



Si pudiera hacer zapping con la realidad
Ilustración: Lidia Susana Kalibatas

Estado del arte de la alfabetización en medios

States of the art of the literacy

Sylvia Gutiérrez Parejo*
sygupa@hotmail.com

“Durante más de 500 años hemos enseñado a nuestros niños a leer palabras. Ha llegado el momento de enseñarles también a leer las poderosas imágenes y sonidos de su mundo multimedia.”

Phil Hatlen, Superintendente, Escuela para los Ciegos e Impedidos Visuales de Texas

RESUMEN

El desarrollo tecnológico ha favorecido el sector de las telecomunicaciones. Gracias a los satélites y a la banda ancha, el acceso y uso a los medios de comunicación se ha generalizado en nuestra sociedad, propiciando transformaciones en la percepción y en los procesos de representación de la realidad, situación que se presenta por la falta de conocimiento de los medios que deja a los receptores pasivos e indefensos ante la sobreabundancia y el poder de los mensajes que reciben a diario. Esta realidad social que está desencadenando problemas de orden social y cultural, exige un profundo debate sobre la interrelación comunicación-educación, la necesidad de educar a las audiencias y la importancia de la alfabetización en medios. Por ello, el objetivo del presente artículo es presentar una aproximación del estado del arte de la alfabetización en medios o media literacy, para que sirva de referente a futuras investigaciones que aborden el tema.

ABSTRACT

The technological development has favoured the telecommunications sector. Thanks to the satellites and the broad band the access to and the use of communication media have generalized in our society, fostering transformations in the perception and in the processes of representation of reality. This situation is due to the lack of knowledge of the media, which leaves the receptors passive and defenseless before the overabundance and the power of the daily messages they receive. This social reality, which is unleashing problems of a social and cultural order, demands a profound debate on the interrelation communication-education, the need to educate the audiences and the importance of the media literacy. Thus, the aim of this article is to present an approach of the current situation of the media literacy, so that it can serve as a referent for future investigations tackling this issue.

** Candidata a Magíster en Comunicación. Directora del Programa de Dirección y Producción de Radio y Televisión de la Universidad Autónoma del Caribe. Comunicadora Social-Periodista. Especialista en Comunicación para el Desarrollo Regional.*

Palabras clave:
educación, comunicación, medios de comunicación y alfabetización en medios.

Key Words:
education, communication, media, media literacy.

Recibido:
Abril 2008

Aceptado:
Mayo 2008



Contexto mundial y nacional

Al hablar de lectura crítica de la información televisiva, es preciso referirse al concepto de educación en comunicación o educación para los medios, dado que por su filosofía y alcance dicha idea de interpretación crítica de los contenidos y los medios audiovisuales se inserta en él.

Por lo tanto, debemos situarnos en lo que los países anglosajones han llamado Media Literacy (Alfabetización en Medios), en Europa han denominado Educación en Materia de Comunicación, y en Iberoamérica, Educación para los medios (Media Education).

La alfabetización en medios o educación para los medios es un enfoque de finales del siglo XX, impuesta por la propia realidad presente para la educación. Su propósito es propiciar en niños y jóvenes una lectura y una recepción crítica de los mensajes provenientes de los distintos medios, mediante la reflexión y el análisis. Un aspecto determinante es que los alumnos aprendan los lenguajes para que ellos mismos puedan expresarse y realizar sus propios contenidos audiovisuales o literarios, fomentando con ello su creatividad y su capacidad para ofrecer alternativas estéticas o ideológicas.

La influencia de la Educación para los Medios ha crecido en los últimos años, sobre todo en países como Alemania, España, Francia, Inglaterra, Japón, Estados Unidos, Canadá, Brasil, México, Argentina y Chile.

En todos estos lugares, y en otros, se han logrado notables avances en el sentido de introducir en el currículum escolar el estudio y uso de los medios como recursos educativos, la creación y el análisis en torno a los diversos medios de comunicación, como la prensa escrita y los audiovisuales, en particular la televisión.

Desde 1970, una variedad de currículos en educación en medios han sido desarrollados, investigaciones y experiencias muestran que esos currículos pueden ser efectivos.

En Europa se han adelantado experiencias con gran éxito, especialmente en Alemania y España. Éstas corresponden a un programa voluntario en las escuelas desde el grado quinto hasta el décimo, mientras que en España se ha introducido la enseñanza de los medios en la educación primaria y secundaria.

Las escuelas en los estados Unidos también han implementado en sus currículos la educación en medios. Los docentes enseñan a los alumnos habilidades necesarias para vivir en un ambiente saturado de mensajes. Los esfuerzos en este país han sido diversos y ofrecen una variedad de grupos tales como Strategies for Media Literacy de San Francisco, Telemedia de Maryland (Wisconsin), Educational vides Center en Nueva Cork, Center for Media an Values in Los Ángeles. Southwest Alternate Media Proyects, the Nacional Council of Teachers of English y universidades como Harvard o Noth Carolina.

El desarrollo de currículos obligatorios para la enseñanza de los medios y la formación de los profesores en este campo, también ha permeado la educación en Canadá. En 1987, Ontario adoptó el entrenamiento en Media Literacy en 5000 escuelas aproximadamente, desde el séptimo grado hasta el doceavo grado, convirtiéndose en la primera autoridad en alfabetización en medios de Norteamérica (Kubey, 1991)

A partir de la última década del siglo XXI, en Australia se ha desarrollado un currículum obligatorio para la enseñanza de los medios desde kindergarten hasta grado 12 (Kubey, 1997).

A diferencia de las experiencias europeas y norteamericana en el ámbito latinoamericano los avances en este campo específico se han dado en la educación no formal. Países como Brasil, Chile, Argentina y Costa Rica, ofrecen programas sobre educación en los medios y han demostrado que los jóvenes y niños que han participado en estos programas son menos vulnerables de verse afectados por los mensajes que reciben a través de los medios de comunicación porque reciben la información desde una perspectiva crítica.

Comparando los modelos, esfuerzos y trabajos que se han hecho en Alemania, Australia, Canadá y España con lo realizado en Colombia, es indudable que nuestro país está muy atrasado en la alfabetización de medios. Sin embargo, este panorama

tiende a cambiar, tal como se planteó en la Asamblea Nacional por la Educación, en donde 13 de los 32 departamentos del país piden incluir medios alternativos de comunicación en la formación de los jóvenes y 29 mesas de trabajo propusieron extender el escenario de los medios de comunicación mediante un proceso de formación docente-alumno, desde el uso y la aplicación de los mismos en relación con el entorno.

Referentes teóricos

Considerando que el objeto de estudio de la investigación es la educación en medios debido a la influencia de la televisión, es importante precisar y abordar las teorías en este sentido.

Son muchos los estudios que se han realizado en torno al tema de la influencia de los medios; la mayoría sostienen que la televisión es el medio a través del cual el receptor adquiere modelos de conducta. Los referentes teóricos que soportan estos estudios son las teorías del aprendizaje social (Albert Bandura) y la del análisis de cultivo (George Gerbne, 1977). La primera sostiene que el ser humano aprende nuevos comportamientos observando a otras personas o modelos, y la segunda, relaciona los contenidos violentos en la televisión con las actitudes violentas en los individuos.

La teoría del aprendizaje social de Bandura se basa en el aprendizaje observacional: el ser humano pue-

de aprender de la observación con otros. Concibe al individuo como un ente de socialización que define su comportamiento con base en las actitudes y situaciones que le rodean, determinando las personalidades conforme a lo que se aprende, reteniendo la información recibida tanto en forma consciente como inconsciente. La mayoría de los comportamientos se adquieren por el sentido visual, que capta las actitudes y acciones de las personas que rodean al individuo, las imágenes se graban en el cerebro llevando al individuo a tener recuerdos que lo llevan a realizar actitudes imitadas, sin embargo, la persona piensa o llega a creer que son actitudes propias, que ejecuta de manera independiente, creyendo en muchos casos que su comportamiento es netamente original.

A pesar de ser una teoría general de comportamiento humano, Bandura y la gente afectada con la comunicación de masas la han usado expresamente para explicar los efectos de los medios de comunicación. Al respecto, Bandura (1967) advirtió que “los niños y adultos adquieren actitudes, respuestas emocionales y los nuevos estilos de conducta por el modelado filmado y televisado”.

Tal concepto es reafirmado por la teoría del Análisis del Cultivo, postulada por George Gerbner, quien plantea que los modos de vivir de los espectadores se forman de acuerdo a los personajes de televisión, influyendo en los modos de vida reales de la gente. La televisión estandariza

el conocimiento que los televidentes tienen del mundo y su entorno; es tanta la influencia de la televisión, que los telespectadores toman las representaciones televisivas como si fueran la realidad misma.

Resumiendo, la tesis principal de este modelo es que los medios desempeñan un papel socializador muy importante pues ofrecen una imagen de realidad que cala en los receptores si estos se exponen con frecuencia a los programas.

La teoría del análisis del cultivo demuestra la relación que existe entre el cultivo de orientaciones o supuestos generales sobre los hechos de la vida tomados de la televisión y expectativas personales más específicas; sus efectos son entremezclados, producto de una interacción del medio y el público.

En los últimos años, ha crecido la investigación sobre los efectos de la televisión en la sociedad. Castro Caido (2007) afirma que la televisión es un agente socializador de gran poder que influye en el ser humano. Es una fuente muy efectiva para la generación y formación de actitudes en los niños, ya que desde muy temprana edad éstos se ven sometidos a su influencia, sin poseer otro tipo de información.

Las conclusiones de la investigación “Los niños y los medios de comunicación, adelantada por la doctora María Josefa Domínguez, durante 4 años con miles de niños, padres y

profesores colombianos, establecen que el 73.73 % de los padres asegura que los niños reproducen en sus juegos lo que ven en la televisión; el 79.99 % considera que la televisión influye negativamente en sus hijos; el 92.92 % de los profesores reconoce alguna influencia de la televisión en los niños; el 81.36 % asegura que influye en su vocabulario y el 81.71 % anota que los niños imitan personajes de la televisión.

Ante esta situación, surge la necesidad de un proyecto educativo que incorpore como objeto de estudio los relatos y las estéticas audiovisuales que configuran la literatura cotidiana, de aprender a leer la multiplicidad de discursos televisivos. La escuela debe, entonces, de la mano de las ciencias de la comunicación, aprender a transformar ese conocimiento en información, transformar los modos de leer. Es así como surge una nueva perspectiva teórica: educación para los medios.

La influencia de la educación para los medios ha sido notable en los países europeos, en Canadá y Estados Unidos, principalmente. En Latinoamérica, según Morán (1994) se caracteriza por un conjunto de iniciativas de organizaciones educativas, en general cristianas y vinculadas a programas de educación de adultos, de educación informal y, ahora, aproximándose de la educación escolar formal. Son programas muy ricos metodológicamente, desarrollados en condiciones poco favorables de infraestructura y apoyo

gubernamental, compensadas por el entusiasmo e integración de grupos de educadores de varias áreas de conocimiento y por financiamiento de organismos internacionales.

Las más relevantes instituciones y organismos supranacionales se han ocupado de la educación para los medios. La Unesco, en 1979 utiliza el término “educación” o Educación para los Medios para referirse a todas las formas de estudiar, aprender y enseñar, a todos los ámbitos, 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 los modos de percepción y el papel del trabajo creador y el acceso a los medios de comunicación.

Posteriormente, en su declaración de 1982 expresa claramente que en lugar de condenar o aprobar el indiscutible poder de los medios de comunicación, es forzoso aceptar como un hecho establecido su considerable impacto y su propagación a través del mundo y reconocer al mismo tiempo que constituyen un elemento importante de la cultura en el mundo contemporáneo. No hay que subestimar el cometido de la comunicación y sus medios en el proceso de desarrollo, ni la función esencial de estos en lo que atañe a

favorecer la participación activa de los ciudadanos en la sociedad. Los sistemas políticos y educacionales deben asumir las obligaciones que les incumben para promover entre los ciudadanos una comprensión crítica de los fenómenos de la comunicación.

Al respecto, Barbero (2002), sostiene que educar para la comunicación ha de convertirse en la base de una nueva educación “los nuevos lenguajes requieren una nueva alfabetización, puesto que las tecnologías de la información introducen un nuevo lenguaje de lectura y escritura, que tienen que ser comprendidos y utilizados para culminar un nuevo período de analfabetismo que paradójicamente puede ir acompañado con un alto consumo, donde el individuo fácilmente puede ser sometido a la manipulación.

Len Masterman, en *Teachin the Media*, define la alfabetización en medios como la “capacidad de autonomía crítica” refiriéndose a la habilidad de pensar por cuenta propia, a interpretar los mensajes con los instrumentos que facilita la alfabetización audiovisual. A este concepto, Haider (2004) le incluye la capacidad de comprender e interpretar imágenes visuales, estáticas y en movimiento, el modo en que se organizan o estructuran los significados de las imágenes para tener un significado y comprender su impacto en los observadores.

A estos planteamientos se suma el

Consejo Audiovisual de Andalucía, organismo que pone de manifiesto el reto de formación de la ciudadanía en el universo mediático para que sea conocedora de los nuevos lenguajes audiovisuales de nuestra sociedad y desarrolle una actitud crítica. Su presidente, Vásquez Medel (2007) afirma que la alfabetización en medios debe plantearse como una educación “multidimensional”

que fomente la creatividad y sensibilidad hacia los nuevos lenguajes, abriendo nuevas perspectivas hacia otras culturas.

Bajo estas perspectivas, se concluye que la educación para los medios se preocupa de las posibles repercusiones de los mensajes audiovisuales en la formación de niños y jóvenes y de la situación en la que los detectores

de los medios ejercen su influencia sobre las grandes audiencias.

Las teorías esbozadas, evidencian la necesidad de apropiación de los códigos y lenguaje audiovisual por parte de los televidentes para que dejen de ser receptores pasivos y se conviertan en lectores críticos de esos mensajes.

Bibliografía

- Aguaded Gómez, José. *Televisión y telespectadores*. España: Grupo Comunicar Ediciones.
- Alfaro, Rosa. (1999) *Comunicación y Educación.: una alianza estratégica de los nuevos tiempos*. En Revista Signo y Pensamiento. Bogotá.
- Aparici, R (1999) *La educación para los medios de comunicación*, Madrid, Ediciones Latorre.
- Baran, Stanley. Hidalgo, Jorge. (2005) *Comunicación masiva en Hispanoamérica*. Cultura y literatura mediática. McGrawHill.
- Beltrán, Edgar. Calderón, Laura. (2007) *Alfabetización audiovisual: una alternativa para la lectura crítica de la televisión. Investigación sobre la educación en medios*. Universidad del Norte.
- Castro Caicedo, Gustavo. (2007) *Aprendamos a ver TV:Guía para padres y maestros*. Publicación de la Comisión Nacional de Televisión.
- Corominas, Agusti. (1994) *La comunicación audiovisual y su integración en el currículo*. 1ª. Edición. Barcelona: Editorial Grao.
- Dondis, D.A. (1993) *La sintaxis visual*. España.
- Ferrés, J. (1994): *Televisión y educación*, Madrid, Paidós.
- Fueyo, A. (2002): *Las series televisivas como pedagogías públicas: el análisis de “Compañeros”*. Ediciones: Universidad Complutense de Madrid.
- Kubey, Robert. (1991) *The Case for Media Education*. Volume X, Number 24. Editorial Projects in Education.
- Livingstone, Sonia. (1999) *Implications for children and televisión for the changing media environment: A British and European perspective*, Washington.
- López De la Roche, Fabio. (1998) *Los niños como audiencias. Investigación sobre recepción de medios*. Proyecto de Comunicación para la Infancia. Instituto Colombiano de Bienestar Familiar (ICBF). Bogotá: Da Vinci edit. 2000. Secretaría de Educación y Cultura de Antioquia. Hábitos y preferencias de los estudiantes de Educación Básica de Antioquia. Medellín.

- López De la Roche, Maritza. (1999) Procesos educativos y medios de comunicación. En Revista Signo y Pensamiento. Bogotá.
- Martín Barbero, Jesús. (2002) La educación desde la comunicación. Bogotá: Grupo Editorial Norma. Enciclopedia Latinoamericana de sociocultural y comunicación.
- Masterman, Len. (1993) *La enseñanza de los medios de comunicación*. 1ª. Edición. Ed.Madrid. Ediciones de la Torre.
- Morán, José Manuel. (1994) En: Revista Intercom. Revista brasilera de comunicación. La lectura crítica de medios en Latinoamérica. Sao Paulo, Vol, XVII, n.2, Julio/Diciembre.
- Pérez Tornero, José Manuel. (2000) Comunicación y educación en la sociedad de la información. Editorial Paidós. España.
- Quiroz, María Teresa. (2003) Aprendizaje y comunicación en el siglo XXI. 1ª edición. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Rincón, Omar. En: Televisión Infantil: voces de los niños y de la industria televisiva. Convenio Andrés Bello. Fundación Restrepo Barco. Bogotá: Febrero de 2002. www.cntv.org.co Estudios e investigaciones académicas.
- Sánchez Noriega, J. L. (1997) *Crítica de la seducción mediática*, Madrid, Tecnos.
- Sandoval E., Maritza (2006) Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales. Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Programa de Investigaciones Académicas de la Televisión, CNTV.
- Unesco (1999): Educating for the media and digital age. [Http://www.en.eun.org/eun.org2/eun/en/vs-media/content.cfm?lang=en&ov=4768](http://www.en.eun.org/eun.org2/eun/en/vs-media/content.cfm?lang=en&ov=4768) (del 09/01/04)
- Vásquez Medel, Manuel. (2007) Ponencia: "Alfabetización mediática, educar para el conocimiento", I Jornada sobre cultura y educación en la era digital. Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA). Sevilla.