

Presentación

Análisis crítico de los medios de comunicación

Que los mensajes se ajusten a la demanda generalizada de los usuarios de los medios, o que sea el medio quien genere dicha demanda, es un debate sin solución de continuidad. Los medios de comunicación existen, sus mensajes responden a posicionamientos culturales e ideológicos y la difusión que tienen es inmensa. En función de ello, lo importante es cómo vamos a utilizarlos, no cómo pueden ser «eliminados». La formación de los futuros ciudadanos y usuarios de los medios de comunicación determinará el futuro de estos medios, sus finalidades, contenidos y formatos.

Prescindiendo de sesudos ensayos sobre la capacidad manipuladora de los medios de comunicación, lo que resulta fundamental destacar es la enorme posibilidad de éstos para ser estudiados como valedores, precursores y sustentadores de un modelo cultural.

Si hablamos de los medios de comunicación masivos, están tan incorporados a la cotidianidad que su ubicación en el seno familiar y/o personal propicia su conocimiento y contemplación como elementos usuales de la cultura social, pero ¿por qué no lo son en la cultura escolar?

Más allá de preguntas retóricas, hemos de señalar la espectacular eclosión de los medios de comunicación en la última década, generalizando una cultura, la de la imagen, en la que tenemos que reconocernos mayoritariamente analfabetos. El aprendizaje y la enseñanza de los medios es una labor ardua pero necesaria, en la que todas y todos tenemos que implicarnos, a través de un análisis del propio medio y de sus contenidos de forma crítica, lúdica y creativa.

El análisis crítico de los medios de comunicación es precisamente el tema de esta cuarta entrega de la revista «COMUNICAR».

La tradición en la pedagogía de los medios de comunicación siempre se ha vinculado a las tres moda-

lidades de trabajo ya clásicas:

- El análisis crítico del medio en función de la consideración del mismo como objeto de estudio o conocimiento.

- El uso didáctico como herramienta o instrumento (en la actualidad material curricular), en el marco de cualquier disciplina o desarrollo educativo.

- La producción de medios de comunicación por parte del propio alumnado en un acto lúdico de expresión creativa.

La revista de medios de comunicación y educación «COMUNICAR» va a dedicar este cuarto número a la primera de las tradiciones de uso de los medios de comunicación: el análisis crítico de los propios medios.

Entender al medio de comunicación como objeto de conocimiento o estudio implica el acercarse a una realidad mediada. Es una realidad que tiene sentido en el contexto del propio medio y que en él se desarrolla. Del medio de comunicación nos interesan sus aspectos formales y su elaboración y producción de contenidos. Es bien distinto considerar la prensa escrita, la televisión o la radio. Cada uno de estos medios de comunicación construyen sus mensajes de forma distinta. Utilizan formatos bien diferentes, por lo que el análisis también ha de ser específico.

El análisis crítico basado en el estudio de los aspectos formales y tecnológicos de los medios de comunicación es uno de los posibles. Es preciso conocer las estructuras de elaboración y funcionamiento del medio, sus procedimientos tecnológicos esen-

ciales, para alcanzar un conocimiento más completo y en vista a comprender el sentido de determinados mensajes y cómo se elaboran.

Junto a los procesos tecnológicos de producción de los medios de comunicación, para realizar un adecuado análisis crítico del contenido de los mensajes emitidos por los medios, es fundamental conocer los procesos de construcción y presentación de los contenidos de los medios para, de esta forma, decodificarlos en el sentido

adecuado, con las referencias precisas y fundamentando los enunciados.

El análisis crítico de los contenidos de los medios aporta elementos esenciales para su estudio y profundización a partir de los conocimientos previos que niños y niñas tengan sobre la temática y sus relaciones, así como la construcción de nuevos conocimientos, implicados en un modelo globalizado, que integra los conceptos, principios, procedimientos, actitudes... en un marco cultural para dar respuesta a una realidad conocida a través de los medios. Los modelos culturales que transmiten los medios de comunicación son elementos de socialización y control, por lo que han de ser analizados críticamente para obtener aprendizajes y para construir las personalidades diferentes en cada persona pero que, en un acto cooperativo, reconstruyan conjuntamente una cultura social tolerante y solidaria, en base a los principios de libertad, pluralidad, igualdad, respeto a las diferencias y fraternidad entre todas las personas.

