|  |
| --- |
| **Recursos audiovisuales**  **http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0066audiovisuales.htm**  Los textos de esta página web son del libro ***«Medios, recursos y tecnología didáctica para la formación profesional ocupacional»***escrito por los profesores José Ignacio Aguaded y Enrique Martínez-Salanova y publicado en 1998  [http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/0%20Imagenescine/0%20aularia%20logo%20revista.gif](http://www.aularia.org/) |

[**Aula creativa**](http://www.uhu.es/cine.educacion/index2.htm)**/**[**Home**](http://www.uhu.es/cine.educacion/)**/**[**Cine y educación**](http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/index.htm)**/**[**Metodología didáctica**](http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/000didactica.htm)**/**[**Periódico en las aulas**](http://www.uhu.es/cine.educacion/periodico/index3.htm)**/**[**El puntero de don Honorato**](http://www.uhu.es/cine.educacion/puntero/00_puntero_inicio.htm)

[Aprender de cine](http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/aprendercine.htm)/Temas de e[ducación en el cine](http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/educacionycinetemas.htm)/[Grandes temas en el cine](http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/grandestemas1.htm)/[Cosas de cine](http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/cosasdecine.htm)/[Unidades didácticas](http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/unidadesdidac1.htm)/[Figuras de cine](http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/figurasdecine.htm)/[Haciendo cine](http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/haciendocine1.htm)

[Autor](http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/salanova.htm)/[Mapa del sitio](http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/mapadelsitio.htm)/[Bibliografía](http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/bibliografia.htm)/[Enlaces](http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/enlaces.htm)/[Glosario de cine](http://www.uhu.es/cine.educacion/cineyeducacion/glosariocine.htm)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| [**Diapositivas y diaporamas**](http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0066audiovisuales.htm#Diapositivas_y_diaporamas_) | [**Sonidos**](http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0066audiovisuales.htm#Sonidos_) | [**Radio**](http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0066audiovisuales.htm#Radio_) | [**Televisión**](http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0066audiovisuales.htm#Televisión) |
| [**La imagen en movimiento. El vídeo digital**](http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0066audiovisuales.htm#La_imagen_en_movimiento_) | [**Cine**](http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0066audiovisuales.htm#Cine) | [**Publicidad**](http://www.uhu.es/cine.educacion/didactica/0066audiovisuales.htm#Publicidad) |  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | | Diapositivas y diaporamas **A pesar de que el diaporama se realiza hoy con toda eficacia en el ordenador, con programas de presentación como el Power Point, voy a incluir aquí la forma manual de hacerlo por si es de interés de alguien o por recordar un poco la historia reciente.**  **Qué es y cómo se utiliza**  **Las diapositivas (hoy obsoletas, sustituidas plenamente por la proyección informática) son, junto con las fotografías, las transparencias, los carteles..., uno de los medios audiovisuales de los llamados de «imagen fija», que ofrecen más posibilidades de iniciación en el aula a los medios de comunicación, dada su facilidad de uso, su sencillez de manejo, simplicidad de manipulación, economía y accesibilidad.**  **Es posible introducir este medio audiovisual de comunicación en todos los niveles, especialidades y materias de la formación profesional ocupacional. No sólo por la utilización tradicional que de él se ha hecho en el aula, sino también por las posibilidades que tiene de captar realidades y como nuevo lenguaje de expresión e interpretación de la misma.**  **La diapositiva**  **La diapositiva es un positivo transparente, en color o blanco y negro, enmarcado para su proyección en una montura, la más común, de 5x5 cms.**  **La dianegativa**  **La dianegativa es un negativo transparente, en blanco y negro, producto de la utilización de una película revelada que no se positiva. Se enmarca para su proyección en una montura de 5x5 cms. el negativo de una película fotográfica. Es muy sencilla de realizar, fotografiando dibujos en blanco y negro y para su revelado no es necesario laboratorio, ya que simplemente se utiliza el tanque o cubeta de revelado. Posteriormente se pueden colorear con rotuladores permanentes.**  **Diascopio**  **Es el proyector de diapositivas (de dia, a través de… y scopio, instrumento para ver o examinar, proyector de transparencias).**  **Episcopio**  **Proyector de opacos (epi, sobre). Tiende a desaparecer de las aulas por su gran tamaño en comparación con otros proyectores, por la necesidad de oscurecer completamente el aula para verlo bien y porque debido a la intensidad de calor que desprende puede abarquillar o quemar las láminas. No obstante es conveniente tenerlo en cuenta ya que se encuentra todavía en muchos centros y lugares formativos.**  **Epidiascopio**  **Proyector de diapositivas y opacos. Utilización didáctica**  **La utilización didáctica de las diapositivas en el aula puede servir como un recurso al servicio del proceso educativo, diversificando diferentes fuentes de información y ofreciendo una plataforma gráfica de gran motivación e interés para los alumnos. Frente a las tradicionales clases -que se han basado hasta ahora en la exclusiva verbalización por parte de los profesores de temas a veces difícilmente explicables y observables visualmente con facilidad-, las diapositivas pueden ser un instrumento privilegiado como soporte de apoyo y auxiliar didáctico de los diferentes contenidos o áreas de trabajo.**  **Los principales obstáculos que han impedido la generalización del uso de las diapositivas en el aula son superables sin grandes dificultades. Por un lado, el tradicional respeto y temor de los docentes al uso de nuevas tecnologías no tiene, en este caso, prácticamente razón de ser, dada la facilidad con que se manejan estos aparatos. Sí es cierto que la dificultad mayor está en la organización espacial de los centros que impiden la presencia fija de los proyectores en las aulas y las pantallas para su proyección y en muchos casos la imposibilidad de oscurecer totalmente el aula. En este caso, la solución más viable y factible es ir aumentando progresivamente el número de aulas dotadas con estos medios que puede girar en torno a tres grandes ejes de actuación: la proyección de montajes audiovisuales, la recreación de los mismos y la elaboración de diaporamas más o menos complicados.**  **1. Proyección de diaporamas**  **Por un lado, la proyección de montajes audiovisuales de diapositivas -escaneadas de libros o enciclopedias o realizadas por los propios alumnos, y montadas en algún programa informático (power point, por ejemplo) - pueden integrarse en las programaciones didácticas de cualquier curso o acción formativa, como complemento de los materiales escritos o del libro de texto. Estos montajes permiten concebir una enseñanza más dinámica, que incorpora junto al libro de texto y la pizarra, otros recursos didácticos motivadores e impactantes.**  **Hay que reconocer, por otro lado, que este uso tradicional de las diapositivas en las aulas, no ha venido acompañado en muchos casos, de un cambio de la metodología tradicional de enseñanza, ya que los docentes han seguido impartiendo exclusivamente sus clases magistrales, adornadas con dicho soporte visual, pero cambiando poco o nada la metodología.**  **Toda proyección debiera responder a un planificación didáctica -que no tiene que ser laboriosa, pero sí explícita y compartida por un equipo de trabajo o seminario- que incorpore actividades previas de los alumnos, así como trabajos de post-proyección que permitan una profundización e interpretación crítica tras ver la serie de diapositivas.**  **Producción de diapositivas**  **La producción de diapositivas (y dianegativas) comprende las siguientes etapas:**  **Toma o escaneado de fotografías**  **Montaje en una serie secuenciada en power point o similar**  **Sonorización en su caso**  **Preparación para el uso, sin olvidar algún documento o ficha técnica que sirva como complemento informativo o de trabajo reflexivo para el alumno.**  **Exposición mediante cañón proyector y defensa y explicación oral del trabajo.**  **Actividades con diaporamas**  **El diaporama se puede definir como la combinación de imágenes fijas proyectadas, sincronizadas con un montaje sonoro a través de dispositivos informáticos (antes se hacía con diapositivas y proyectores, uno o varios, analógicos) electrónicos.**  **Junto al tradicional uso de la proyección de imágenes, ya sea acompañadas de bandas sonoras, ya sea como soporte visual a explicaciones docentes, hay también otras posibilidades de uso de este medio audiovisual que han sido menos utilizadas en las aulas. Profesores y alumnos pueden participar en la recreación de montajes ya realizados, cambiando bandas de sonido, alterando el orden de las imágenes, intercalando nuevas secuencias, etc. Esta actividad permite, sin duda, adentrar a los alumnos en el desciframiento de los mensajes audiovisuales, a través del proceso de la captación del sentido de los mismos y su reinterpretación. Además esta actividad posee indudables dotes lúdicas para los alumnos que aprenden divirtiéndose creativamente, al tiempo que desmitifican la «aureola sacra» de los «media».**  **El diaporama ofrece una gran calidad de imagen y una gran complejidad audiovisual. El empleo de este medio debe buscar la motivación de los alumnos, el uso de diferentes técnicas de trabajo en grupo, dando prioridad a la participación y al protagonismo de los alumnos, permitiendo que los docentes se conviertan realmente en dinamizadores del proceso de aprendizaje.**  **La elaboración de diaporamas o *diatape*, según diferentes terminologías, supone una secuenciación de imágenes (elaboradas manualmente o en ordenador, o escaneadas, o captadas mediante una cámara fotográfica) y una banda sonora (palabras, músicas y efectos especiales). La armonización de este conjunto tan amplio de elementos y su correspondiente temporalización es una forma sencilla de iniciar a los alumnos en el complejo mundo de la imagen y la comunicación, pues son ellos mismos los que han de realizar todas las fases que conlleva este producto audiovisual. Sin duda alguna, esta fase creativa es la vertiente que menos se ha potenciado en las aulas y que mayores virtualidades tiene para que los alumnos conozcan estos nuevos lenguajes y tengan los recursos necesarios para realizar su interpretación icónica.**  **Los medios técnicos**  **El diaporama es uno de los medios audiovisuales más económicos y de más fácil manejo. Para su utilización, sólo se requiere un cañón proyector, un ordenador, y sonido adaptado. En el proceso de creación, las dificultades son fácilmente abordables, puesto que la elaboración manual requiere un conocimiento técnico mínimo.**  **Integración en la formación profesional ocupacional de adultos**  **En en acciones formativas dedicadas a formadores en ejercicio o a futuros profesores, es imprescindible el uso de diapositivas y la confección de diaporamas por la perfección de detalles y las posibilidades técnicas y creativas que procura. Los alumnos pueden ellos mismos elaborar el diaporama para luego verlo proyectado.**  **Esta actividad aporta una notable motivación a los alumnos, a la par que entran en el mundo de la investigación profesional mientras buscan datos icónicos cuando emprenden la tarea de elaborar montajes de diapositivas más o menos sofisticados sobre temas del programa o de sus propias profesiones.**  **Las diapositivas pueden ser, sin duda, y a pesar de los monótonos usos que tradicionalmente se les han asignado, un revulsivo para innovar técnicas de aprendizaje, y cauce idóneo para favorecer la participación de los alumnos, fomentando una enseñanza más motivadora y más enraizada en el entorno cotidiano. Los recursos no modifican en sí mismos la metodología, sino que es necesario un replanteamiento global de la propia planificación didáctica.** Sonidos | |
|  | **Decía Mcluhan (1985) que *«la pedagogía contemporánea no corresponde a la era de la electricidad, se quedó en la era de la escritura»*. Cuando la sociedad vive un mundo cargado de sonidos e imágenes, la escuela, y la educación en general, sigue invirtiendo un gran porcentaje de su tiempo y sus energías en enseñar exclusivamente el alfabeto gráfico. *«Antes de coger el tren de las nuevas tecnologías, no debemos olvidar otros trenes que nunca se han llegado a coger»*, se afirmaba en un interesante documento sonoro elaborado por profesores de la UNED (1986).**  **En las aulas, se han dedicado muchas horas a la memorización, al trabajo escrito, a los exámenes de conocimiento, a los apuntes, a las pruebas, etc.; pero muy poco tiempo a enseñar a hablar, a expresarse en público, a discutir dialogando, a debatir sosegada y constructivamente, sin acritud... a emplear el lenguaje verbal como instrumento esencial y prioritario de la comunicación humana, en los más variados contextos y momentos: desde la charla en público al debate, desde el soliloquio y el monólogo interior hasta la intervención en un medio de comunicación, etc.**  **La realidad en este sentido ha sido casi siempre muy pobre y el hecho es que los muchos años de acción escolar no han evitado que los alumnos hayan salido de los diversos niveles del sistema sin capacidad para desarrollar adecuadamente su dimensión expresiva oral. ¿Cuántos adultos no sentimos «vergüenza» de expresarnos en público ante los compañeros o a la hora de impartir una conferencia?**  **Pocas veces nos hemos parado a pensar reflexivamente sobre los mensajes verbales que emitimos, a analizar críticamente los mensajes sonoros propios o ajenos, a crear nuestras propias producciones verbales...El lastre gráfico de nuestra enseñanza y la tiranía icónica de nuestra era visual, no nos deben impedir ayudar a desarrollar en los alumnos la expresión verbal personalizada, la capacidad de expresión colectiva.**  **El sonido ofrece múltiples posibilidades para el desarrollo de la imaginación, la evocación, la creatividad, la sugestividad, la sensibilidad estética, etc. En un mundo de innumerables ruidos y de tormentas visuales, es necesario potenciar también otros mensajes sonoros más armoniosos, que permitan un desarrollo más equilibrado de la personalidad de los alumnos.**  **Las aulas están inmersas en un universo acaparador de ruidos y sonidos; sin embargo, un simple análisis nos permite descubrir que pocas veces éstos son analizados reflexivamente y que menos aún permiten el desarrollo de la capacidad de los alumnos de expresarse libre y espontáneamente, de adecuar su potencial expresivo a los distintos entornos cotidianos; en definitiva, de conseguir un nivel de verbalización, óptimo para su desarrollo madurativo.**  **El análisis crítico de los mensajes del entorno, la capacidad de intervenir oralmente en público, la posibilidad de desarrollar un diálogo enriquecedor y constructivo y la elaboración de mensajes sonoros adaptados a los distintos contextos de los alumnos... se convierten de esta forma en prioridades de una educación de calidad que pretenda un equilibrio armonioso de las potencialidades de los alumnos, en función de sus necesidades de desarrollo personal y social.**  **Especificidad del medio**  **Los medios sonoros poseen como medios de comunicación unas características propias que los hacen especialmente óptimos y aptos para su uso en las aulas. Frente a la acaparadora y exclusivista atención que requiere la imagen, los sonidos pueden ser compaginados con otras actividades alternativas, sin coartar la imaginación, la capacidad de evocación, la actividad manual (plástica, dinámica, artística...), etc.**  **El mundo sonoro puede ser además, un complemento perfecto para disminuir la apabullante presencia de los ruidos (interferencias de todo tipo) en el aula. Músicas armoniosas, recitaciones melódicas, poesías, narración oral de anécdotas, juegos verbales, expresividad oral imaginativa... son actividades formativas y lúdicas que permiten favorecer un mejor clima de aula, al tiempo que se fomenta una mejor comunicación y el desarrollo del sentido musical, armonioso y sonoro.**  **Utilización didáctica**  **Las posibilidades de utilización didáctica del sonido en el aula giran, por tanto, en torno a la audición de mensajes comerciales grabados en diferentes fuentes como la radio, la televisión, las grabaciones sonoras o las propias producciones de los alumnos. Hoy día es más asequible que nunca, dada la posibilidad de grabación y montajes digitales.**  **La gama de aplicaciones es inmensa y abarca tanto la creación de audiotecas, como la producción y emisión de dramatizaciones, recitaciones, etc.**  **1. La audición de mensajes sonoros**  **El elemento sonoro, en sus vertientes de palabra/texto, música y efectos especiales y de ambiente tiene amplias posibilidades en el aula: entretenimiento, información, documentación, aprendizaje de idiomas, desarrollo del sentido estético-sonoro, goce musical, etc.**  **Como recurso complementario que permite ser alternado con otras actividades, la utilización de los sonidos en los centros educativos, nos facilita la creación de atmósferas más relajadas, con mayor ambiente de trabajo y un clima de relaciones humanas más sosegadas y pacíficas.**  **Frente a los ruidos externos y a la aplastante presencia en la sociedad de la «tiranía icónica», el aula debe tender a convertirse en una isla de sonidos armoniosos.**  **2. Creación y grabación de mensajes sonoros**  **Junto a la complementación de otras actividades con la audición de mensajes sonoros, es viable desarrollar también este medio de comunicación con el fomento de la producción de comunicaciones orales, tanto aquéllas en las que los propios alumnos son protagonistas de los mensajes, como otras donde actúen como intermediarios para la captación de mensajes musicales, grabaciones históricas de acontecimientos importantes, recuperación de documentos de tradicional oral (leyendas, refranes, cuentos narrados por ancianos), programas de radio, etc.**  **La creación, grabación y realización de montajes sonoros permite a los alumnos seguir todos los pasos del proceso, puestos en marcha por los medios de comunicación oral en la elaboración de sus mensajes. Seguir todas estas fases supone por tanto descubrir las ventajas y limitaciones de estos medios de comunicación, al tiempo que se van desvelando sus mecanismos de información y también de manipulación. Es este proceso creativo el que pone en situación a los alumnos para descubrir los resortes de información y convencimiento que los medios poseen, así como sus virtualidades comunicativas.**  **En este campo de creación de mensajes sonoros, ocupa sin duda un lugar importantísimo la participación de los alumnos en programas de radio comerciales e incluso la construcción de emisoras en los centros. De estas propuestas nos referiremos en los próximos apartados.**  **Los medios**  **Los instrumentos técnicos empleados en el medio sonoro poseen como principal ventaja su facilidad de manejo y su conocimiento prácticamente general. Los últimos avances digitales y sus posibilidades de almacenamiento, han traído consigo equipos más versátiles, manejables y portátiles, con tamaños reducidos y precios muy asequibles. Con estos equipos se cuentan además no sólo en el aula, sino en los propios hogares de los alumnos, por lo que se facilitan trabajos de profundización y ampliación. De todas formas, en los centros educativos, debe potenciarse también la creación de «audiotecas» y «discotecas» -en su sentido primario- como puntos neurálgicos y centrales para la documentación y el almacenamiento de las producciones de los alumnos. Desgraciadamente, nuestra cultura gráfica ha incidido en la necesidad de las bibliotecas de centro y aula -que son por cierto, imprescindibles- y ha abandonado totalmente el registro y archivo de los documentos sonoros.**  **En todo caso, la potenciación del mundo sonoro en los centros educativos -como en el resto de los medios de comunicación- no exige necesariamente la presencia de un lugar específico de custodia de materiales. En esta apasionante aventura, lo esencial es la planificación de los equipos de profesores para hacer realidad un proyecto educativo donde esta dimensión crucial de la persona no sea olvidada.**  **Integración en los planes formativos**  **Muchos profesores, encandilados por la presencia apabullante de la imagen, consideran al sonido como un medio pobre. Sin embargo, las posibilidades del mundo sonoro están aún por descubrir en la mayoría de los centros educativos.**  **El mundo auditivo ofrece múltiples pistas de trabajo para desarrollar la sensibilidad y el espíritu crítico e investigador de los alumnos. El desarrollo de la expresión oral sigue siendo una asignatura pendiente en el mundo de comunicación interpersonal ya que la mayoría de los alumnos no recibieron en su momento la enseñanza expresiva oral suficiente como para comunicarse, hablar en público o presentar mensajes ante determinados auditorios.**  **La expresión oral, mediante diálogos, debates, exposiciones, composiciones verbales, descripciones en alta voz... debe estar incluida en todas las acciones formativas, inexcusablemente en lo que se refiere a orientación y búsqueda de empleo, comunicación, venta de productos, marketing y publicidad, formación y aprendizaje, y en todos aquellos campos correspondientes a familias profesionales que tengan que ver con la información y la gestión o atención al público.**  **Pero es necesario además, potenciar este nivel expresivo con el empleo de cintas magnetofónicas, audiciones de discos documentales y musicales, grabaciones de los propios alumnos, análisis y participación en programas de radio, audición de textos literarios en grabaciones, dramatizaciones y teatros grabados, etc.**  **La expresión oral tiene en los medios de comunicación sonoros múltiples posibilidades de desarrollo para la adquisición de hábitos orales en idiomas, grabaciones de entrevistas adquiriendo la tan ignorada técnica del preguntar, recuperación de mensajes sonoros populares (como romances, fandangos, recetas de cocina, consejos de «la vieja», refranes, canciones y leyendas orales...), etc.**  **El medio sonoro puede ser explotado también en los centros educativos como objeto de estudio y análisis, aprendiendo a manejar técnicamente los aparatos (cómo funcionan, por qué se graba, cuáles son los distintos sistemas de reproducción del sonido y las peculiaridades de cada uno, cómo se monta un estudio de audio, etc. En todo caso, estas actividades pueden tener finalidad en sí mismas, ya que en el mundo laboral, en la empresa, es cada vez mayor la necesidad de polivalencia profesional.**  **Es importante además que los alumnos sean más conscientes de la importancia que los medios tienen como lenguajes y de la necesidad de comprenderlos y hacer un mejor uso de ellos.**  **En educación es necesario también potenciar el análisis y reflexión de los mensajes sonoros que diariamente recibimos de los medios comunicación. Radio, televisión, cine, megafonías... ponen a diario en funcionamiento un conjunto de informaciones que tienen que ser interpretadas desde una óptica crítica y responsable. Técnicas de montaje, procesos de guionización, recursos orales de los medios, sistemas de captación de los oyentes, etc. son, entre otras, nuevas propuestas para una integración didáctica de los medios sonoros en las aulas de los centros formativos.** | |
|  | Radio **Desde que en 1901 se produjera la primera emisión entre América y Gran Bretaña por radio, las cosas han cambiado mucho. Nuestro aire está invadido por las ondas y las frecuencias están cada vez más saturadas. Telefonía móvil, radioteléfonos infantiles, emisiones vía satélite, ondas pesqueras, telecomunicaciones intercontinentales, televisión internacional, sistemas de búsqueda personalizados... son ya parte del universo cotidiano.**  **La existencia de las ondas electromagnéticas transmisibles en el espacio fue descubierta en el campo técnico a mediados del siglo pasado por el físico C. Maxwell. Sin embargo, la historia asigna el descubrimiento de la radio al italiano Marconi, quien en 1897 consigue la transmisión práctica por medio del sistema morse. Desde aquel evento hasta hoy, la radio ha evolucionado en calidad tecnológica y especialmente en las infinitas posibilidades de uso, no ya sólo como medio de información de masas, sino como sistema interpersonal de comunicación.**  **Sin embargo, la radio, desgraciadamente, ha permanecido muy ajena al mundo de la educación.**  **Ni los profesionales del medio han comprendido la particularidad del mundo docente, ni el sistema educativo ha sabido integrar los valores formativos de este medio sonoro. Ferrán González (1989) dice que «no se trata de jugar a hacer radio, ni siquiera de realizar una actividad paralela a la escuela, consiste en aprovechar la magia de la radio para hacer una educación más activa, democrática, crítica y solidaria».**  **No obstante, frente a este desconocimiento mutuo, en los últimos años hemos ido asistiendo a una tendencia de encuentros y convergencias que han llegado a materializarse en experiencias de programas de radio elaborados por profesionales destinados especialmente por sus temáticas y lenguajes a alumnos de todos los niveles, programas elaborados por los propios alumnos en las emisoras comerciales con un mayor o menor protagonismo y periodicidad, así como la creación de emisoras en los mismos centros educativos, con posibilidades de difusión autónomas, dentro de ciertas limitaciones.**  **El número de experiencias didácticas de radios ha aumentado progresivamente en los últimos años, recibiendo incluso respaldos de la administración educativa, como proyectos de innovación y experimentación educativa.**  **La fundamentación pedagógica que sustenta el uso de la radio en la enseñanza gira alrededor de los mismos planteamientos generales que justifican el empleo didáctico de los medios de comunicación en las aulas: la presencia social de la comunicación audiovisual y la consiguiente necesidad de favorecer una lectura crítica y creativa de los mismos, así como de abrir los centros educativos a la realidad del entorno.**  **Aprender desde las aulas individual y colectivamente a escuchar reflexiva y creativamente diferentes mensajes provenientes de los «media», potenciar el valor de lo verbal (dicción, expresividad, vocalización, lógica de exposición, propiedad discursiva, etc.) así como adquirir técnicas de trabajo colectivo, de investigación, de programación de proyectos, de iniciativa creadora, de autogestión... son sin lugar a dudas tareas a las que la educación no puede renunciar.**  **Las diferentes materias de un plan formativo, con el uso de los medios de comunicación sonoros, pueden ser interrelacionadas en una globalización metodológica que responda más fielmente, según los principios modernos del aprendizaje, a la manera que los alumnos tienen de percibir el mundo y la realidad. La parcelación abstracta que las disciplinas someten a la realidad, necesita contrapesos globalizadores e interdisciplinares.**  **El uso de los medios, y en este caso, de la radio, facilita esa necesaria interconexión, puesto que pone en funcionamiento los mecanismos de estímulo suficientes para hacer la labor educativa más motivante, creativa, cercana a la realidad cotidiana y próxima al proceso investigador/creador. En definitiva, una enseñanza mucho más dinámica, activa, participativa y sensible a la necesidad de preparar e insertar desde las aulas ciudadanas y ciudadanos democráticos, responsables y libres.**  **Utilización didáctica**  **La utilización didáctica de la radio en la enseñanza puede entenderse desde diferentes niveles. En nuestro análisis, la enfocaremos desde una doble vertiente: la radio como sustento o soporte de acciones educativas -radio educativa- y la radio que se produce en las aulas, según el grado de protagonismo de los alumnos y los roles que desempeñen en el proceso de recepción y creación del mensaje radiofónico.**   |  |  | | --- | --- | | *Radio en las aulas* | | | Radio educativa | • Audición de programas comerciales  • Recreación de montajes radiofónicos | | Radio en el aula | • Elaboración de programas simulados • Taller de radio en el aula: emisora |   1. La radio educativa  **Los mensajes radiofónicos emitidos por las emisoras comerciales han estado prácticamente ignorados en los centros educativos: el desconocimiento de las programaciones, la inadecuación de los horarios de emisión, la poca sensibilidad de las emisoras comerciales ante el mundo de la educación, incluida la profesional y la escasa mentalización y formación de los profesores para el uso de este medio como recurso educativo han sido entre otras, algunas de las causas que han provocado que, salvo contadas y a veces muy interesantes experiencias, la radio comercial no haya tenido peso específico en las aulas.**  ***Alumnos en una emisora en las aulas***  **Sin embargo, las posibilidades que ofrece la radio comercial como medio de conocimiento y aprendizaje en el aula están aún por explorar. Los alumnos, individual o colectivamente como oyentes, pueden desarrollar sus conocimientos de temas que tienen que ver con su formación profesional o simplemente fomentar actitudes críticas y reflexivas como usuarios de un medio de comunicación de notable incidencia social.**  **La magia del sonido a través de la voz, la música y los efectos especiales cautivan fácilmente permitiendo desarrollar la creatividad e imaginación. La posibilidad de creación de mundos imaginarios propios a través del valor sugerente de la fusión entre la palabra y la música, así como el empleo del lenguaje como símbolo de percepción e identificación personal, encuentran en la radio un aliado idóneo.**  **Las diferentes materias que se aglutinan y conjugan en una determinada acción formativa, son de alguna manera analizadas a través de los programas de ocio, cultura, debates, coloquios, noticias, informes, concursos, deportivos, musicales... Y no se trata simplemente de encontrar el referente inmediato en las asignaturas tradicionales. La radio ofrece una visión globalizadora de la que a veces estamos ausentes en el contexto formativo. Esta globalización de los conocimientos -basados en el entorno cotidiano- se revela de esta forma como elemento crucial del proceso de aprendizaje.**  **La radio comercial ofrece en sus diferentes y variadas cadenas provinciales, regionales y nacionales una programación amplísima. Voz, música y efectos sonoros favorecen, en resumen, la creatividad, imaginación y reflexión de los alumnos. Además es posible la audición colectiva de programas musicales, debates o tertulias, noticias y entrevistas. Sin embargo, las radios comerciales no han sabido hasta ahora generalmente sintonizar con el mundo de la educación.**  **En este campo, las posibilidades están muy abiertas y tanto docentes como periodistas de radio tendrán que seguir lanzándose recíprocamente lazos para el encuentro.**  **2. La radio en las aulas: taller y emisora**  **Junto a la audición del mensaje radiofónico como auxiliar curricular y como recurso para favorecer el análisis crítico de los alumnos, la radio ofrece otra vertiente creativa de desarrollo en los centros educativos: el taller y la emisora. Frente a las personas como oyentes y destinatarias del mensaje radiofónico, que hemos analizado en el apartado anterior, entendemos por radio en las aulas la alternativa que este medio ofrece para convertir a los alumnos en los protagonistas del medio.**  **En el ámbito de la radio en las aulas, son los propios alumnos los que junto a la función de destinatarios y receptores de la producción sonora, se convierten al mismo tiempo, en los protagonistas de la radio.**  ***a) La simulación radiofónica.* El formato radiofónico ofrece a los alumnos, según F. González (1989), una metodología y técnica estimulativa para vehicular los diferentes contenidos curriculares, desde una vertiente creativa y de producción. En el aula se pueden grabar múltiples mensajes sin necesidad de emitirlos inicialmente, puesto que es el proceso de aprendizaje, lo que desde un punto de vista didáctico interesa, más que los resultados o la proyección de los mismos, sin tener presente unos mínimos de calidad.**  **Aún con el inconveniente de renunciar a la «magia de las ondas», las simulaciones cumplen una función estimulante y motivadora para alumnos y profesores, ya que se emplean fórmulas de canalización de la expresión que en muchas ocasiones se ignoran en las aulas: entrevistas, debates, concursos, noticias, reportajes... son propuestas válidas para prácticamente todas las familias profesionales, en cuanto que en ellas caben los más diversos contenidos (conceptos, actitudes y procedimientos).**  ***b) La participación radiofónica en una emisora profesional,* ajena a los centros educativos, utilizando sus instalaciones ya ocasional o periódicamente, es otra de las modalidades que puede revestir esta segunda alternativa de la introducción didáctica del medio radio en las aulas. Como afirmábamos anteriormente, radio y educación no han llegado aún a descubrir sus posibilidades mutuas de colaboración, que en todo caso han de tener presente la idiosincrasia infantil y juvenil y el respeto a sus derechos como consumidores y ciudadanos en proceso de maduración. Este aspecto tiene un especial sentido en aquellos casos que la colaboración entre ambos medios se quiera fundamentar, dado el carácter privado y por ello comercial de las radios, en el uso abusivo de la publicidad y el consiguiente intento de manipulación hacia la audiencia, que ya de por sí sufre suficientemente en sus hogares el bombardeo publicitario.**  **Esta alternativa de participación en programas radiofónicos ofrece la ventaja de contar con el asesoramiento técnico de profesionales del medio que facilitan la labor de comunicación a los alumnos, consiguiendo no sólo óptimos resultados en la calidad sonora, sino en la propia estructuración de los programas. Los alumnos pueden, por ello en este caso, dedicarse íntegramente a la preparación de los contenidos temáticos y musicales de los programas, condicionados también al tiempo y al grado de independencia con que se cuente en la planificación de los mismos.**  **Existen abundantes experiencias de este tipo a nivel nacional, provincial y especialmente local, desde la proliferación de emisoras municipales y comerciales en la banda de la frecuencia modulada, a partir de la regulación de Ley de Ordenación de las Telecomunicaciones (LOT).**  ***c) La emisora en el centro educativo.* Las emisoras en centros educativos suponen la culminación del proceso de integración de la radio en las aulas. Aunque sin un marco legal que las ampare -se perdió la oportunidad de regular su existencia en la reciente promulgación de la LOT-, las emisoras de estas radios ofrecen a la comunidad educativa un medio de comunicación que es a la vez un recurso de aprendizaje.**  **Su escasa potencia, su finalidad exclusivamente didáctica, su servicio comunitario (ámbito del centro y en todo caso poblaciones vinculadas con el entorno educativo), su nula competencia con las radios comerciales ya que no emiten publicidad ni tienen un fin comercial y lucrativo, sus pocas horas de emisión... son características que reúnen prácticamente todas las radios que se producen en las aulas, que deberían servir como atenuantes a ser tenidos en cuenta para su amparo y cobijo oficial.**  **Las emisoras de radio en las aulas dinamizan y movilizan centros educativos, sobre todo en condiciones formativas adversas, como educación para marginados, educación de adultos con carencias serias en su aprendizaje, aulas de garantía social, etc. Pero además, cobran pleno sentido en aquellos centros educativos que se planteen seriamente el uso de recursos que permitan luchar contra el monopolio de la información -de los medios- por parte exclusivamente de organismos centralizados.**  **Las radios libres de décadas anteriores fueron un buen testimonio de la necesidad de diversificar los medios y permitir que otras voces también puedan tener sus plataformas comunicativas. La democracia no ha llegado aún a los medios, que siguen imponiendo su dictadura de opiniones y de mensajes unidireccionales. Es verdad que hoy día los medios son plurales, pero también es justo reconocer que la pluralidad no sólo parte de una radio plural sino de una pluralidad de radios.**  **La magia de las emisoras de radios en las aulas está en que ofrecen una posibilidad única e inigualable para que profesores, alumnos, asociaciones y muy especialmente en pueblos y zonas marginales cooperen, junto al protagonismo de los alumnos, en una experiencia educativa integral. No se trata de hacer piruetas tecnológicas, ni de imitar modelos comerciales -tentación que inicialmente tienen los alumnos-, sino de abrir realmente los centros educativos a su entorno a través del propio protagonismo del que aprende, potenciando su sentido cooperativo, de trabajo en equipo, de investigación individual y grupal, de análisis de la realidad, junto al desarrollo de la expresión verbal (la dicción y vocalización tienen en este medio su principal aliado) y escrita, mediante un proceso estimulante y globalizador de toda la enseñanza y el aprendizaje.**  **La radio en las aulas tiene inmensas posibilidades de desarrollo. Es imprescindible partir de programaciones planificadas y coherentes y no actuar sujeto a improvisaciones e individualismos propios de momentos de euforia.**  **Los proyectos de integración de la radio en las aulas deben recoger desde la concepción de emisora que se pretende poner en marcha y los planteamientos filosófico-pedagógicos que la sustentan, hasta la fundamentación y marco pedagógico general (líneas didácticas de la experiencia, justificación, objetivos, equipos docentes, etc.); la estructura organizativa de la emisora y el funcionamiento de la misma (programaciones, horarios, espacios, recursos humanos, roles y funciones, integración de alumnos, participación de profesores y comunidad, colaboración de instituciones, líneas metodológicas, etc).**  **Un proyecto de radio en las aulas debe contar necesariamente para su ejecución con una serie de medios técnicos que en contra de la opinión general, no tienen que ser costosos ni de complicado montaje. Una simple emisora de poca potencia, adquirida por piezas o ya montada, acompañada de una antena y un mezclador es suficiente como equipos especiales. Micrófonos, tocadiscos y magnetófonos completan el sencillo utillaje que es necesario inicialmente.**  **A medida que el proyecto se vaya consolidando y cumpliéndose sus objetivos estrictamente educativos, es viable pensar en una ampliación de los medios, incorporando una mayor potencia, siempre limitada a la no interferencia de las emisoras comerciales y a cubrir el ámbito de la propia comunidad educativa, así como un modulador de FM (frecuencia modulada), mejores equipos de reproducción del sonido como compact-disc, cadenas de alta fidelidad, platos de disco, mezcladores de varias entradas, etc. En todo caso, en el funcionamiento de las emisoras en las aulas, lo importante, una vez más, no es la «parafernalia tecnológica», sino el proceso de aprendizaje, y este principio básico no siempre queda claro en muchos docentes que han querido convertir las radios del aula en auténticos equipos profesionales, en detrimento de su fin último, que es enseñar con la radio a los alumnos para que sean más críticos, dialogantes y creativos.**  **La ubicación de la emisora puede hacerse en cualquier local pequeño del centro o incluso compartir espacio con otras dependencias, aunque esta fórmula no es muy aconsejable dada la protección que deben tener los equipos para garantizar su conservación.**  **Las horas de emisión y sus horarios, los tipos (directo o diferido), las técnicas de programación (guiones), los tipos de programas (informativos, dramáticos, musicales, culturales, de entretenimiento, propagandísticos, monográficos, educativos, etc.), deben determinarse según las posibilidades de los propios equipos, contando con los recursos disponibles y el tiempo de dedicación.**  **Puede fácilmente comprobarse por ello que un proyecto de radio no puede ser entendido como una labor individual de algún profesor, ni siquiera de un reducido equipo docente, sólo en la medida que un centro educativo se implique en el proyecto, es posible su puesta en marcha y especialmente su mantenimiento y consolidación.**  **La radio ofrece un amplio abanico para su explotación didáctica en el aula. Se trata de una herramienta educativa de gran valor pedagógico que pocas veces se ha explorado en los contextos educativos. La educación de adultos, con su currículum abierto y flexible, ofrece ahora una ocasión inmejorable para hacer realidad esta positiva integración.** | |
|  | Televisión **La llamada «caja tonta» es hoy día la gran supervedette de casi todos los hogares y familias españolas. Nuestros hijos y alumnos pasan más horas ante la televisión a la semana que tiempo permanecen en el aula. Y lo peor es que la cifra todavía no ha tocado fondo, con el dramatismo y agravante que supone ver que progresivamente, y a pasos agigantados, los programas van perdiendo calidad y ganando en chabacanería, superficialidad y clichés estereotipados, sobretodo a partir de la puesta en escena de los canales privados y autonómicos.**  **La batalla campal no ha hecho más que empezar y mientras que el mercado publicitario parece que se mantiene estable, sin síntomas de crecimiento, las «teles» se «parten la cara» buscando nuevas audiencias -más «masas»- y menos costes.**  **Ante esta dura realidad, gobierno y ciudadanos casi permanecemos al margen; eso sí, sentándonos después del duro trabajo en el sofá familiar a ver lo que nos «echen» durante unas cuantas horas al día. El coloquio familiar está servido: «vídeos de primera», o si se prefieren, programas macabros que rozan el más crudo morbo; y luego las películas, que van desde la violencia más descarnada, al terror, el sexo o amoríos entimentales al estilo americano. Rara vez surgen signos de esperanza, como la firma de convenios entre la televisiones y la administración para «preservar» la dignidad de los espectadores, pero pocos son los que le dan credibilidad a estos actos con altas dosis de «escaparate», que no rozan siquiera los esquemas culturales que se trasmiten ni el fundamento básico de la publicidad.**  **La televisión se ha convertido en la estrella de la familia; a ella se supedita el diálogo familiar, el tiempo de ocio y diversión, las relaciones familiares, el contacto con los amigos, las lecturas, las salidas, las relaciones humanas, e incluso el estudio o el trabajo. Este artefacto que, como afirma Fabricio Caivano, es ángel y demonio a la vez, nos «abastece de sueños, leyendas, modelos y proyecciones» y nos «cura» de la realidad cotidiana, invadiendo todos los ámbitos de nuestra existencia.**  **Influencia de la televisión**  **Los fundamentos del vídeo son de carácter electrónico. La energía luminosa reflejada por la realidad se transforma en señales eléctricas que, a través de un proceso de emisión por ondas, se convierte de nuevo en señales luminosas en la pantalla del televisor, que no es más que un mosaico de seiscientas veinticinco líneas (hasta la puesta en marcha de las mil doscientas de la alta definición) que reaccionan lumínicamente, excitadas por la corriente eléctrica.**  **La televisión es uno de los más recientes medios de comunicación que, sin embargo, en pocos años ha alcanzado un alto poder social y un rol prácticamente casi insustituible en la vida de los ciudadanos contemporáneos. Información, formación y ocio han sido las tareas tradicionalmente asignadas a los medios, que la televisión ha hecho suyas también; no obstante, su poder de convocatoria y su acceso universal a casi la totalidad de la población, a veces incluso transmitiendo en directo, ha permitido a este medio, más que a ningún otro la «mundialización» -o lo que es lo mismo, la «aldeanización»- del pensamiento y de los modos de actuar y comportarse.**  **La realidad, al tiempo que la diversidad, cultural y social de la humanidad, se ha hecho más cercana gracias a sus poderosas redes. Pero además, junto a esta faceta positiva, la televisión es también canal de transmisión de estereotipos, clichés uniformados, costumbres idealizadas, modelos contraculturales... que incitan a una masificación irracional, a una uniformación inconsciente de costumbres y hábitos, a un consumismo exacerbado, a la pasividad ante hechos inhumanos y crueles y a una manipulación de nuestras propias creencias y convicciones, sobre todo de aquellas personas menos protegidas por su escaso nivel de maduración o cultura.**  **Aunque esta influencia social de la televisión se produce en todos los niveles y sectores sociales, independientemente de su sexo, su edad, su nivel cultural o clase social, es en la infancia y adolescencia -período de enseñanza obligatoria- donde más se acentúa, por la especial sensibilidad de los alumnos al mundo audiovisual. La audiencia infantil no permanece al margen. Desde los dos años, niñas y niños pasan horas y horas delante de la pantalla, quedando fascinados inicialmente por su luminosidad y cromancia, por sus sonidos, por sus cascadas visuales. Los chicos y jóvenes son mucho más sensibles que los adultos ante este mundo. Ellos son una generación audiovisual por excelencia, porque han nacido y crecido viendo televisión desde cortas edades, atraídos ya por la magia del color y el movimiento.**  **Estudios recientes están demostrando que los más jóvenes tienen una mayor capacidad de captación del código audiovisual que los de más edad, que han adquirido este «hábito» en su madurez, y por tanto, ya lejos de la plasticidad que define los primeros períodos de aprendizaje.**  **Progresivamente la «tele», por su abusivo consumo, va limitando el tiempo de juego, la capacidad de pensar, la dedicación al estudio y la lectura, las relaciones familiares, el compañerismo... Se potencia así una fantasía estandarizada y uniformadora que coarta la imaginación, la creatividad y la propia maduración del juicio personal.**  **La televisión provoca, en definitiva, la pérdida de perspectiva crítica de sus telespectadores, transformándose, como afirma Cazaneuve, en un «simple reflejo de la realidad, convertida en espectáculo», en un «mero universo electrónico» paralelo, pero distorsionado de la realidad.**  **Sin embargo, la alternativa a la televisión no está en la «contratelevisión», esto es, en una pretendida ignorancia de su apabullante presencia. No se trata de plantear la existencia de una «bestia negra» que haya que eliminar a toda costa, como enemigo social número uno. Es posible y más bien necesario encontrar alternativas a la televisión desde la propia televisión.**  **La televisión de por sí ni es mala ni es buena, es simplemente un instrumento que las nuevas tecnologías han puesto en manos de los ciudadanos, con muchas posibilidades de desarrollo positivo para la humanidad y la formación de las personas. Sin embargo, al igual que después de la invención de la imprenta, hubo que comenzar a enseñar a leer, es necesario, en primer lugar, la formación de ciudadanos conocedores del «demiurgo audiovisual», que sean capaces de dosificar e interpretar los mensajes televisivos.**  **Desmitificar los medios, diferenciar conscientemente imagen y realidad, desvelar manipulaciones y tergiversaciones persuasivas, aprender a analizar los programas compartidamente profesores y alumnos, padres e hijos, convertir la crítica a los mensajes televisivos en un juego diario, gratificante, divertido y estimulador del desarrollo personal de los alumnos, son actitudes y actividades que han de insertarse necesariamente la programación seria y coherente de los proyectos educativos.**  **Utilización didáctica**  **La educación tiene que desmitificar ídolos; tiene que enseñar a los alumnos a desenvolverse en la sociedad de una forma juiciosa, madura y consciente. El adulto, que está en formación constante, necesita integración educativa constante en su medio; y su medio -no es un mero juego de palabras- es en infinidad de ocasiones la excesiva influencia de los medios. No es posible concebir, desde los más mínimos criterios racionales, una enseñanza que prioriza el estudio de integrales y sintagmas preposicionales, de la protohistoria y la iconosfera, de la fotosíntesis y los magmas volcánicos e ignora al mismo tiempo ver y analizar críticamente las imágenes que nos «contaminan» a diario.**  **Distinguir la realidad del espectáculo audiovisual, descubrir mecanismos de manipulación, gozar con la información bien hecha, con documentales sobre hechos insólitos, con dibujos llenos de mensajes didácticos... es una competencia que la educación no puede eludir. En un mundo donde cada vez más se han perdido los papeles tradicionales y donde la acelerante especialización y el absurdo estrés de la vida moderna hacen impensable que los padres y las madres se dediquen a «educar» a sus hijos, los docentes tenemos que asumir parte de esta función, no sólo instructiva sino también educativa que supone enseñar a ver la televisión, a seleccionar y también a apagar en su justo momento.**  **La explotación didáctica de la televisión en la enseñanza tiene múltiples propuestas de uso: televisión educativa -que por desgracia, en España hasta hace muy poco, ha tenido un pobre desarrollo frente a por ejemplo, los países anglosajones-, vídeos didácticos, ver y analizar programas de televisión en conjunción con las parcelas curriculares o interdisciplinarmente, análisis creativo de los mensajes, conocimiento del medio televisivo (programaciones, historia, tecnologías, etc.), recreaciones del medio (cambio de bandas sonoras o visuales, alteraciones de secuencias...), etc.**  ***a) La televisión educativa,* tiene sus primeras experiencias en la década de los setenta. Frente a la programación convencional, establece sus diferencias en la presentación de los contenidos y en el tratamiento de las materias formativas. En la actualidad, de nuevo en España, tras varios intentos anteriores, se ha reavivado la necesidad de contar con programaciones educativas en las televisiones, que normalmente compaginan el estudio de idiomas, documentales tecnológicos y científicos, informativos, con programas de historia, sociedad, consumo, medicina, artes, educación, religión...**  **Los avances tecnológicos permiten ya por otro lado, la captación por vía satélite de otros canales que emiten programaciones educativas como Eutelsat II y Eurostep (European Association of Ussers of Satelites in Training an Education Programmes) desde 1990, a través del satélite de comunicaciones «Olympus» y que incorporan como novedad programas en otros idiomas, como el inglés, el francés, el alemán y el italiano.**  **La utilización de la televisión educativa en los centros educativos puede ser de gran utilidad, siempre que se parta de una programación previa que sincronice los contenidos con los programas televisivos. Además, conviene contar también con óptimos aparatos de recepción de la imagen, puesto que ver vídeo o televisión grandes grupos de alumnos con pequeños monitores no facilita un aprendizaje en óptimas condiciones. En este sentido, los centros, que hagan uso de la televisión de una forma sistemática, deben contar con macropantallas, sistemas de grabación magnetoscópicos para repeticiones de imágenes, adecuados sistemas de audición, etc.**  ***b) Ver programas televisivos*, de carácter informativo, documentales, de ocio, incluso películas cinematográficas de calidad didáctica. En el medio televisivo existe una fuente privilegiada para la información sobre los más diversos aspectos de la vida humana, de una forma motivante y globalizadora, como es la combinación sincronizada de lo sonoro con la imagen en movimiento. Para ver programas televisivos, normalmente se acudirá al medio vídeo que facilita esta labor.**  ***c) Análisis crítico y creativo de los mensajes televisivos*. Esta actividad favorece, en el marco del aula, la reflexión y el estudio sobre el espectáculo audiovisual que se recibe a diario en las familias. La clase, el trabajo en pequeños grupos, ver grabaciones repetidamente, los trabajos alternativos... pueden ser recursos excepcionales para que los alumnos entiendan mejor los mensajes televisivos y al mismo tiempo puedan responder más conscientemente a sus estímulos.**  ***d) Conocimiento del medio*, estudiando su historia, su tecnología, sus programaciones, su impacto social, su futuro... La televisión es algo ya inherente a nosotros, ¿puede la educación inhibirse a su descubrimiento y a su integración positiva en nuestras vidas?**  ***e) Recreación del medio*, elaborando los propios alumnos sus alternativas audiovisuales al medio a través del juego creativo de cambio de bandas sonoras, manipulaciones de las imágenes, montajes de películas originales a través del soporte vídeo, spots publicitarios, etc.**  ***f) Emisora de televisión*. Al igual que propusimos más arriba la posibilidad de montar en los centros emisoras de radio, puede estudiarse también, a partir de una adecuada planificación didáctica que parta de las necesidades reales de los alumnos y del entorno social, la puesta en funcionamiento de emisoras de televisión en el propio centro. Los aparatos no tienen que ser excesivamente costosos ni complicados, al menos si no hay grandes pretensiones. Como la radio, la televisión -aunque con más dificultades de aprendizaje y exigencias de la imagen- ofrece a los programas formativos la posibilidad de interrelacionar todo el contexto educativo, con implicaciones directas en la comunidad.**  **En todo caso, al igual que con la radio, debe establecerse claramente la finalidad de la emisora, sus objetivos y ámbitos de actuación.**  **Cabe también la posibilidad de participar periódicamente, bien mediante grupos fijos o diferentes, en emisoras de televisión local que en muchos casos estarían dispuestas a programar espacios para determinado tipo de acciones formativas, e incorporar así nuevas audiencias a su emisora.**  **Todas estas propuestas deben ser siempre analizadas y responder a objetivos pedagógicos muy definidos, pues la práctica ha demostrado que, al contacto con los medios tecnológicos, se sucumbe fácilmente a su magia y encanto y se olvida desgraciadamente que lo importante es el proceso de aprendizaje de los alumnos, siendo secundario los instrumentos para conseguirlo y los medios para alcanzarlo.**  **La televisión ofrece pues, múltiples posibilidades de desarrollo en el aula, que no deben convertirse sin más, en un aumento de las ya excesivas horas de televisión que la mayoría de las personas soportan a diario, sino más bien una vía para que descubran este nuevo lenguaje de expresión, este novedoso código que sirve de vehículo y fuente de información para los ciudadanos de hoy.** | |
|  | La imagen en movimiento/video digital **En los últimos años estamos asistiendo a la entrada masiva de la imagen en movimiento en los hogares españoles. El DVD, el ordenador, Facebook e infinidad de posibilidades técnicas, nutren cada vez más nuestras videotecas familiares de películas, deportes, documentales, reportajes, «videoclips», etc. Poco a poco, este medio, se ha ido imponiendo en nuestra sociedad, invadiendo nuestras casas primero con aparatos reproductores y ahora con sofisticadas y minúsculas videocámaras o móviles capaces de competir con las más profesionales en prestaciones.**  **Recibimos mediante estas fuentes un cúmulo de mensajes audiovisuales que en la mayoría de casos no analizamos reflexivamente, creándonos en nuestro inconsciente pautas de conducta y modelos de comportamiento ajenos a nuestra propia iniciativa personal.**  **Consumimos imágenes y televisión de forma indiscriminada, fascinados por el poder de la imagen y la seducción de lo audiovisual. La imagen en movimiento, películas, cortometrajes o cualquier otro tipo de filmación, está exenta de cualidades perversas o bondadosas «per se». Éstas siempre están en función de los usos a los que se destine y la capacidad de lectura audiovisual que tengan sus destinatarios.**  **La imagen en movimiento y las aulas**  **El vídeo digital es un sistema de registro y reproducción de imágenes por procedimientos digitales, que ha declarado prácticamente obsoleto el video analógico, su inmediato antecesor. Entre sus características podemos destacar cualidades tan importantes como su facilidad de moldear la imagen a voluntad: pararla, avanzarla, retrocederla, manipularla digitalmente, simultanear la grabación y la reproducción -frente al cine que hay que revelar los fotogramas-. Es además un sistema perdurable, reutilizable y muy económico, con capacidad de almacenamiento cada día mayor, frente a sistemas anteriores, muy costosos.**  **Pero sobre todo el vídeo tiene una cualidad que justifica, entre las otras, su éxito e impacto de los últimos años: es un medio de medios y nos sirve para reproducir cine, televisión, diapositivas, transparencias, imágenes propias, fotografías y todo aquello que podamos visualizar, a través de la pantalla televisiva, el ordenador, los i-pod y similares, o el móvil**  **En el ámbito educativo, además de todas estas virtualidades del medio, se nos ofrece la posibilidad de potenciar la reflexión crítica de muchos mensajes fascinadores -y a la vez manipuladores- que deben ser analizados en el entorno del aula.**  **Estas cualidades han permitido que muchos centros no hayan ignorado este medio, como a los otros, incorporando aparatos de televisión y vídeo, incluso en maltrechos presupuestos. Sin embargo, en muchos casos, el vídeo no ha sido más que un instrumento para reproducir películas, largometrajes y dibujos animados y algún que otro documental más o menos relacionado con asignaturas aisladas, sin una planificación de las proyecciones en un plan de actuación curricular concreto del centro.**  **La introducción de medios tecnológicos nuevos no garantiza, como afirmábamos al principio, una renovación didáctica, ya que no es difícil repetir clichés tradicionales con medios aparentemente muy novedosos. J. Álvarez afirma en este sentido que la tecnología más que ser un instrumento de «liberación», apunta hacia un ahondamiento de la «tecnología de alienación».**  **Por ello, un buen planteamiento metodológico requiere partir de una programación sistemática de los equipos de profesores, que estimule una dinámica participativa, activa y motivante, que permita el diálogo y la comunicación reflexiva los alumnos sobre la imagen, y todo ello desde una vertiente crítica y creativa.**  **Utilización didáctica**  **El vídeo digital, como los otros medios, se presta a una amplia y variada utilización didáctica en las aulas de los centros educativos. Integrados en las acciones formativas y en las programaciones docentes, es posible ver críticamente grabaciones captadas tanto desde los canales de televisión como películas y documentales ya realizados.**  **Vídeos didácticos, largometrajes y programas animados son válidos, siempre que se planteen actividades paralelas y los profesores hayan visto antes las grabaciones con el fin de establecer las estrategias didácticas.**  **Por otro lado, otra alternativa para niveles superiores es el análisis del medio a través de sus tecnologías, lenguajes, soportes, procesos y fases del sistema.**  **El vídeo puede ser además un medio de expresión personal para los alumnos. No es ya difícil hacer grabaciones videográficas en los centros. Como canal de comunicación personal, como lenguaje expresivo propio, el vídeo permite tanto la recreación de otros mensajes, elaboración de videotecas y bancos de imágenes y finalmente producción de vídeos.**  **Antes de pasar (o simultáneamente) a esta fase de escritura, es necesario el conocimiento del medio. Ahora bien, también aquí es necesario valorar más el proceso de aprendizaje en sí mismo, que el producto final. Se pretende, no lo olvidemos, que los alumnos elaboren vídeos para aprender mecanismos de un lenguaje, de una nueva forma de expresión. No se trata de que el profesor haga, para que el alumno mire; repetiríamos de nuevo la historia de siempre. El proceso de producción de vídeos incluye la planificación de todo el desarrollo, guionización literaria y técnica, realización y grabación, montaje, visión y revisión para finalmente pasar al momento estelar, la proyección del trabajo.**  **Las posibilidades de utilización didáctica del vídeo en las aulas son, por ello amplísimas y van por tanto desde la transmisión de contenidos didácticos como complemento auxiliar de las materias, hasta la utilización de este lenguaje como medio de expresión personal.**  ***a) Ver vídeos*. Al ser este lenguaje «medio de medios», soporte de soportes, las posibilidades del ver vídeos son muy amplias, en cuanto que televisión, cine, fotografía, buscar grabaciones en *facebook*, e incluso grabaciones personales pueden ser empleados para su proyección, tanto por profesores como por alumnos. Las diferentes áreas de los programas formativos tienen en el vídeo un valioso instrumento para el aprendizaje de los más diversos conocimientos. Partiendo de una óptima programación, el profesor puede progresivamente ir «cediendo» la función informativa y transmisora de conocimientos a los medios que ofrecen junto a la verbalización el soporte de la imagen, para ir asumiendo éste en el aula roles de planificación, orientación y evaluación del proceso de enseñanza-aprendizaje.**  ***b) Estudio del medio como lenguaje audiovisual,* para que los alumnos se inicien a la alfabetización icónica necesaria que les permita interpretar los mensajes de los medios de comunicación, consciente y críticamente. En este sentido, no se trata de ofrecer este análisis de los medios como espacio opcional en el aula, exclusivamente reservado a los interesados por los medios -como actualmente se hace en el sistema educativo-, puesto que la educación audiovisual es algo prioritario para todos los alumnos que a diario se exponen a una contaminación de los «mass-media» cada vez más intensa y apabullante. Por otro lado, no se debe pretender convertir el análisis de los medios, dentro del área de expresión, en una especialización tecnológica profesional, porque ni todos los alumnos pueden estar interesados en ésta, ni necesariamente el conocimiento de la tecnología garantiza una adecuada interpretación y recreación de los mensajes, que es verdaderamente el objetivo que pretendemos conseguir con la integración didáctica de los medios de comunicación audiovisuales en las aulas.**  **En este sentido, el estudio del medio como lenguaje audiovisual debe analizar someramente, y en función de los niveles madurativos de los alumnos, los principios tecnológicos de la imagen, los fundamentos televisivos, las fases del sistema audiovisual (captación, cámara, grabación y postproducción), pero especialmente, en el aula hay que potenciar el análisis de los mensajes para descubrir las informaciones que transmiten, los mensajes que están patentes y latentes, las manipulaciones y universos que reflejan... En definitiva, el conocimiento del lenguaje audiovisual cobra sentido en la medida que los alumnos son capaces de poseer resortes para interpretar juiciosamente su realidad.**  ***c) El vídeo como medio de expresión.* Al igual que los otros medios de comunicación que hemos ido analizando en este trabajo, el medio vídeo ofrece una nueva forma de creación y de expresión, un nuevo instrumento para detectar, descubrir y entender la realidad a través de un canal de información, donde los alumnos se convierten en protagonistas.**  **La utilización didáctica creativa del vídeo ofrece un elemento dinamizador de las actividades formativas, un medio de autorresponsabilización y de protagonismo discente, una técnica de cooperativismo y trabajo en grupo, un recurso para la reflexión personal y la investigación.**  **El uso expresivo de este medio puede iniciarse con el simple almacenamiento de grabaciones captadas por alumnos y profesores en función de unos criterios establecidos previamente. De esta forma se va dotando al centro de unas videotecas de materiales audiovisuales.**  **Un paso más en la fase creativa, ya que la anterior sólo ofrecía la capacidad selectiva de los alumnos, es la recreación de los mensajes televisivos a través del vídeo. Los alumnos son inicialmente receptores de los mensajes, para posteriormente desarrollar funciones de emisores, a través de la manipulación y alteración de los mensajes iniciales: cambios de la banda sonora a través del «audioclub», inserción de imágenes entre las originales, alteración de las secuencias, etc. Todo estos ejercicios, junto a la evidente función lúdica que pueden desempeñar, tienen como eje de actuación principal la desmitificación de los medios.**  **Finalmente, la experiencia más apasionante en el proceso creativo con este lenguaje audiovisual -que requiere de una mínima preparación por parte de los alumnos y conocimiento, no sólo técnico, sino también tecnológico de los aparatos- es la producción de vídeos a través de bancos de imágenes propios y bandas sonoras originales. Pequeñas películas, cortometrajes, spots publicitarios, informativos, noticias del centro educativo, reportajes, investigaciones monográficas, trabajos sobre el entorno... tienen cabida en este nuevo lenguaje expresivo, que siempre ha de responder a una programación rigurosa y sistemática, donde se recojan explícitamente los objetivos, actividades, metodologías, recursos y criterios de evaluación que se van a poner en marcha.**  **El proceso de producción de vídeos a través de la planificación, guionización literaria y técnica, realización y grabación, montaje, visión y revisión crítica de las fases inserta a los alumnos en el universo de la comunicación, descubriendo su magia y sus poderes informativos y enseñándoles que en todo lenguaje hay que conocer dos procesos básicos: la lectura y la escritura.**  **El circuito cerrado TV como mejora del profesorado**  **El empleo de grabaciones de sus propias clases, permite una reproducción más exacta de la actuación del profesor. Sin adentrarnos en la discusión de la mayor o menor eficacia del audio sobre el vídeo como apoyo al *feed-back*, el que el profesor pueda auto-observarse ofrece mayores posibilidades de adecuar su conducta a los objetivos prefijados. Esta percepción de sí mismo puede verse alterada por factores diversos, aparte de los propios de la percepción selectiva, como la tensión, el número de veces que se ve la grabación, la disonancia entre expectativas y realidad, etc.**  **Las nuevas corrientes cognitivas parecen influir orientando el *feed-back* en un sentido más de auto-observación y autorreflexión, como determinante de un comportamiento a partir de esta reflexión y no como mera adecuación extrínseca a unas normas.**  **La observación del propio comportamiento y la reflexión sobre el mismo, sobre todo en diferido, con todo el dinamismo de la autoconfrontación del yo con su imagen externa, tiene al menos un modelo pedagógico mental de referencia que le sirve de modelo comparativo con su realización.**  **El vídeo interactivo**  **Es la integración en un ordenador por un lado, el programa informático y por otro secuencias de vídeo. Su virtualidad radica en que las imágenes de vídeo se enriquecen con textos y gráficos originados por ordenador, dando la posibilidad de que el alumno se relacione con el medio en su totalidad. Existe mayor interacción y eficacia en el proceso educativo si el programa informático es muy completo, si los contenidos son amplios y completos si los documentos están correctamente ramificados en su programación. Incide en gran medida la calidad de las imágenes y la rapidez de funcionamiento, que dependen totalmente de las posibilidades que aporta el ordenador. Cada día es más fácil producirlos en las aulas.** | |
|  | Cine **La aparición del cine en su tiempo produjo un gran impacto social. Se recuerda como anécdota curiosa que una de las primeras proyecciones realizadas por Lumière provocó la salida masiva de los espectadores de la sala aterrorizados ante lo visto. El corto era «La llegada del tren» y más de un espectador pensó que el tren se abalanzaba sobre sus cabezas cuando entraba en el andén.**  **En la actualidad, el cine, con toda la revolución que ha traído consigo, es un arte y una empresa incierta. Las nuevas tecnologías que han sido sus herederas, lo han condenado a muerte, al menos en su concepción inicial de grandes salas comerciales, donde el público encontraba su «dosis» semanal de fantasía audiovisual. Actualmente hay una gran recuperación del medio, debido posiblemente a la vuelta de cine espectáculo de calidad, a la utilización de eficaces y costosos efectos especiales y a la utilización de la nuevas tecnologías de animación.**  **Cada día hay menos salas -exceptuando las grandes urbes- y el público acude menos, mientras que la oferta cinematográfica de las televisiones va en aumento y calidad. Además la televisión de alta definición, con calidad de celuloide, ha superado ya las fases de prueba y pronto comenzará a comercializarse. La sala sigue manteniendo unas propiedades que los hogares no presentan, al menos para los declarados cinéfilos: capacidad de concentración, pantalla gigante, predisposición especial, calidad de imagen y sonido, etc.**  **Sin embargo, es una realidad evidente que vídeo y televisión transportan el cine hasta el sofá de los hogares, sin traslados, sin costes económicos aparentes -sólo «leves e inocentes pausas» publicitarias.**  **Después de casi un siglo de existencia, el cine sigue viviendo y evolucionando, con una industria al tiempo precaria que poderosísima, que mueve millones de dólares y es uno de los principales embajadores de la nueva colonización cultural. Su sistema tradicional está en crisis, pero el lenguaje y el universo que representa -la obsesión por reflejar la realidad y sus mundos imaginarios- siguen muy presentes en este lenguaje audiovisual. Su influencia social actual lo ha convertido más que en un medio de evasión de la realidad, en un sistema de incidencia sobre la misma realidad, ampliando los sistemas de referencia, los cánones sociológicos, los modelos culturales y éticos...**  **El cine y el aula**  **La integración del cine en las aulas ha sido en nuestro país algo insólito y las experiencias realizadas más bien escasas. No han faltado posturas radicales de profesores que no ven en el cine más que un instrumento de perversión, violencia y pérdida de tiempo. Frente a estos docentes, en general, los profesores no se han planteando su integración didáctica, dadas las dificultades de uso, los escasos instrumentos en los centros y sobre todo el no saber qué hacer con estos films para adaptarlos a los recargados programas de estudios.**  **Fomentar la lectura crítica de la imagen cinematográfica, mostrar de una forma activa y gratificante la «ilusión del movimiento», desenmascarar la mítica del medio, «deconstruir» las fabulaciones lógico-temporales, disfrutar estéticamente de la magia del cine, interrelacionar las diversas materias y especialidades con escenas brotadas de la vida misma, ser creadores de cine... son algunas de las actividades que la formación ha de plantearse como ineludibles para un aprendizaje del lenguaje audiovisual, desde el cine en el aula.**  **Utilización didáctica**  **La utilización didáctica del cine en el aula puede ir desde la proyección de películas en salas comerciales, hasta su contemplación en las aulas a través del vídeo. Independientemente del soporte, la metodología puede ser la misma, buscando actividades previas a la proyección y posteriores a la misma, que permitan integrar las películas de una forma coherente en la planificación curricular del curso.**  **Es posible además, el estudio del medio, en cuanto a sus tecnologías, lenguajes, procesos de elaboración de films, fases, recreación de películas (bandas, alteraciones, etc.) y elaboración de films propios (quizás más fácil empleando el medio vídeo o bien recurriendo a viejas cámaras que todavía existen y que nos permiten seguir el proceso manipulativo frente al electrónico del vídeo).**  **El seguimiento de todas las fases (guionización literaria y técnica, planificación, representación de roles mediante actores, rodaje, montaje y sonorización) permiten a los alumnos descubrir un fabuloso mundo creativo en el que los contenidos curriculares se mezclan, pero donde se aprende, como en la vida, de todo un poco. La labor de los profesores no es aquí menos importante: orientar y sistematizar todo el proceso desde una óptica didáctica y constructiva.**  **La explotación didáctica podemos estructurarla por ello desde las siguientes vertientes:**  ***a) Ver crítica y didácticamente los films*. La proyección de películas en salas comerciales. Son los profesores los que tienen que seleccionar los films y vincularlos directamente a su programación didáctica.**  **Junto a la asistencia a las salas comerciales, que desgraciadamente por su propia naturaleza es siempre minoritaria -recursos, desplazamientos, horarios, etc.-, es posible en las aulas utilizar el medio electrónico «vídeo» que se va imponiendo progresivamente. El encanto artesanal y manipulativo de las viejas cámaras de super 8 y las escasas de 16 mm., han dejado paso irremediablemente a los electrónicos botones del vídeo que ignoran la fascinación y la calidad -todavía- de la pantalla grande, pero que incorporan la facilidad de manejo, el amplio mercado y el menor coste.**  **En todo caso, como hemos afirmado insistentemente, y con independencia del soporte utilizado, ver las películas debe llevar implícita una metodología pedagógica activa que incluya una fase de pre-proyección, motivadora, informativa y reflexiva; y una etapa de post-proyección, de carácter coloquial, lúdica, analítica y también práctica. El cine-forum sigue siendo un sistema adecuado para la lectura crítica y creativa del medio.**  ***b) Estudio del medio*, analizando reflexiva y lúdicamente el proceso de autodescubrimiento, la historia y futuro del cine, sus implicaciones sociológicas, sus tecnologías, géneros, lenguajes específicos, técnicas de guionización, rodaje, montaje, distribución y exhibición. En definitiva, conocer la industria del cine en la medida que nos favorezca una mejor interpretación de sus recursos y potencie nuestra lectura crítica y consciente de este medio audiovisual. En todo caso, el estudio del medio debe centrarse principalmente en el análisis de películas de cine, descubriendo sus procesos de fabulación, sus soportes reales e ideales, su transmisión de modelos de conducta y comportamiento, su reflejo e influencia social, etc.**  ***c) Recreación de películas*, al igual que en los otros medios, ofrece una actividad intermedia entre los polos del receptor y del emisor audiovisual, en cuanto que alumnos reciben mensajes de los medios que han de alterar y modificar ellos mismos, cambiando las bandas, realizando inserciones de imágenes, incluyendo nuevas tomas, modificando las secuencias, etc. Mientras que en el vídeo estas recreaciones son bastante asequibles, si se cuenta con unos mínimos requisitos tecnológicos, en el cine es necesario tener ciertos conocimientos de montaje para poder realizar las tareas. En todo caso, este medio ofrece la ventaja de la artesanía y la manipulación, ya que el proceso se hace con tijeras, recortando, frente al carácter electrónico -y no visible- de los magnetoscopios.**  ***d) Elaboración de films propios*, siendo esta la actividad más gratificante, ya que se aprende haciendo. Elaborar una película de cine -ya sea en super ocho (si aún funcionan las cámaras y encontramos películas), ya sea en vídeo (en este caso, el soporte para el proceso educativo es lo de menos) lleva consigo un complejo proceso de investigación por parte de alumnos y profesores, que se inicia con la búsqueda de ideas, elaboraciones de guiones, primero literarios -originales o adaptados- y después técnicos, con las notaciones correspondientes, para sincronizar los textos con las imágenes. Planificar secuencias, ensayar diálogos y representaciones con los actores, rodar con las cámaras, montar los planos y sonorizar con textos y músicas el montaje, son otras de las fases que constituyen la puesta en marcha del cine creativo en el aula.**  ***e)* Es posible realizar «cine de animación», con fotogramas dibujados por los alumnos a través de tiras de papel o películas cinematográficas. En este caso, la imagen se crea, se toca, se manipula y realiza el montaje artesanalmente, y lo que es más importante, descubriendo la magia del cine y sus mecanismos de información y manipulación.**  ***f)* El cine de animación, contempla posibilidades riquísimas cuando se hace filmando fotograma a fotograma recortes, dibujos o figuras, que al verse recrean el movimiento. Este tipo de películas son muy poco costosas de hacer, se adaptan a todos los temas, y no es necesario tener idea de dibujo para su realización. La base está en las dosis de creatividad del los alumnos y del grupo. Actualmente, este tipo de cine se utiliza en gran medida para realizar cine didáctico, por la gran cantidad de posibilidades que aporta a la animación de textos, dibujos, objetos inanimados, herramientas, etc.** | |
|  | Publicidad **Pocas veces nos hemos preguntado a lo largo de nuestra vida ¿cuántos anuncios vemos y oímos al cabo de un día cualquiera? Recientemente se publicaba que los niños habían visto una media de más de tres mil spots publicitarios de televisión, en poco más de quince días del período vacacional de Navidades.**  **Afirma Guerin, incidiendo en una no por olvidada, menos preocupante realidad, que «el aire que respiramos es un compuesto de oxígeno, nitrógeno y publicidad». Sin embargo, es difícil que podamos escapar de esta envolvente y acaparante malla que está en todos los sitios y nos persigue consciente o inconscientemente por todas partes. De cualquier forma, es imprescindible reaccionar desde las aulas, porque hoy, lo queramos o no, los centros educativos siguen siendo de los pocos espacios que quedan para la reflexión. La publicidad más que un medio de comunicación, es un sistema de comunicación que se vale de los distintos medios o canales -vallas, spots televisivos, periódicos, radio, cine, revistas, carteles, murales, etc.- para transmitir unos mensajes específicos que pretenden provocar una acción de consumo. Por ello la publicidad, además de su función informativa, tiene la finalidad básica de incitar al consumo, atrayendo la atención, despertando sentimientos, influyendo emotivamente, persuadiendo... Se busca un «consumidor masivo», analizando psicológica y socialmente los rasgos definidores de la sociedad.**  **Los comienzos de la publicidad se remontan a los propios orígenes de la especie humana, ya que éste desde siempre ha intentando influenciar de alguna forma a sus congéneres. El comienzo de la Revolución Industrial trajo consigo la aparición de empresas destinadas a la incitación al consumo, pero es a través del desarrollo de las nuevas tecnologías en nuestro siglo cuando este sistema de comunicación alcanza su expansión definitiva: estudios de mercado, «marketing», gabinetes psicológicos de análisis de impactos, diseños gráficos cautivadores y creativos, ambiciosas campañas multimedia, etc.**  **Las agencias publicitarias tienen hoy un notable peso social y generalmente una boyante situación económica: con sus estrategias empresariales a través de los «media» se alcanzan altas cotas de consumo de los productos de campaña, además de una importantísima trascendencia y eco social, a través de «venta» de modelos de comportamiento, conductas sociales, prejuicios e ideologías...; en el fondo, estilos de vida que son asumidos por la población la mayoría de las veces de forma inconsciente y no premeditada. La publicidad en todo caso, atrae la atención, despierta el deseo, persuade la personalidad, al tiempo que informa de un producto, presentándolo en un contexto atractivo y sugerente.**  **Los mecanismos publicitarios ponen en juego las herramientas más creativas del lenguaje audiovisual a través de un profundo análisis de los mercados, de los consumidores-tipo, de las necesarias estrategias de persuasión psicológica, de la selección de los medios más idóneos, de los formatos gráficos más originales...**  **Ante este bombardeo premeditado y estudiado al milímetro, dentro de los altos costes presupuestarios de las campañas, los ciudadanos permanecen indefensos y sobre todo, ignorantes de los mecanismos que pone en juego el lenguaje audiovisual para convencer, infiltrar ideologías y modelos de comportamiento. Es cierto que no todo es pernicioso en la publicidad, puesto que en ésta hay también un referente informativo que puede servir de orientación al consumidor; sin embargo la incitación artificial y encubierta al consumo, la exageración despiadada de la realidad, la utilización de patrones de conducta asociados a determinados productos, el culto despiadado al objeto y al consumismo... en manos de grandes monopolios informativos que responden a su vez a monopolios empresariales del más extremoso capitalismo, usurpa, sin duda, el derecho a la intimidad y a la libre elección de los ciudadanos y, por ende, cuestiona y pone en crisis el libre ejercicio de la democracia y la libertad.**  **Consumidores y ciudadanos han de poseer por ello los mecanismos críticos necesarios para interpretar el lenguaje audiovisual, para descubrir en los mensajes publicitarios qué hay en ellos de información y de manipulación tergiversada de la realidad, hacia qué orientan al consumidor, cuáles son los trasfondos que están detrás de los monopolios informativos y publicitarios. En definitiva, descubrir e integrar como personas libres los mensajes del entorno.**  **La educación ante el mundo publicitario**  **El efecto de la publicidad en los niños es el más pernicioso si cabe, ya que en la mente infantil, realidad e imagen son dos ámbitos que no sólo no van en paralelo, sino que se cruzan y constituyen psicológicamente una misma esencia, sin posibilidad de diferenciar qué es lo que responde a la «realidad real» y qué a la «realidad virtual» del mundo de la imagen publicitaria. Los modelos de conducta, las pautas de comportamiento, el hábito del consumo... encuentran en la población infantil un campo abonado e indefenso.**  **El adulto, menos indefenso ante algunos mensajes publicitarios, no deja de ser propenso a dejarse engañas por las imágenes publicitarias. El arropamiento mágico que los medios de comunicación dan al mensaje, la credulidad de muchos, unida a la falta de formación lectora hacia la imagen, hace que consciente o inconscientemente, el adulto también reciba los estímulos suficientes como para consumir productos sin necesidad.**  **Utilización didáctica**  **Ante esta realidad, que requeriría un análisis más profundo -ya comienza a haber interesantísimos textos- sobre el impacto social de la publicidad, es a todas luces necesario un uso didáctico del lenguaje publicitario en las aulas.**  **Desde el análisis crítico y creativo de los mensajes publicitarios, con diferentes dinámicas y metodologías, en función de los niveles de profundidad y aptitudes/actitudes de los alumnos), hasta el estudio del medio publicitario (análisis de sus fundamentos, técnicas de elaboración de anuncios, nuevas tendencias de la publicidad, fases históricas, posibles mecanismos de defensa del consumidor, etc.). Por otro lado, es posible también, como en el resto de los medios analizados, la creación de nuevos mensajes publicitarios por parte de los alumnos, que, empleando los diferentes soportes audio-gráfico-visuales que a lo largo de este texto hemos citado (murales, formato prensa, radio, televisión, etc.), pueden trabajar de forma creativa esta interesante estrategia.**  ***a) Análisis crítico y creativo de los mensajes publicitarios*. Desvelar los mecanismos persuasivos y los clichés estereotipados que la publicidad transmite exige que desde el aula se enseñe los alumnos a trabajar con una lectura crítica de los mensajes publicitarios. A partir de los diferentes soportes de este sistema de comunicación (inicialmente a través del escrito: prensa, revistas, carteles... y posteriormente con el auditivo y audiovisual específicamente: radio, televisión, cine...), los alumnos pueden en grupos o individualmente realizar trabajos reflexivos sobre los contenidos que se transmiten, los canales que se emplean. En este caso, como en casi todos los medios de comunicación audiovisual, la perspectiva semiótica de los «elementos de la comunicación» puede ser de indudable valor.**  **El análisis de los mensajes publicitarios puede desarrollarse a partir de un estudio de cómo están presentes cada uno de estos elementos: ¿quién emite?, ¿cuál es su finalidad?, ¿hacia quién se dirige?, ¿cómo es el mensaje que se transmite?, ¿qué recursos lingüísticos y gráficos emplea?, ¿en qué contexto se sitúa el mensaje?, ¿qué canales se emplean y por qué?...**  **Este ejercicio de análisis tiene múltiples posibilidades de aplicación, entendiéndose desde una metodología dinámica, participativa, dialogante e interdisciplinar, donde alumnos y profesores puedan tener un ámbito para la reflexión compartida, a partir de perspectivas lúdicas de descubrimiento.**  **Por otro lado, se pueden recurrir a otras estrategias de lectura que incidan en el estudio descriptivo, interpretativo y predicativo de las imágenes publicitarias audiovisuales.**  ***b) Estudio del medio*, desde una perspectiva más inductiva que teórica, en cuanto que la enseñanza obligatoria ha de garantizar más que un conocimiento especializado del medio, las premisas básicas que permitan conocer los mecanismos semióticos, gráficos y lingüísticos que pone en funcionamiento el medio. Estrategias publicitarias, sistemas de persuasión, técnicas de creación publicitaria, interrelación gráfica-icónica... pero especialmente el impacto en los consumidores, los modelos de conducta que reflejan y los posibles mecanismos de defensa que se pueden desarrollar ante ella: lecturas críticas, selección de medios, dosificación del consumo, plataformas de defensa de los consumidores, asociaciones, creación de canales bidireccionales...**  ***c) Creación de mensajes publicitarios*. Sin duda alguna, el mejor método para defender a los consumidores de la publicidad es hacerles descubrir todo el proceso que pone en marcha la publicidad, ofreciéndoles la posibilidad de «crear» ellos mismos sus propios mensajes gráficos (anuncios, posters, murales) o audiovisuales (spots publicitarios en vídeo, cuñas para la radio...). La publicidad se nos descubre como medio de medios, óptimo para que los alumnos desarrollen su potencial expresivo y creativo que la mayoría de las veces permanece atrofiado.**  **Emplear este nuevo lenguaje supone iniciarse conscientemente en una nueva alfabetización, como afirma Marshall McLuhan (1985) en su libro *La galaxia Gutenberg.* Pero además es necesario crear una nueva imagen del hombre (Eco, 1985), no liberado de la máquina de los medios, pero sí al menos «libre en relación a la máquina». Es por ello imprescindible que educadores, padres, profesores y alumnos desarrollen los resortes y estrategias necesarios para potenciar la libre actuación personal, basada en el ejercicio de información, conciencia y responsabilidad. Sólo un análisis crítico y creativo de los medios, y muy especialmente de la publicidad en su vertiente persuasiva y manipuladora, podrá dar frutos positivos en este campo**. | |