

## Contenidos curriculares y medios de comunicación

**Antonio Feria Moreno**

Asesor Prensa-Escuela

Consejería de Educación y Ciencia

Junta de Andalucía

[feria@averroes.cec.junta-andalucia.es](mailto:feria@averroes.cec.junta-andalucia.es)

[feria@arrakis.es](mailto:feria@arrakis.es)

Artículo publicado en:

Cuadernos de Pedagogía, nº 234 – marzo de 1995 (pg. 12) (ISSN: 0210-0630)

*Los procesos que definen los modelos comunicativos de la sociedad de los noventa y aquellos otros procesos que estructuran el quehacer educativo, han de tender a un desarrollo global en la didáctica, semántica y axiología del entorno de aprendizaje. No tienen por más que entenderse y complementarse en una realidad interactiva donde lo comunicativo y lo educativo cobran un nuevo sentido más cercano. La selección cultural de los contenidos curriculares, su organización y secuenciación, son las claves del futuro de una educación vinculada a los medios de comunicación.*

*«Por Educación en materia de Comunicación cabe entender el estudio, la enseñanza y el aprendizaje de los medios modernos de comunicación y de expresión a los que se considera parte integrante de una esfera de conocimientos específica y autónoma en la teoría y en la práctica pedagógica» (UNESCO, París. 1973)*

Desde que la conferencia internacional de la UNESCO aportara esta definición, la Educación en materia de Comunicación ha trascendido más allá de las implicaciones iniciales, no puede quedar implantada en modelos obsoletos de conocimiento y uso de las herramientas e instrumentos tecnológicos del ámbito de la información y de la comunicación, ni tampoco relegada a la utilización auxiliar en determinadas temáticas dentro de la planificación de aula como mera fuente de información. El impacto de la comunicación y la difusión universal de sus medios, nos obligan a entender la Educación en materia de Comunicación, no como una temática recurrente del currículum ni como un instrumento al servicio de los contenidos fundamentales de la enseñanza, sino como parte inherente de esos contenidos fundamentales y a los medios de comunicación como elementos curriculares integrados en el proceso educativo.

La existencia en el currículum de las enseñanzas no universitarias de elementos y contenidos referentes a la comunicación y a la información, y sus medios y tecnologías, respaldan definitivamente la importancia institucional que desde la Administración educativa se les otorga, pero se hace necesario desarrollar esta iniciativa con la elaboración de una propuesta seria y rigurosa que permita la puesta en práctica de este ámbito de conocimiento y experiencia, enmarcado en un modelo integrado, con principios y contenidos propios que lo fundamentan.

## Contenidos curriculares de los medios de comunicación

*«La Educación en materia de Comunicación incluye todas las formas de estudiar, enseñar y aprender a todos los niveles [...] y en toda circunstancia, la historia, la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas, así como el lugar que ocupan los medios de comunicación en la sociedad, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizada, la participación, la modificación que producen en el modo de percibir, el papel del trabajo creador y el acceso a los medios de comunicación» (UNESCO, París. 1979)*

La selección de los contenidos se lleva a cabo en base a criterios de racionalidad y en función de la relevancia cultural de los mismos. Existen una serie de contenidos recurrentes que han de ser tratados a lo largo de todas las etapas educativas. Otros, en cambio, son contenidos específicos de una etapa o ciclo concreto que han de abordarse en el contexto donde se desarrollan. Unos posibles bloques de contenidos de la Educación en materia de Comunicación se desarrollan del siguiente modo:

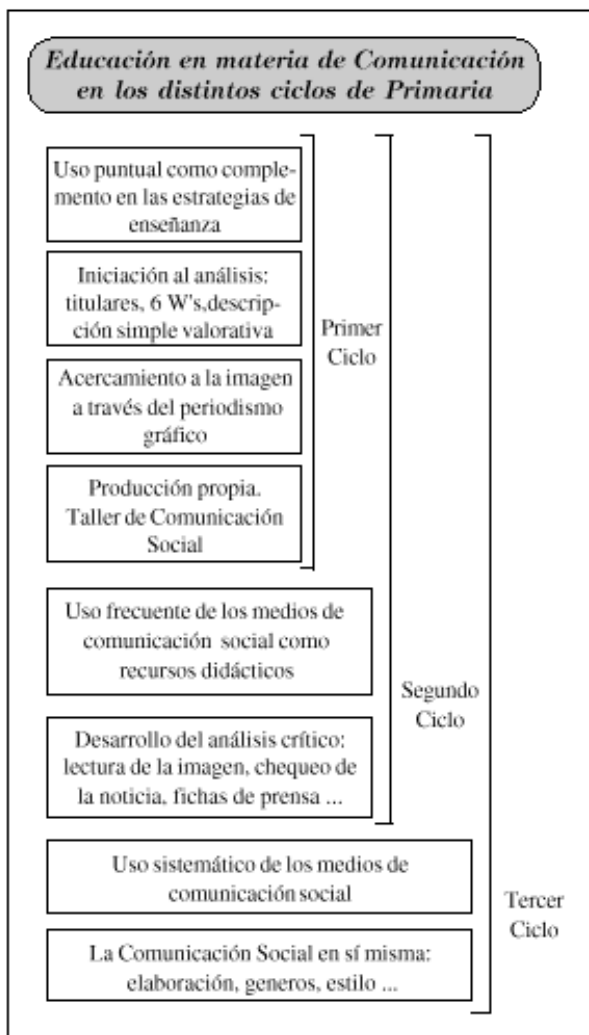
1. *«Comunicación, Tecnología y Sociedad»*. Este bloque hace referencia a los contenidos relacionados con los modelos comunicativos fundamentales de la sociedad actual: la comunicación interpersonal, la comunicación audiovisual, la comunicación de masas (radio, prensa y televisión) y la tecnología de la comunicación.

2. *De los «Mass-Media» a las tecnologías de la información y de la comunicación*. Se trata de un bloque temático sobre los medios de comunicación. El tratamiento monográfico sobre los medios sirve de introducción a su posterior uso. Se trata de conocer los distintos medios existentes y analizar la situación y reacción de las personas frente a ellos. Desde la oralidad como medio de transmisión de la cultura, pasando por la imprenta o la radio, hasta la Aldea Global que en el mundo actual es una gran base de datos en circulación continua a través de fibra óptica y satélites de comunicaciones.

3. *Información y opinión*. Es el primero de los tres bloques temáticos dedicado a los elementos fundamentales de la comunicación: la opinión e información, la imagen, y la publicidad. En este caso, se analizan, de forma crítica, lúdica, creativa e investigadora, los datos informativos y de opinión que aparecen en el mensaje y en el propio formato de los medios.

4. *Imagen*. El mundo que actualmente se desarrolla vive en y por la imagen. Los centros educativos utilizan los códigos escritos como hegemónicos de la cultura científico-académica, mientras que en la sociedad, de un lado se mantiene la tradicional oralidad en la transmisión cultural, y de otro, la actual prepotencia de la imagen que a todos lados llega. La alfabetización del alumnado de los centros en la forma, contenidos e intenciones de la imagen es fundamental.

5. *Publicidad*. Más que un medio de comunicación, la publicidad utiliza los sistemas comunicativos para conseguir el consumo masivo. La invasión publicitaria no es erradicable por la propia caracterización de la sociedad, pero sí podemos evitar, en la medida de lo posible, sus argucias manipulativas a través del análisis de su forma y contenido, y la actitud crítica frente a aspectos como el tratamiento de la mujer, la violencia... que han de ser analizados y cuestionados.



### Prensa, radio y televisión. Secuenciación de contenidos

*«Todos los que se interesen sinceramente por los problemas de la educación y de la comunicación y que son conscientes de su interdependencia tratarán durante los próximos años de establecer los vínculos entre esos dos informes y de garantizar una simbiosis práctica, operativa, entre las dos culturas, la escolar y la de los medios de comunicación, cada una en su especificidad y sin prelación» (UNESCO, París. 1984)*

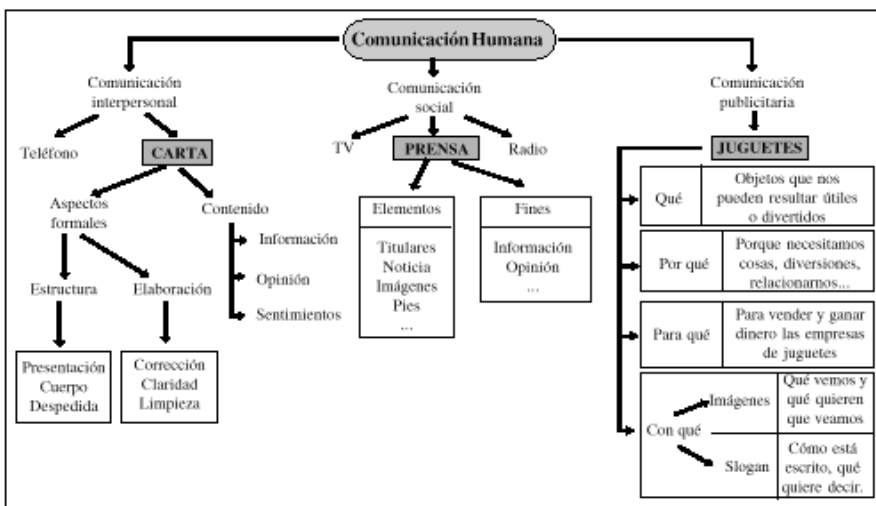
Los medios de comunicación masivos (prensa, radio y televisión) representan la mediación entre la cultura social y la escolar. La representación del mundo que ellos hacen es la que en última instancia se generaliza, como Romeu dice por boca de Migue: «... si no sale por la tele ni se ha hecho ni ha pasado ni ha ocurrido ni ha sido, pero si la tele lo dice, aunque sea mentira, es verdad». ¿Cómo podemos alejar del aula los instrumentos culturales de mayor impacto social?

**PROCEDIMENTALES**

- Estructuras de la comunicación. Estrategias y técnicas comunicativas para el aula.
- Procedimientos tecnológicos para la resolución de situaciones problemáticas o de aprendizaje en el aula.
- La tecnología de la comunicación al servicio de las distintas áreas.
- El análisis de la noticia como procedimiento de análisis crítico de la actualidad/realidad/contenidos de las restantes áreas.
- Análisis crítico de la realidad virtual presentada por los medios de comunicación en oposición a la realidad concreta del entorno. Construcción de la propia situación social, natural y cultural.
- Procedimientos de análisis de la imagen informativa o publicitaria.
- Producción propia de medios de comunicación. Expresión lúdica creativa y difusión cultural de las informaciones, opiniones, conocimientos... del alumnado.
- Análisis publicitario: Crítico-creativo-constructivo.
- Estrategias de uso de los medios de comunicación: Lectura en corro, ruedas de prensa, monografías, seguimiento de noticias, hemerotecas/ videotecas..., fichero de noticias... Al servicio del proceso enseñanza-aprendizaje en cualquier área o nivel.
- Etc...

**ACTITUDINALES**

- Actitud crítica ante las informaciones, opiniones, imágenes... recibidas desde innumerables medios de comunicación, valorando los procesos de selección encaminados hacia la autonomía personal frente a los medios.
- Valoración de la importancia de los medios de comunicación en la sociedad y cultura actual, como fuentes de información, entretenimiento, etc.
- Reflexión sobre los mensajes que provienen de los medios de comunicación para rechazar cualquier actitud o valoración que no respete a las personas o que defienda actitudes sexistas, racistas, violentas...
- Utilización de los medios de comunicación en el desarrollo de un proceso adecuado de Educación en Valores, como modelo para el análisis crítico y para la implicación en actuaciones y actitudes de colaboración y construcción conjunta del conocimiento y de la cultura.
- Etc...



Los tres medios de comunicación representan tres lenguajes bien distintos y diferenciados: la prensa utiliza el texto escrito y la imagen fija, la radio el sonido y la televisión se fundamenta en los principios de la comunicación audiovisual. En base a esto, distintos han de ser también los tratamientos curriculares de los contenidos de cada medio. Pero no podemos olvidar lo que tienen en común y que los relacionan. Los contenidos curriculares de la prensa, la radio y la televisión tienen un cuerpo común y unas características específicas de cada medio que les confiere la unidad y diversidad suficiente como para complementarse en un modelo global e integrado.(ver Cuadro: propuesta de secuenciación de contenidos para Primaria)

La formación de buenos lectores de prensa (reflexivos, críticos, plurales...) es uno de los objetivos fundamentales en educación. La radio posibilita el debate, el intercambio de ideas y opiniones y, por consiguiente, la adquisición de contenidos basados en la capacidad de expresión, comprensión, creación y análisis de mensajes orales. La televisión... qué decir del actual medio de comunicación hegemónico.

Prensa radio y televisión tan distintas en el lenguaje, códigos, soportes o análisis, confluyen en un mismo modelo educativo en cuanto a su utilización, y más si ésta es multimedia (ver *Cuadro*: trama conceptual de una unidad didáctica sobre el análisis publicitario de los juguetes con la intervención de varios medios de comunicación); además de tener los tres medios en común los contenidos actitudinales (ver *Cuadro*: contenidos procedimentales y actitudinales). La intervención efectiva sobre la Educación en Valores cuenta con la necesidad de trabajar con los medios de comunicación como transmisores de la cultura hegemónica de una sociedad cargada de contravalores y que, desde los centros escolares se ha de cuestionar y valorar.

*«La importancia y la abundancia de la información que el ciudadano recibe, principalmente a través de los medios de comunicación social, así como la influencia positiva y negativa que de ello se deriva ha determinado en los últimos años una mayor conciencia social del problema y la búsqueda de una respuesta eficaz de parte de los sistemas educativos.»*

*Si analizamos el fantástico desarrollo que en este campo se ha producido en el siglo que finaliza, y que se prevé aún mayor en el siglo XXI, la necesidad de dotar a los ciudadanos de una formación básica en materia de comunicación es una cuestión inaplazable»* (Libro Blanco de la Reforma. MEC, Madrid. 1989)

#### PARA SABER MÁS:

Aguaded, J.I. (1993): *Comunicación Audiovisual en una enseñanza renovada. Propuestas desde los medios*, Huelva: Gr. Ped. Andaluz «Prensa y Educación».

Feria, A. (1994): *Unidades didácticas de prensa en Educación Primaria*, Huelva: Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación».

Ferrés, J. (1994): *Televisión y Educación*, Barcelona: Paidós.

Martínez, E. (1994): *El periódico en la educación de las personas adultas*, Huelva: G.P.A. «Prensa y Educ.»

UNESCO (1984): *La educación en materia de comunicación*, París: UNESCO.