin embargo, éstos se caracterizan además de informar por formar, entretener y ofrecer publicidad de productos y servicios (García García 2003).

**El profesor debe conocer qué medios de comunicación emplean sus alumnos, horas que dedican a esos medios y para qué los utilizan**, de esta manera conocerá mejor los hábitos culturales de ellos. Una manera fácil de saber qué escuchan, qué miran y qué consultan nuestros los alumnos es preguntándoles o bien haciéndoles una encuesta. Un libro a tener en cuenta por el profesor es *EL consumo de medios en jóvenes de secundaria* que han hecho un grupo de investigadores y profesores universitarios de Murcia (José A. Gómez, Plácido Guardiola, Josefina Lozano y Francisca J. Serrano, 2003). Este libro aporta una información capital para conocer los aspectos más importantes de los hábitos culturales de los alumnos a estas



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 33 – AGOSTO 2010

edades y qué relación tienen con los medios de comunicación e información. Igual que el profesor debe conocer los medios de comunicación que utilizan nuestros alumnos, los padres deben conocer los medios y tomar una posición ante ellos.

Se ha escrito mucho sobre la amenaza o peligro real que representan los mass media para las relaciones familiares (Marín García, 2003; Prado J., 2001; Cabero, J. 2002; Cebrián, M. 1992, etc) debido a que los medios han contribuido a la modificación de las relaciones personales, han potenciado la inactividad y generación de necesidades, cubren deseos ficticios, favorecen la imaginación y potencian conductas negativas o obsesivas, etc. Ante tal situación la familia debe tomar una postura ante los medios de comunicación. En general la relación de la **familia con los medios** puede ser de tres tipos:

- **Permisiva.** Cuya preocupación se centra en la cantidad de exposición del joven ante el medio.
- **Semipermisiva.** La familia asume una actitud activa, pero a la vez condescendiente.
- **Represiva.** La familia utilizan los medios como instrumento de castigo.

Podemos considerar que una actitud semipermisiva puede ser la más adecuada porque nos basaremos en el diálogo continuo que ayudará a la formación de una actitud crítica ante el uso y consumo de los medios.

La dificultad tanto para padres como para los profesores, que yo he captado y observado en los años que llevo en la enseñanza, es que los medios de comunicación tienen un lenguaje, una estructura y un funcionamiento particular, que es necesario estudiar y conocer. **Los profesores y los padres tienen que sensibilizarse ante la importancia que los medios tienen hoy en día.** Esta sensibilización debe llevar consigo la toma de conciencia de una actualización científica y didáctica de los medios y no reducirse, en el caso de los profesores, a un conocimiento tecnológico de los aparatos, sino más bien a la búsqueda de estrategias desde una vertiente crítica, creativa y lúdica.

**La formación del profesorado y de los padres en medios de comunicación es fundamental,** debemos asumir el reto de enfrentarnos con una actitud activa a los medios, a través de una formación y actualización, que revierta en un mejor aprovechamiento y uso, un mejor aprendizaje de calidad para nuestros alumnos. De nuestra mano, padres y profesores, esta en conseguirlo.



ISSN 1988-6047 DEP. LEGAL: GR 2922/2007 Nº 33 – AGOSTO 2010

## 5. BIBLIOGRAFIA

- Malmberg, B. (1973). *La lengua y el hombre*. Introducción a los problemas generales de la Lingüística. Madrid: Istmo.
- Habermas, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Taurus.
- Bateson, y otros (1990). *La nueva comunicación*. Barcelona: Kairós.
- Lomas, C. y otros. (1993). *Ciencias del lenguaje, competencia comunicativa y enseñanza de la lengua*. Barcelona: Paidós
- Méndez Garrido, J.M. (1990). "Reflexiones en torno al uso didáctico de los medios de comunicación", en II Congreso Andaluz Prensa Educación. Huelva.
- Lomas, C. y Tusón, A. (1997). "Medios de comunicación, discurso y persuasión", en *Lengua y medios de comunicación*, Nº 14. Graó.
- Majo, J. y Marqués, P. (2002). *La revolución educativa en la era de Internet*. Barcelona. Praxis.

## 6. WEGRAFÍA

- Marín Díaz, V. y Latorre Medina, M<sup>a</sup>. J. (2006). *Los medios de comunicación y la familia, ¿Un matrimonio de conveniencia?* *EduTec. Revista Electrónica de Tecnología Educativa*. Núm.21/Julio 06. Extraído el 27 de mayo de 2010 desde <http://edutec. Rediris.es/Revelec2/revelec21/vmarin.htm>.
- Chomsky, N. (2004). *El control de los Medios de Comunicación*. Extraído el 20 de abril del 2010 desde <http://www.rebellion.org/noticia.php> ?
- VV.AA. (2003). *Los jóvenes y los medios de comunicación. El consumo de medios en jóvenes de secundaria*. Red. *Revista de Educación a Distancia*. Núm. 13/ 21 de diciembre de 2005. Extraído el 14 de marzo de 2010 desde <http://www.um.es/ead/red13/>

## Autoría

---

- Nombre y Apellidos: Matilde Guerrero Rodríguez
- Centro, localidad, provincia: IES "Emilio Muñoz", Cogollos Vega (Granada)
- E-mail: [rodmati@hotmail.com](mailto:rodmati@hotmail.com)