

La educación en los medios de comunicación

**José Ignacio Aguaded Gómez
María Amor Pérez Rodríguez
Universidad de Huelva**

1. Introducción

El desarrollo de las nuevas tecnologías, junto a los más tradicionales sistemas de información y comunicación, son las coordenadas que definen a los hombres y mujeres de este siglo en general, pero de una manera muy especial a las nuevas generaciones, inmersas desde su nacimiento en un entorno progresivamente mediatizado.

El fenómeno comunicativo es, sin duda, la nota más trascendental y significativa que caracteriza la sociedad del mundo contemporáneo. Aunque en todos los períodos de la historia el hombre se ha servido de instrumentos para comunicarse, la magnificación y universalización de los medios y recursos del mundo contemporáneo ha hecho que esta actividad tan específica del género humano se haga especialmente singular en nuestros días.

Sin embargo, el hecho comunicativo no se sitúa plenamente si no se encuadra dentro de la revolución científica y tecnológica: las importantes innovaciones técnicas, mejoras en las condiciones laborales, un maquinismo creciente en todos los órdenes de la vida, el aumento de las horas dedicadas al ocio... Esta superación, al menos parcial, de las barreras del tiempo, del espacio e incluso de la materia, gracias al efecto de los medios de comunicación y las tecnologías de la comunicación y la información, está configurando un nuevo modelo de hombre y de sociedad.

Como respuesta a esta nueva sociedad de la información, a la problemática de las complejas relaciones de los niños y jóvenes con los medios de comunicación surge la necesidad de planificar y proyectar una educación para el conocimiento de estos nuevos lenguajes en el contexto de una sociedad cada vez más mediática e indagar y reflexionar cómo la educación en general, y la enseñanza en particular, han de responder al papel central que los medios de comunicación juegan en la vida de los chicos y chicas.

Nadie duda de la «poderosa influencia sobre los ciudadanos y de su importante potencial pedagógico» (Area, 1995: 5) y como consecuencia la urgencia de su integración en los procesos de enseñanza. Vamos, por ello a justificar las razones para la integración curricular de los medios de comunicación, definiendo qué entendemos por «educación en medios de comunicación», estableciendo no sólo su conceptualización, sino analizando sus objetivos, sus contenidos, las corrientes ideológicas y los marcos conceptuales en los que se apoya, sus modalidades de integración curricular..., de manera que la educación en medios de comunicación se entienda como un ámbito de estudio para la educación de la «competencia comunicativa», que supere la visión excesivamente tecnológica e instrumental, que fruto de las modas y lo atractivo de los avances tecnológicos, a menudo confunde y distorsiona las inherentes características y cualidades que los medios tienen de cara a la educación, y que en el marco de la Didáctica hemos de ir rentabilizando.

2. Hacia una educación para los medios de comunicación

Muchos investigadores señalan la contradicción y paradoja que se produce entre la relevancia social de la información y su escasa presencia en las aulas, pues «mientras los sistemas de comunicación y el flujo de la información son elementos cada vez más

vitales para la actividad social, económica y política en todos los niveles, la educación audiovisual sigue siendo algo marginal en los sistemas educativos de todas las partes» (Masterman, 1993: 16).

Es preciso para ello sistematizar algunas ideas fundamentales para definir la educación para los medios y justificar la integración de los medios audiovisuales en la enseñanza (Masterman 1993: 16-35).

1. El elevado índice de consumo de medios y la saturación de éstos en la sociedad contemporánea. La cantidad de horas de consumo de cualquier niño o joven de hoy en cine, radio, televisión, revistas, ordenadores, publicidad, vídeos... es realmente abrumadora. Pero ello no es sólo la nota más distintiva y, hasta cierto punto preocupante, de nuestra sociedad, sino, cómo nuestra experiencia personal depende de los medios y está saturada de los mismos.

2. La importancia ideológica de los medios y su influencia como empresas de concienciación. Además de nuestro elevado consumo y atención a los medios, ellos moldean nuestras percepciones e ideas, construyéndonos una realidad ficticia, como verdaderas «empresas de concienciación» (Cabero, 1997: 40), con lo que debemos superar «la creencia común de que la función primera de los medios es proporcionar noticias, información y entretenimiento a sus audiencias» (Masterman, 1993: 18) y en consecuencia afrontar una lectura activa de sus mensajes.

3. El aumento de la manipulación y la fabricación de la información y su propagación por los medios. Habría que empezar a educar en la desigualdad que existe entre los que ostentan el poder de la información y los que la consumen de manera indiscriminada e inocentemente.

4. La creciente penetración de los medios en los procesos democráticos fundamentales. En una sociedad cada vez más mediatizada, la influencia de la comunicación y la información es lógicamente más decisiva a la hora de defendernos de los graves excesos de la manipulación en los medios con fines políticos. Gonnert (1995: 35) reivindica el papel del uso de los medios para el conocimiento de la actualidad y la formación democrática.

5. La importancia de la comunicación e información visual en todas las áreas, incluso en el mundo de lo impreso, donde actualmente cobra mayor trascendencia la presentación, el diseño, la tipografía... en definitiva, la imagen visual.

6. La necesidad de educar a los alumnos para que hagan frente a las exigencias del futuro. Las instituciones escolares han ignorado con excesiva frecuencia la educación de los hechos presentes, los cambios culturales, políticos y de todo orden del mundo contemporáneo. Por tanto, el debate no ha de estar sólo en la incorporación de los medios en la escuela, sino «el tipo de formación cultural que queremos potenciar..., cómo integrar esa cultura mediática en las escuelas, cómo transformamos a los medios de comunicación en objeto de estudio y análisis curricular y cómo logramos que los estudiantes transfieran este conocimiento a su vida cotidiana», en definitiva, en plantearnos una filosofía y modelo de escuela (Aguaded, 1993).

7. El vertiginoso incremento de las presiones nacionales e internacionales para privatizar la comunicación. La información se entiende como un bien de consumo y ello conlleva al desarrollo de empresas corporativas mundiales que controlan los sistemas, tecnologías y empresas de la comunicación.

Si partimos de la base de que los planteamientos de los docentes, en este campo de la educación audiovisual, no coinciden, en la mayoría de los casos, con las actuaciones y pensamientos de la sociedad en general y de las nuevas generaciones en

particular, la justificación de la Educación para la Comunicación se hace básica y por ello la finalidad de la educación en medios de comunicación no ha de ser otra que «los alumnos comprendan de manera activa y consciente, en lugar de pasiva e inconscientemente, el lugar en que se encuentran y que capten el sentido de los textos de los medios de comunicación social» (Shepherd, 1993: 145).

3. La inserción curricular de la educación en medios: la transversalidad

La inserción curricular de La educación en medios de comunicación presenta diferentes alternativas como reflejo de las distintas corrientes y tradiciones. En síntesis, se defiende por un lado la opción de una asignatura independiente y en igualdad de condiciones con el resto de las materias curriculares, y en otra línea el tratamiento transversal, justificando la necesidad de la interdisciplinariedad, en que los medios exceden las áreas disciplinares tradicionales.

Una enseñanza específica sobre los medios no tendría un impacto efectivo si sus métodos no se introducen en todas las otras disciplinas y no influyen en el análisis de los productos mediáticos. Sin embargo, coincidimos con Masterman (1994: 65-66) en que el estudio de los medios como disciplina específica «presenta enormes ventajas», ya que hay razones imperiosas que han llevado a los especialistas a pensar que la integración curricular de disciplinas específicas sobre la educación en los medios es la mejor manera de afianzar la Educación para la comunicación, en los niveles de enseñanza superiores, mientras que en Educación Primaria la opción más válida parece ser su integración interdisciplinar.

Teniendo presente las características propias que el Ministerio de Educación establece para los temas transversales (MEC, 1993), la educación en medios de comunicación participa de todas ellas (Bernabeu, 1995: 8).

- Los alumnos comprenden los problemas cruciales de la sociedad, elaborando un juicio crítico sobre ellos a partir del trabajo con los medios, con lo cual se determina el para qué de la educación.
- La integración de los medios en el currículum fomenta no sólo capacidades intelectuales, sino también relaciones interpersonales, valores, actitudes, normas, estrategias y procedimientos, así como la inserción en el mundo social.
- La educación en medios parte de la toma de conciencia de una problemática social surgida en las últimas generaciones: el progreso y el avance tecnológico, por tanto refleja los intereses, los conocimientos y las ideas previas del alumnado.
- Es fundamental para definir las señas de identidad del centro educativo, dado que un uso integral de este eje transversal supone la implicación de todos los sectores de la comunidad escolar y su inclusión en el proyecto de centro.
- Favorece la relación de la escuela con su entorno, ya que los medios de comunicación vinculan a la escuela y la familia en un proceso compartido de aprendizajes y apropiaciones.
- La educación en medios abarca, según esto, a todos los niveles y áreas del sistema educativo, trascendiendo el marco curricular.

Ya hemos aludido a cómo el tratamiento de los medios de comunicación, para el acercamiento de los alumnos a la realidad cotidiana, no se limita sólo a contenidos informativos o conceptuales, sino que debe estimular y atender, puesto que sus

características lo facilitan, con una dinámica didáctica adecuada y centrada en el alumno, la motivación, los valores, la interculturalidad, el pensamiento crítico, la actitud investigadora, la interdisciplinariedad y el descubrimiento y la creación de sus propios mensajes de respuesta al medio.

Conocer críticamente los medios y saber emplear los nuevos lenguajes de forma creativa rompe definitivamente el distanciamiento entre lo que la escuela enseña y lo que los niños y chicos viven en sus hogares y en la calle (Aguaded, 1994: 113). El empleo de los medios en todos los ámbitos curriculares, tanto horizontal como verticalmente ha permitido al Equipo «Contrapunt» (1994: 83-87) afirmar que la «educación en materia de comunicación» más que un eje transversal, es una «transversal de transversales», por «ser un vehículo poderoso de integración de los saberes de las distintas áreas transversales».

La educación en medios de comunicación y su integración dentro del currículum escolar presenta tres enfoques diferenciados, Area (1995: 15):

- Área o asignatura independiente equiparable al resto de las materias del currículum, con espacios propios para su estudio, a menudo como una asignatura de segundo orden y en conflicto con otras asignaturas por sus metodologías más innovadoras.
- Contenido (conceptual, procedimental o actitudinal) dentro de los bloques de las áreas curriculares concretas. De esta forma se rompe el planteamiento global de la comunicación y en la mayoría de los casos los medios se reducen a su vertiente de auxiliares y recursos didácticos, con lo que la función que consideramos más genuina, de análisis de la comunicación contemporánea desde una vertiente activa, esto es, crítica y lúdica, se pierde. Además, esta integración parcial depende siempre de la específica preocupación del profesorado por este área de conocimiento.
- Tema transversal a lo largo de todo el currículum. La administración educativa española, en el proceso de la Reforma educativa apostó decididamente por la inclusión de la «educación en medios de comunicación» en los diseños curriculares del Ministerio y en los de la mayoría de la Comunidades Autónomas. Tanto los objetivos de etapas y ciclos, como los de las distintas áreas recogieron implícita y explícitamente –aunque de una manera muy desigual– la necesidad del uso de los medios de comunicación como nuevos contenidos relevantes, como lenguajes de comprensión e interpretación de la realidad y como nuevos medios al alcance de la mano. Sin embargo, la «educación en medios de comunicación» no aparece hoy formalmente como un área transversal, junto a los otros ámbitos como tales, esto es, la educación ambiental, la educación del consumidor, la educación para la paz, etc. La inclusión o no de la «educación en medios de comunicación» como eje transversal del currículum refleja un modelo concreto de concepción de la enseñanza, así como un tipo definido de conceptualización del uso didáctico, global o parcial, de los medios de comunicación en el aula.

3.1. Educación en medios de comunicación

El fenómeno del «analfabetismo audiovisual» (Tyner, 1993: 171) es una realidad palpable en nuestra sociedad. Cada vez más investigaciones y estudios demuestran que el consumo masivo e indiscriminado de los medios no lleva parejo –más bien al contrario– un conocimiento de los códigos del lenguaje audiovisual, provocando situaciones de indefensión ante sus mensajes (Aguaded, 1996: 8; Pérez Tornero, 1994: 28).

La educación en medios de comunicación no puede reducirse al uso de los medios en cuanto tecnologías al servicio del proceso de enseñanza-aprendizaje, por muy interesantes y didácticas que éstas puedan ser, o por lo mucho que motiven y faciliten

este proceso, ni tampoco es posible entenderla como una formación específica para el ejercicio de determinadas profesiones en el campo de las comunicaciones sociales. Su sentido y finalidad ha de ser la formación de la conciencia crítica y el desarrollo de actitudes activas y creativas en los alumnos para conocer y comprender los envolventes procesos de comunicación que vive la sociedad de hoy.

Concretamente, la educación en medios de comunicación, en el marco de una enseñanza de calidad, tendrá que definirse atendiendo a:

- Las expectativas que los niños y jóvenes tienen en cuanto a los medios. No se trata tanto de defenderlos de ellos, ya que aunque es cierto el uso y abuso indiscriminado que se hace de los mismos, no se deben obviar las enormes ventajas de su expresión y comunicación.
- El análisis del contenido y la relación que mantiene el sujeto receptor con los medios de comunicación, de manera que se pueda establecer una confrontación entre la propuesta cultural de los medios –como parte de la sociedad–, y las percepciones espontáneas que se puedan tener, para esclarecer con ello las convergencias y divergencias.
- La formación de personas que sean conocedoras de los nuevos lenguajes audiovisuales de nuestra sociedad y sean capaces de apropiarse críticamente de ellos y de emplearlos creativa y activamente como canales personales de comunicación.
- Una acción pedagógico-didáctica, adecuadamente organizada que promueva una actitud crítica, una comprensión del lenguaje audiovisual, de la estructura y función que los medios representan y además incentive las capacidades y actitudes de los alumnos.
- Una concepción globalizada del fenómeno educativo en su doble interacción con los medios, como objeto de estudio dentro de la escuela y como instrumento al servicio de un modelo alternativo de comunicación educativa.

La UNESCO, en 1979, establecía una definición que se ha considerado como el patrón de referencia para este ámbito de conocimiento:

«Todas las formas de estudiar, aprender y enseñar a todos los niveles (...) y en toda circunstancia, la historia, la creación, la utilización y la educación 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, 1984: 8).

En nuestro contexto, la educación en medios de comunicación se ha definido como «la educación de los niños y niñas y jóvenes de ambos sexos para que sean receptores críticos, selectivos y activos ante los mensajes que reciben a través de los distintos medios de comunicación» (Bernabeu, 1994: 137), de manera que en el centro se desarrolle una verdadera «cultura comunicativa».

Los destinatarios de este nuevo «eje transversal» de la enseñanza pueden ser:

- Los maestros y profesores de todos los niveles del sistema educativo y de todas las especialidades curriculares.
- Los niños y jóvenes, expuestos diariamente a una «dosis» audiovisual considerable, sin conocimiento ni análisis de estos nuevos códigos de interpretación y expresión del mundo.

- Los grupos y responsables comunitarios (educadores, animadores, asociaciones, etc.), preferentemente de ámbitos populares.

Por último, indicar que si bien hay un gran consenso mundial, tanto en la necesidad de poner en marcha programas de Educación para la Comunicación, como en los objetivos y metodologías, hay en cambio una gran variedad de denominaciones para titular esta importante parcela curricular.

El término «educación para los medios» se emplea actualmente en Iberoamérica. Como objeción al mismo, cabe señalar que, en un estricto sentido, la palabra «medios» en castellano, como señala Sancho (1995: 53), es excesivamente amplia en el ámbito general e incluso a escala docente, recogiendo otros recursos didácticos ajenos a la comunicación social.

En los últimos años se ha utilizado con frecuencia –incluso desde el propio Ministerio de Educación y de revistas especializadas– el término «Educación en materia de Comunicación», recogiendo explícitamente el título de la traducción al castellano del libro de la UNESCO (1984): «Education aux médias», traducido por la propia Organización en el mismo año. Aunque la denominación está ya asentada, tiene como principal *handicap* la amplitud del concepto de «comunicación» que al igual que «medios» en solitario hace referencia a otras muchas realidades, además de la comunicación social y sus medios de transmisión. Como variante se encuentra el de «educación para la comunicación», que mantiene la misma amplitud semántica, pero dando en sí cabida la educación en los medios de comunicación. Hay otras denominaciones que en las últimas décadas han ido imponiéndose con mayor o menor asentamiento, vinculadas a la especificidad de ciertas corrientes.

El término que nos parece más genérico, «educación en medios de comunicación», recoge, mejor que ningún otro, la traducción de la acepción que tiene en otros países la palabra inglesa «media». Además, consideramos que la preposición «en» es la que mejor define el sentido de la inclusión de los medios de comunicación con una finalidad crítica en la enseñanza, frente al sentido finalista (y consideramos también reduccionista) de la preposición «para».

3.2. Metas y finalidades de la educación en medios de comunicación

Si partimos de la base de que cualquier proceso de enseñanza-aprendizaje requiere una planificación, es evidente la necesidad de justificar cuáles son los objetivos de la integración curricular de los medios, admitiendo que las aspiraciones de la educación en medios de comunicación no pueden ser esencialmente conceptuales, sino más bien actitudinales y valorativas.

El aspecto clave que justifica la educación en medios de comunicación es el desarrollo de la capacidad de análisis y crítica del alumno y para ello habrá que favorecer una toma de conciencia ante los medios, que facilite esa necesaria distancia para apreciar los mensajes de estos. En consecuencia la tarea verdaderamente importante y difícil del profesor de medios será fomentar en sus alumnos la confianza en sí mismos y la madurez crítica suficientes para que puedan aplicar sus juicios de valor. Por tanto los objetivos irán encaminados a:

- Descubrir los mecanismos, simbolismos y estrategias que emplean los medios para construir la realidad y seducirnos.
- Seleccionar y descubrir las intenciones ocultas y valores que los medios, con una aureola de transparencia, transmiten.

- Identificar y comprender las principales funciones y propósitos de los medios, especialmente, la información, la formación y el entretenimiento.
- Conocer el funcionamiento de los medios, el modo en que se constituyen como industrias culturales, los intereses y poderes asociados y su papel en la sociedad.
- Desarrollar la creatividad, la innovación y la cooperación, utilizando la expresión y comprensión de los medios como nuevo lenguaje comunicativo.
- Utilizar técnicas de investigación y documentación, mediante la búsqueda, selección, e interpretación de la información.
- Educar para el pluralismo y la tolerancia, a través del contacto con la diversidad de culturas, de expresiones y de formas de vida, y, al mismo tiempo, proporcionar una visión de la vida.
- Introducir una metodología participativa en el aula con múltiples recursos, estableciendo cauces de información y comunicación entre los distintos miembros de la comunidad escolar y líneas de cooperación e intercambio con el exterior.
- Crear espacios educativos que faciliten el aprendizaje, mediante el acceso a la información y a la producción de comunicación por parte de profesores y alumnos.
- Valorar la función social de los medios de comunicación de masas y de los nuevos medios técnicos y su importancia como instrumentos de cooperación y solidaridad.

En definitiva, la educación en medios deberá plantearse como una educación «multidimensional» que:

- Sitúe al alumno ante el proceso de la comunicación como emisor activo y como receptor crítico.
- Fomente la creatividad y sensibilidad hacia los nuevos lenguajes.
- Enseñe a decodificar sus códigos y a analizar críticamente sus contenidos.
- Enriquezca los criterios de juicio, aumentando su autonomía y distanciamiento ante los mensajes de los medios, abriendo nuevas perspectivas hacia otras culturas.
- Favorezca la expresión y comunicación mediante el lenguaje audiovisual, con la creación y elaboración de productos mediáticos.
- Desarrolle la socialización y la participación, en una actitud de apertura, de plena libertad de expresión y de rechazo de todo adoctrinamiento desde los medios.

3.3. Los contenidos

El proceso de enseñanza-aprendizaje que determina la educación en medios de comunicación requiere una selección de contenidos acorde con un modelo de aprendizaje en el que la recepción, la reflexión y la acción/respuesta sean los ejes fundamentales, de tal manera que las tres grandes dimensiones en las que se han de delimitar los contenidos de los medios sean: la recepción, su análisis y el desarrollo de destrezas comunicativas y expresivas.

Los medios construyen la realidad, son símbolos, signos, sistemas, que hay que interpretar, ya que no son más que un reflejo, una representación. Por lo tanto los principios genéricos y los aspectos claves que, con mayor o menor insistencia, se han de tener presentes se establecen en torno a la necesidad de fomentar el conocimiento crítico y creativo, esto es, activo con los medios de comunicación. Así se deduce que las áreas esenciales que ha de contener la educación para los medios se han de centrar en:

- El texto que significan los medios. Es decir, analizar las producciones mediáticas en sus diferentes tipos, géneros, códigos y estructuras, así como en sus significados denotativos y connotativos, estableciendo ideologías y valores y sus consiguientes interacciones.
- Quién o quienes lo reciben. El significado de los textos no está tanto en factores inherentes al texto en sí como en el significado que otorgan los receptores. Cuestiones como múltiples significados del texto, los valores y sesgos implícitos en esos significados, las elecciones y selecciones, el uso, el disfrute, la cultura, el género, etc han ido adquiriendo más importancia en los últimos años, como consecuencia de investigaciones recientes, con lo que parece fundamental dotar al alumno de habilidades que le permitan una lectura activa sobre los medios.
- La propia producción de los textos mediáticos. La educación en medios ha de facilitar el conocimiento de «cómo se ha producido un texto, quiénes lo han producido, por qué, en qué circunstancias y en qué contexto se ha producido» Shepherd (1993: 145). Por ello en este área hay que profundizar en contenidos como las tecnologías, las prácticas de producción utilizadas, aspectos económicos de propiedad y control, su distribución, etc.

La educación en medios debe facilitar el conocimiento, las estrategias, destrezas y actitudes necesarios para la lectura de estos textos de forma personal y crítica, a la vez que las respuestas activas a los mismos. Nos interesa conocer «cómo funcionan los medios, cómo producen significado, cómo son parte de la industria de construcción de la realidad y cómo esa supuesta realidad ofertada por los medios es interpretada por quienes la reciben» (Masterman, citado por Area, 1995: 13). En definitiva, los alumnos deben aprender con una metodología de investigación y construcción del conocimiento que acompañe ejercicios de lectura crítica de los medios, con actividades de producción y expresión personal.

Considerar los medios como simples instrumentos tecnológicos facilitadores de la enseñanza, nos aleja de los modelos conceptuales que establecen como elementos claves de La educación en medios de comunicación el estudio de la semiótica, la ideología, los contextos sociales de la producción y el consumo y el público destinatario, además del planteamiento de transversalidad. Ello supone una concepción reduccionista de la educación en medios de comunicación que ha traído consigo la separación artificial del uso de los medios (prensa, por un lado; y las llamadas «nuevas tecnologías», por otro) sin permitir entrar en profundidad en una visión global de la comunicación y en las aportaciones que este eje transversal, como ámbito de conocimiento específico.

Sin embargo parece claro, a la luz de las más recientes corrientes e investigaciones, que la educación en medios de comunicación comprende unos nuevos lenguajes, con nuevos códigos de lectura, de comprensión e interpretación, que van más allá de la suma del lenguaje escrito con el visual, y que suponen por ello una auténtica revolución comunicativa, al aportar una nueva codificación de la realidad, más allá de los propios medios. En consecuencia, engloba necesariamente también todo el conjunto de tecnologías de la información y la comunicación que progresivamente van sumándose a la vida diaria, gracias al impresionante avance de las ciencias. Son estas tecnologías-punta las que sin duda han ido configurando este nuevo marco de conocimiento y estos nuevos lenguajes. Ahora bien, teniendo presente que los instrumentos materiales no son más que la base y los soportes, que responden a una realidad mucho más compleja, pues su uso no tiene sentido si no es encuadrado dentro de un contexto más amplio,

como es el de la comunicación del mundo moderno, con sus nuevos lenguajes y medios y su novedosa conceptualización de la realidad.

Por todo ello, una óptima propuesta de la educación en medios de comunicación debe centrarse, como indica Bernabeu (1994: 138) en dos ejes centrales: la formación de receptores críticos y el fomento de la cultura comunicativa. Al mismo tiempo hemos de diferenciar:

- «La educación en los medios» o conceptos. El estudio de los medios en sí mismos y en este sentido, hay que entender la lectura crítica que permite valorar e interpretar los mensajes, seleccionándolos como receptor activo.
- «La educación con los medios» o procedimientos: estrategias que permitan el desarrollo de técnicas de trabajo intelectual e investigación, el conocimiento del alfabeto audiovisual, los elementos que lo componen, sus reglas, etc.
- «La educación ante los medios» o actitudes: consumo selectivo, espíritu crítico y criterio personal. Se trata de formar en torno a la influencia de los medios de comunicación en la sociedad y en la propia vida.

Bibliografía comentada

Aguaded Gómez, J.I. (1999): *La educación en medios de comunicación. Panorama y perspectivas*. KR, Murcia. 150 pp.

Este texto realiza una panorámica general sobre la educación en medios de comunicación en Europa y el mundo, reseñando las experiencias más importantes que se han desarrollado en las últimas décadas. Previamente conceptualiza este ámbito de conocimiento, estableciendo su denominación, objetivos, contenidos y posicionamientos ideológicos.

Aguaded Gómez, J.I. (1999): *Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva*. Paidós, Barcelona. 356 pp.

Necesaria aportación para el estudio de la televisión como medio e instrumento definidor de la sociedad en la que vivimos. Plantea una reflexión sobre el medio televisivo fundamentada en investigaciones realizadas en numerosos países, que trasciende los datos científicos y estadísticos para llegar a los usuarios de la televisión y educar su «competencia televisiva». Desde esta perspectiva se insiste en la necesidad de profundizar socialmente en la comunicación de este medio, en su impacto, sus audiencias, especialmente infantiles y juveniles, y el tratamiento de las difíciles relaciones entre la educación y la televisión.

Thesing, J. y Priess, F. (1999): *Globalización, democracia y medios de comunicación*. Ciedla, Konrad-Adenauer, Buenos Aires. 452 páginas.

Es tanta la densidad de intercambios y de informaciones que es preciso una adecuada formación que haga posible unas interpretaciones independientes y pluralistas. En este sentido se plantean en este volumen una serie de interrogantes que son la base para los distintos trabajos y reflexiones, además de ofrecer las ideas y el pensamiento de expertos en comunicación de Alemania. La obra plantea la necesidad de una política de medios ante la nueva realidad que se avecina de concentración de poder en los medios. El texto ofrece una temática de máxima actualidad y de profundo debate en torno a la

configuración de nuestra sociedad moderna, algo que desde la educación tenemos que plantearnos muy frecuentemente.

Iriarte, P. y Orsini, M. (1996): *Educación y medios de comunicación*. CEPROMI, Cochabamba. 120 pp.

Esta guía didáctica, para la enseñanza primaria, se plantea como una ayuda para aquellos docentes que quieran formar la conciencia crítica de sus alumnos frente a los medios de comunicación.

Gutiérrez Marín, A. (1997): *Educación multimedia y nuevas tecnologías*. Ediciones de la Torre, Madrid. 286 pp.

Este texto invita a los docentes a reflexionar de una forma crítica para que lejos de una educación con los medios, puramente instrumental, prevalezca una educación para los medios, analizándose la importancia de los medios en la sociedad, sus posibilidades de integración curricular y la presencia de las nuevas tecnologías en los programas y en la formación de los docentes.