La responsabiidad de la educación con los medios y para los medios es de toda la sociedad

LA ADMINISTRACIÓN, LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, LA FAMILIA Y LAS INSTITUCIONES EDUCATIVAS DEBEN SER EDUCADORES RESPONSABLES

Enrique Martínez-Salanova
Director de Aularia
emsalanova@ono.com

La familia y la escuela pierden fuerza socializadora al mismo tiempo que la ganan los medios de comunicación. Esta realidad implica un desafío para los padres, la familia y la administración pública ya que la responsabilidad socializadora es, por igual, de todos los agentes sociales, también de quienes detentan el poder de los medios de comunicación y de las grandes cadenas de televisión. Nadie duda de la responsabilidad legal de los medios de comunicación pero poco se habla de su responsabilidad moral y socializadora, de la importancia que sus mensajes y actuaciones poseen para quebrar la pasividad, para incitar a la participación ciudadana. Se hace urgente e imprescindible unir esfuerzos para que los grandes problemas del mundo en el siglo XXI, que generalmente tienen que ver con la solidaridad y el respeto, tanto hacia las personas como hacia el medio ambiente, estén presentes con criterios de interés global en los medios de comunicación.

Con rapidez y vertiginosidad se aprecia cómo el mundo es invadido por los medios de comunicación de masas, que cobran una relevancia especial gracias a los avances tecnológicos. El gran desafío de los educadores –padres, profesores, responsables y comunicadores- es adquirir la fuerza suficiente para, en un principio, utilizar el poder icónico y emotivo de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías con finalidades educativas, y al mismo tiempo, proponer a los educandos –alumnos y sociedad en general- las posibilidades educativas y didácticas suficientes como para convertir la fuerza de la televisión y su mensaje, en un vehículo e instrumento imprescindible de búsqueda de información, de apreciación de la realidad y de puerta a la investigación. (Martínez-Salanova, 2005).

Socialización y medios de comunicación

La socialización es un proceso por medio del cual el ser humano adquiere la experiencia de interrelacionarse con los demás, adquiriendo en dicha experiencia aptitudes y conocimientos que le permitirán desenvolverse en la sociedad. La socialización, que se integra en los individuos fundamentalmente de forma inconsciente, hace que éste vaya adaptándose al medio donde vive, perciba los cambios sociales, conviva con los demás miembros de su grupo humano, y respete y sienta afecto por sus pares. Al no poder integrarse los individuos en su totalidad de una forma espontánea, ya que los hechos sociales son exteriores a él y se dan en cada ser humano por cauces diferentes, la misma sociedad o grupo humano crea los mecanismos educativos necesarios para homogeneizar los elementos comunes de la cultura y del saber de dicho grupo y asegurarse así una socialización mínima semejante en todos sus miembros.

La sociedad en su totalidad, según Durkheim (2003), es agente de socialización, cada persona con quien el

- **La educación responsable es misión de toda la sociedad**
- **Los medios de comunicación tienen la misma responsabilidad educadora que el resto de la ciudadanía**
- **Dejar en herencia un mundo más justo y coherente es una de las prioridades de los sistemas educativos**

individuo entre en contacto es en cierto modo un agente. El comienzo natural del proceso para cada niño recién nacido es su inmediato grupo familiar, el más importante en los comienzos, pero que pronto se amplía con otros grupos humanos de relevancia capital. No obstante, la familia es un nexo muy importante entre el individuo y la sociedad, ya que controla el lugar en el que sus hijos se educan, trasfiere a los descendientes las propias creencias, pensamientos y valores y selecciona el lugar de educación de y los medios de comunicación con los que se relacionan sus vástagos.

El segundo nivel de socialización, en el que los más jóvenes se incorporan al proceso de recrear, vivir, reproducir y transformar la cultura familiar más cercana, es el que gestiona el sistema educativo, desde los primeros años de escuela hasta la universidad. «La interacción social es importante en clase. Los niños deben hablar con otros, compartir sus experiencias. ¿Por qué las escuelas obligan a los niños a estar callados, dando como resultado una situación de autoridad y aburrimiento.» (Piaget, 1999). La socialización que pretende la educación oficial, o debe pretender, no es el cumplimiento más perfecto y complejo de los procesos de socialización adquiridos en los primeros años de vida, sino ofrecer a niños y jóvenes la posibilidad de cuestionar la validez antropológica de los influjos sociales, de reconocer y elaborar alternativas y de tomar decisiones con cierta autonomía en función de las realidades del presente. Sin embargo, la capacidad socializadora que la escuela tenía hace unos años, ha disminuido sustancialmente. No es el caso analizar en este lugar las causas, algunas de las cuales tienen que ver con la presión familiar y el entorno próximo, y sobre todo las que ejerce la televisión y, cada vez más, los juegos informáticos y la inmediata comunicación a través de los teléfonos móviles.

La televisión socializa porque ayuda a crear costumbres, lo más profundo de los elementos culturales de una sociedad, y pone en cuestión los sistemas educativos formales e informales y perjudica notablemente las relaciones interpersonales y familiares.

En el espectador de televisión, sobre todo en los más pequeños, se aprecia la dualidad que se crea entre la realidad y la ficción. Se ven seguidamente escenas reales y ficticias, sin discriminar la violencia auténtica de la falsa, la realidad de la ficción y se representan estereotipados los roles sociales, étnicos, sexuales y profesionales. La intensidad con la que se vive el problema de la televisión puede llevar a dos consecuencias radicales: creerlo todo, introduciéndose falsamente en un mundo de esquizofrenia, creando en quienes se exponen a sus emisiones durante al menos cuatro horas al día un «desplazamiento de realidad», identificando lo que ven en la pequeña pantalla con lo que les rodea, o pasar por encima de todo, adjudicándose la conciencia angelical de que no sucede nada importante. (Martínez- Salanova 2005)

La familia no puede rechazar por sistema los medios como un mal ni dar la espalda a una realidad cultural y social que se ha introducido en los hogares

La responsabilidad de la familia

La familia, ni puede rechazar por sistema los medios como un mal, ni debe dar la espalda a una realidad cultural y social que se ha introducido en los hogares y que aporta diversión, entretenimiento y formación. Sin embargo, aunque es la familia quien tiene la primera responsabilidad, no solamente de cuidar el uso de los medios, tiene el derecho de plantearse otras metas para su utilización educativa e ir más allá, exigiendo medidas a las diversas administraciones, ya sean locales o autonómicas.

La familia no debe cerrar los ojos a lo que hacen

sus hijos y debe continuar su exigencia crítica ante los medios. Su responsabilidad es educadora, empleando los elementos de didáctica familiar que correspondan, ya que los niños y jóvenes, pueden sufrir en gran medida la influencia física, psíquica y consumista de los medios. El aprendizaje necesario para que las familias sean capaces de utilizar con equilibrio la televisión, supone un esfuerzo completo de todos sus integrantes, especialmente de los padres.

Una salida es que los espectadores -consumidores- ejerzan su derecho de intervención y logren mejorar la calidad de la programación

Una salida es -a largo plazo- que los espectadores -consumidores- ejerzan su derecho de intervención y logren mejorar la calidad de la programación. Para ello es preciso implicarse como familia consumidora de imagen en la formación personal hacia medios y mensajes y procurar que los sistemas educativos, familiares, regionales, estatales y sociales, hagan inexcusable un diseño de enseñanza- aprendizaje en el que se consideren los medios de comunicación y su análisis crítico (Peralta, 2005). Se puede y debe exigir a las productoras de televisión, sin que ello evite la responsabilidad formativa de la familia, que mejoren y cuiden los contenidos y los horarios de emisión, que controlen de forma eficaz la calidad de sus programas.

La responsabilidad del sistema educativo

En cuanto a la educación en medios, llevamos una década de programas y proyectos institucionales centrados en lo tecnológico, ¿por qué se potencia tan poco la educación en medios, lo que supone una alfabetización audiovisual y digital? Pienso que por la misma razón de que es más fácil instruir que educar, por la misma razón que confundimos tecnología con máquinas, olvidándonos que el cerebro es la materia prima de la tecnología, por la misma razón que en educación trabajamos sin tener en cuenta los objetivos, ni la de necesidad de planificar los procesos, ni utilizar los recursos - incluidos los audiovisuales, informáticos y mediáticos- en función del mismo proceso, por la misma razón de que desistimos de la reflexión, del pensamiento, de la filosofía y buscamos lo rápido, el último grito, la moda. El sistema educativo, en concreto los profesores, deben estar al día en lo que aportan los medios y las nuevas tecnologías, en la utilización didáctica de los mismos y en las posibilidades pedagógicas y formativas que entrañan, sin dejarse subyugar por lo inmediato, lo rápido y lo vertiginoso: Un ejemplo, se confunde estar al día con disponer de la última versión de Windows, del último juego informático, del móvil de última generación o del último dispositivo mediático, cuando la capacidad de estar al día se debiera manifestar en la actitud de búsqueda de nuevas formas de investigar la realidad para acercarse a ella, de detección de nuevos problemas y de la búsqueda creativa de sus soluciones, de aplicar nuevas fórmulas educativas y didácticas para que los ciudadanos se hagan con la tecnología y no, como sucede en muchas ocasiones, dependan de ella.

La administración educativa, por ello, debe proponer en serio la adaptación, competente y honesta del profesorado, basada en su eficacia didáctica y pedagógica, que implique a toda la comunidad educativa. Al contrario, vemos que es más cómodo para el sistema educativo enseñar programas informáticos, muchos de ellos de usar y tirar, que educar para y con los medios, integrados en una sociedad educadora.

Se hace un inmenso gasto en material tecnológico, pero escasa inversión en formación de los profesores, escasamente se investigan nuevos planteamientos didácticos, y en pocas ocasiones se dedican dineros, espacios y tiempos formativos en interesar a los profesores en estas materias y dotarlos de herramientas útiles, didácticas, de investigación y de formación personal. La alfabetización audiovisual, clave para moverse hoy día en el mundo, y necesaria también en el uso de las nuevas tecnologías, brilla por su ausencia tanto en los profesores, generalmente desconocedores de ella

y de su importancia educativa, como en los alumnos. Es necesario dedicar más tiempo y esfuerzo a las nuevas didácticas, su investigación y transmisión, didácticas especiales que tengan que ver con la totalidad de los medios y también con las nuevas tecnologías.

En resumen, pienso que se potencia poco la educación en medios, fundamentalmente por comodidad, de los profesores y de la misma administración. Los recursos del estado se dirigen más a lo tecnológico que a lo educativo. La administración ha caído en la trampa de diseñar sus programas, favoreciendo más la instrucción que la educación, a pesar de que ésta es fundamental para el desarrollo pacífico, solidario y creativo de la Especie Humana, y entraña también la instrucción).

La responsabilidad de los medios

La responsabilidad de los medios de comunicación en la socialización, sobre todo de los que se dejan acompañar por las nuevas tecnologías, y sobre todo la televisión, es inmensa. Nadie duda de las responsabilidades legales, amparadas por legislaciones internacionales y de los países, que tiene que ver con la publicidad, con los derechos humanos, en ocasiones con los horarios de difusión y con los contenidos. Poco se habla de las responsabilidades socializadoras.

Los medios de comunicación son altavoces de la realidad social e intermediarios, mediadores en la comprensión e interpretación de la misma

Al ser productos fabricados por la especie humana, se da por supuesto que los medios de comunicación están al servicio de la mejora de la sociedad y de su cultura. Los medios de comunicación, tienen la obligación social de ejercer la defensa del interés público, y proteger a los ciudadanos, especialmente a los menores. Se hace necesario que la responsabilidad socializadora, que la tiene, se haga consciente en quienes detentan el poder de los medios, quienes definen programas y contenidos y quienes tienen capacidad de decisión en las formas de presentación de sus mensajes. Los medios de comunicación de masas son los grandes productores de significación y sentido en las sociedades de masas y, por tanto, los grandes mediadores en la percepción e interpretación de la realidad. Aparecen como altavoces de la realidad social y son intermediarios/mediadores en la comprensión e interpretación de la misma.

Las empresas que poseen las cadenas de televisión se rigen por los mismos patrones de rentabilidad económica que el resto de las industrias del país, detentando un poder importante en el espacio individual, familiar y social capaz de intervenciones decisivas en la vida política y económica, aunque sólo sea como control del resto de los poderes, de forma parcialmente diferenciada en algunos medios. La prensa, por ejemplo, es más bien mediador político, creador de opinión pública ciudadana, elemento decisivo en la práctica política, planteando críticas hacia los poderes y demandas de decisiones públicas de los gobernantes. El resto de los medios canalizan y crean fundamentalmente la opinión pública cultural. La televisión es, fundamentalmente, instrumento de cultura, trasmisora de modas y comportamientos, de prejuicios y de valores. Al mismo tiempo que es uno de los principales soportes de transmisión y difusión de obras y productos culturales es creadora de tendencias y de pautas culturales, modeladora de costumbres, difusora de ideas y opiniones y promotora de conductas sociales y privadas.

Si las empresas televisivas son como cualquier otra organización, debieran tener en cuenta aspectos comerciales y sociales más simples, reglamentados con frecuencia por los estados o por organismos internacionales. Quien fabrica lavadoras, por ejemplo, elabora un producto del que se intenta vender el mayor número posible de unidades, sabe que su venta está relacionada con su popularidad, que depende de su calidad, de su servicio post venta, del entorno en el que se vende, etc. La empresa cuida además que los artefactos se utilicen con cuidado, da instrucciones para que se cumpla la normativa de seguridad, da garantía de que el producto es de calidad y ante cualquier reclamación, al igual que los consumidores, es amparada por la ley. Las empresas televisivas, sin embargo, que tanto influyen en la cultura, en los valores y en los comportamientos de los ciudadanos,

que producen entretenimiento, información y cultura, buscan exclusivamente la popularidad y por ende cuanto más se vean sus programas, mejor, olvida el servicio post venta, los posibles daños colaterales que puede producir y el producto emitido solamente es cuantificable en su valoración por los índices de audiencia, sin apenas control moral o social por parte de la administración o de los consumidores.

Por todo ello, por su importancia, las cadenas de televisión deben asumir sus propias responsabilidades. Los modelos familiares, éticos, sociales y culturales que la televisión aporta, están muy lejos de lo que es la familia en nuestra sociedad. Se consumen otros estilos de vida y de costumbres; se integran diferentes y multiformes relaciones familiares, éticas y sexuales. Las series que la televisión presenta, reproducen situaciones por lo general estereotipadas, o muy lejanas a la realidad, por lo que la juventud vive y reproduce la fascinación por lo desconocido.

Los modelos familiares, éticos, sociales y culturales que la TV aporta, están muy lejos de lo que es la familia en nuestra sociedad.

Los medios de comunicación, para contribuir a la responsabilidad socializadora compartida, deben aumentar sus relaciones con los diversos sectores de la sociedad, con una diversificación de la oferta, cuidando tanto a los niños como a los adultos en su programación y en sus horarios de emisión. Se confunde en ocasiones horario de adulto con un espacio en el que cualquier cosa vale y, si bien es cierto que el adulto tiene capacidad de discriminación y puede elegir programas, cierto es también que los miembros de la Especie Humana, todos, somos individuos en constante y permanente formación, necesitados en todas las etapas de la vida de elementos que nos permitan estar en constante maduración y aprendizaje.

La pasividad de la participación ciudadana

Uno de los principales desafíos con los que se encuentra la sociedad de la información es el deterioro de la participación ciudadana. La sociedad del bienestar, la absoluta dependencia del estado para conseguir cualquier beneficio, la delegación total de responsabilices en los representantes populares, que piensan y deciden en nombre de todos, el gran cambio producido en el mercado de trabajo y la rapidez con la que se suceden los movimientos culturales y sociales, ha logrado en pocas décadas que los individuos nos consideremos a la espera, en actitud distante y despreocupada ante el futuro inmediato que vendrá, sin duda, aportando beneficios, y ante un futuro lejano, que se pinta oscuro, contra el que no se puede luchar y que otros tendrán que encarar. Con estas perspectivas, a pesar de las facilidades de comunicación, el ciudadano se enclaustra en su pequeño entorno familiar y social, dando la espalda a los problemas del mundo y volviéndose cada día más solitario.

Los grandes poderes económicos organizan la información mundial y la dan digerida a los ciudadanos, que la leen, la entienden y asimilan sin cuestionar. Ante los medios, se asumen posturas pasivas, alienadas, que no implican al individuo y son escasamente participativas. Es de ineludible importancia que los ciudadanos tomen conciencia de sus responsabilidades. Para ello, los medios comunicativos deben adquirir el compromiso de levantar al ciudadano de su apatía, proponiendo y sugiriendo actitudes activas y participativas. Las cadenas de televisión, sobre todo, deben tomar conciencia de su función educadora. (Martínez-Salanova, 2005)

En cualquier sistema comunicativo el emisor es el primero y principal responsable, quien debe pensar qué emite, a quién y con qué consecuencias. No así los medios de comunicación, que casi su totalidad, se desentienden de sus mensajes una vez emitidos, que dejan en manos del espectador/cliente/usuario o lector la responsabilidad de decidir en qué nivel consciente establece la reflexión crítica, el aprendizaje creador, la respuesta activa, la promoción de su individualidad, su rescate como sujeto digno, no sometido a los capri-

chos y avatares de la televisión y a la dictadura de las pantallas.

La televisión aborda infinidad de problemas interesantes que podrían servir para realizar una reflexión sobre ellos, aportar elementos conceptuales para su conocimiento y aumentar nuevos niveles de apreciación y puntos de vista para establecer debates respetuosos y flexibles. Sin embargo, dado su ínfimo grado de respuesta crítica la televisión, en general, dada su necesidad de aumentar el nivel de audiencia y la escasa responsabilidad de los promotores, los presenta de forma malsana y trivial, en debates crispados insultantes y de creciente morbosidad, oculta la importancia de los problemas, que prostituye o banaliza. En otras ocasiones, la imagen sustituye o enmascara el contenido, la violencia planificada de los debates impide la reflexión seria y la intromisión innecesaria en la intimidad de las personas, a las que retira toda posibilidad de dignidad y respeto, arruina los posibles beneficios que para la sociedad pudiera proporcionar el tratamiento televisivo.

Nos encontramos en un mundo globalizado en todos sus aspectos, en el que los compromisos deben ser compartidos

La responsabilidad de los agentes sociales

Los agentes sociales se lanzan la responsabilidad educativa de unos a otros. Los profesores y la escuela en general afirman en muchas ocasiones que no tienen por qué suplir el trabajo de la familia. La familia, no se entiende con la escuela ni la apoya. Todos, la sociedad en general, la escuela y la familia, culpan en gran medida a la televisión de la pérdida gradual de los valores mientras deja los hijos a su cuidado.

Las grandes cadenas, por otra parte, no atienden a su responsabilidad socializadora y dejan en manos de la familia el control de los horarios en los que sus hijos están ante el televisor.

La administración del Estado, mira para otro lado cuando las cadenas incumplen sobre horarios y contenidos en horarios infantiles, se olvida de que los profesores necesitan apoyo y formación para tomarse en serio la televisión como elemento socializador y deja, igualmente, en manos de los padres la totalidad del problema. (Martínez-Salanova, 2005)

Nos encontramos en un mundo globalizado en todos sus aspectos, en el que los compromisos deben ser compartidos. No es posible, por tanto, alejar responsabilidades, los agentes sociales no pueden dejar de asumir lo que solamente se puede solucionar entre todos. Por una parte, somos conscientes de que el papel que la televisión tendrá en el proceso de socialización de las generaciones que nos continúen dependerá del cambio que se produzca en la familia y en la escuela. Una de las responsabilidades de la escuela y de la familia debe ser la de promover un uso crítico y reflexivo de los medios de comunicación, y especialmente, de la televisión, promover ámbitos o contextos cognitivos en los que predominen la experimentación y la creatividad, en el que los niños, desde pequeños, estén cerca del mundo de las imágenes y de los procesos productivos de las mismas, desmitificando los medios desde su interior, a partir del debate responsable, del trabajo en equipo y de las relaciones sociales. Al mismo tiempo, se debe exigir a la administración que cumpla sus compromisos de control de los medios de comunicación en lo que tiene que ver con programas y horarios infantiles, con la utilización de la publicidad y con la intromisión excesiva en la intimidad.

TV educativa-TV educadora

Sin embargo, es de suma importancia que las televisiones acepten la responsabilidad de educar como misión ineludible e incuestionable. En un mundo, como se decía más arriba, la responsabilidad del futuro es cosa de todos, la televisión debe ser educadora.

Normalmente confundimos los conceptos: educador, educativo e instructivo.

Lo instructivo tiene que ver con los conocimientos o movimientos que se aprenden mecánicamente. Para

que sean educativos, estos aprendizajes deben poseer algo más, que sean significativos, que estén en un contexto más amplio, que el que aprende los inserte en un entorno, que asimile los valores del aprendizaje, etc. Un documental puede ser instructivo, pero si no está dentro de un contexto, si no se adapta el lenguaje, las formas y los tiempos, a la edad de quien que se pretende sea espectador, no será educativo (Martínez-Salanova 2007).

Para que una televisión sea educativa, debe tener intencionalidad educativa. Propósitos y objetivos claros, definición de la audiencia a la que va dirigida y por ende adecuación de los métodos, lenguajes y estructuras a ella (Martínez-Salanova, 2005). Algunos intentos de la televisión pública y de algunas televisiones autonómicas, han tenido éxito en este sentido.

Sin embargo, toda la televisión debe ser educadora (no necesariamente educativa), pues nos encontramos en un mundo en el que los problemas los debemos encarar entre todos. No es posible que las televisiones, con la fuerza cultural y capacidad subyugadora que poseen entre los ciudadanos, se desentiendan de esa responsabilidad. Una televisión educadora es la que plantea, propone y estructura sus programas pensando en que en el mundo hay problemas de todos y que hay que colaborar en crear corrientes de opinión y de debate para que los ciudadanos busquen también su propia responsabilidad.

Bibliografía

AGUADED GÓMEZ, J.I. (1993): «Comunicación audiovisual en una enseñanza renovada. Propuestas desde los medios». Huelva, Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación», Aula de Comunicación I.

CARPENTER, E.Y MCLUHAN, M. (1974): El aula sin muros. Barcelona. Laia.

DURKHEIM, E (2003): Educación y sociología. Barcelona, Península

ENCUENTRO INTERNACIONAL SOBRE EDUCACIÓN AUDIOVISUAL. Conclusiones del Seminario de expertos. Santiago de Compostela, 7 de Diciembre de 2005

FERRÉS, J., (1994): «Televisión y educación». Barcelona. Paidós.

MARTÍNEZ-SALANOVA SÁNCHEZ, E. (1994): «Los medios en la cultura y la sociedad actual», en Comunica 2.

MARTÍNEZ-SALANOVA SÁNCHEZ, E. (1995): «Educación para la lectura crítica de la televisión», en Comunicar 4, 42- 51.

MARTÍNEZ-SALANOVA SÁNCHEZ, E. (2005): «Ciudadanos y pantallas: pasividad o responsabilidad» en Comunicar 25.

MARTÍNEZ-SALANOVA SÁNCHEZ, E. (2006): «La televisión educadora y la figura de los padres» en Revista Padres y Maestros nº 300. Págs. 14-17. A Coruña..

MARTÍNEZ-SALANOVA SÁNCHEZ, E. y PERALTA FERREYRA, I. (1994): Aprender la realidad con los medios de comunicación, Sevilla, Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación».

PERALTA FERREYRA, I. (2005): «El televisor: La pantalla estrella. El acto educativo ayuda a superar la dicotomía entre realidad y ficción». En Comunicar 25

PIAGET, J (1999): La psicología de la inteligencia. Barcelona, Crítica