

- José Ignacio Aguaded Gómez
Huelva

Enseñar a ver la televisión: una apuesta necesaria y posible

Teaching to watch TV: a necessary and possible option

Se esbozan en este trabajo un conjunto de recomendaciones a todas las entidades y ámbitos que tienen una responsabilidad directa en el fomento de lo que el autor denomina como «competencia televisiva», esto es, la capacidad de todos los ciudadanos, especialmente los chicos y jóvenes, de interactuar con el medio televisivo con una actitud inteligente, activa y crítica, que supere posturas hipercríticas de rechazo frontal al medio y posiciones acrílicas de total pasividad ante los mensajes de la pantalla. La implicación de las administraciones educativas, las familias y los padres, las asociaciones ciudadanas de telespectadores, los propios medios de comunicación social y finalmente los centros escolares y los docentes se convierten en los ejes claves de esta necesaria y urgente dinamización social, esencial para un armónico desarrollo democrático.

This paper shows a series of recommendations to every institution or field directly related to the promotion of the so called «TV competence» which means the citizens' ability, mainly children and young people, to interact with TV programmes from our intelligent, active and critic point of view, overcoming both uncritical and hyper critical positions, passiveness and refection to TV screen messages. The author claims for an urgent social implication including Educative and Media authorities, TV viewers' associations, schools and teachers, families and parents to get a balanced democratic development.

DESCRIPTORES/KEY WORDS

Edu-comunicación, competencia televisiva, dinamización democrática, ciudadanía.
Educative communication, competence television, democratic dinamization, citizens.

El diseño y la puesta en marcha de programas didácticos para enseñar a ver la televisión en los centros educati-

vos es cada día una necesidad más apremiante. Las altas dosis de consumo televisivo a que los niños y jóvenes de hoy se someten diariamente y la escasa o nula presencia de esta temática dentro del currículum escolar es, sin duda, uno de los aspectos más llamativos del proceso educativo. ¿Cómo es posible que el eje central de su tiempo de ocio esté tan desconectado de la

❖ José Ignacio Aguaded Gómez es profesor de la Universidad de Huelva y director del Grupo Comunicar (director@grupocomunicar.com).

vida académica?, ¿cómo se explica que no se inter venga desde el ámbito escolar para rentabilizar el potencial educativo de este medio?, ¿cómo no se enseña a «consumir» de forma inteligente y racional los mensajes televisivos?

La concienciación acerca de la importancia del tratamiento de la educación televisiva en la escuela ha tenido hasta ahora escasa consideración en los centros escolares. Existe por ello un radical desfase entre la realidad cotidiana y escolar que viven los alumnos. En este sentido, la necesidad de encuadrar el aprendizaje del medio televisivo en el contexto escolar responde al inaplazable reto social de encauzar positivamente su visionado. Aprovechar las posibilidades didácticas de este medio como recurso didáctico está condicionado a la capacidad que tengan los chicos/as de «saber ver el medio», esto es, de tener las «competencias» y habilidades para captar el lenguaje audiovisual en todas sus dimensiones.

La educación de la competencia televisiva se nos presenta, en consecuencia, como un concepto clave para superar este «divorcio» entre los universos mediático y escolar de los alumnos, ya que la adquisición de habilidades para aprender y enseñar a ver –por parte de alumnos y profesores– la televisión, favorece la conexión de la escuela con el mundo de la calle, acercando este medio –y por ende, todos los medios de comunicación– a la realidad de las aulas.

Las reformas educativas han favorecido, en general, desde un punto de vista teórico, este tratamiento, con constantes referencias en su desarrollo, como era lógico por ser consecuente con la sociedad en que vivimos, a los medios y a la necesidad de su integración curricular, además de insertar en algunos casos nuevas materias curriculares en los niveles de la educación secundaria donde la televisión y los medios de comunicación se convierten en ejes centrales del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Ahora bien, la escasez de materiales curriculares es uno de los principales inconvenientes para el desarrollo de estos nuevos ámbitos de conocimiento, ya que los docentes tienen graves dificultades a la hora de diseñar este tipo de materiales curriculares contextualizados, dentro de materias novedosas y difícilmente sistematizables.

1. Algunas propuestas

«Aprender y enseñar a ver la televisión» nos sitúa en el desarrollo de una habilidad de inusitada proyección de futuro, además de fomentar una competencia que en nuestra sociedad es una acuciante necesidad, como ya hemos evidenciado. El panorama audiovisual

que se nos avecina –que ya comenzamos a entrever– va a desencadenar una auténtica revolución mediática y audiovisual que demandará, cada vez más, la cualificación de las personas para entender estos nuevos lenguajes que conllevan los medios de comunicación, progresivamente más interactivos.

Parece cada vez más urgente la necesidad de desarrollar la «competencia televisiva» en los alumnos/as, por ser este un período clave en el afianzamiento de las operaciones formales y la capacidad para el desarrollo autónomo y el enjuiciamiento crítico. En este sentido, esbozamos una serie de recomendaciones a las instituciones que –a nuestro juicio– tienen parte de responsabilidad y han de estar directamente comprometidas en esta necesaria tarea para fomentar la «competencia televisiva» en los alumnos de forma integral lo que, evidentemente, no puede circunscribirse a la enseñanza formal, a un espacio y un momento temporal determinados, sino que tendría que atravesar horizontal y verticalmente el proceso formativo de los alumnos:

1) Todas las administraciones educativas (estatal, provincial y local) han de desarrollar una política global y planificada, ajena a vaivenes y lagunas, que potencie programas institucionales –al estilo de los desarrollados por países como Canadá o Australia –, que se pueden concretar en:

- Planes integrales de edu-comunicación en formación del profesorado que recojan, por un lado, actuaciones extensivas de concienciación en la necesidad de la integración de los medios y la televisión en el currículum escolar, no sólo como auxiliares didácticos y lenguajes de producción, sino también como ámbitos de conocimiento para el desarrollo de un visionado crítico del medio. Pero, junto a las estrategias de sensibilización, han de fomentarse propuestas de profundización y perfeccionamiento a través de grupos de trabajo, seminarios permanentes, grupos de investigación, formación en los propios centros que desarrollen experiencias y reflexiones e investigaciones rigurosas sobre pautas para una integración curricular de la televisión, adaptadas a las necesidades de los alumnos y contextos específicos de aprendizaje.

- Fomento de campañas institucionales en padres, profesores y alumnos, e incluso entre la comunidad escolar y social, que sensibilicen a estos colectivos sobre la utilidad de una enseñanza y aprendizaje activo de la televidencia. En este sentido, puede ser punto de referencia la campaña desarrollada por la Junta de Andalucía, «Jóvenes Telespectadores Activos» (Agueda, 1997a).

- Edición de materiales didácticos, libros con re-

flexiones y experiencias, propuestas e investigaciones, recogiendo aportaciones de profesionales de los medios y de la educación, en los que se hagan públicos trabajos realizados o posibles proyectos, que estimulen e inciten a aquellos docentes que, aun deseando desarrollar actividades didácticas en sus aulas con los alumnos, tienen dificultades para encontrar, dentro de los libros comercializados, propuestas y pistas fundamentadas para su actuación.

- En esta línea, junto a la edición de materiales generalizados, es esencial que la administración educativa fomente la publicación de materiales curriculares que atiendan a la concreción de los diseños, de una forma flexible y fácilmente adaptable a los contextos concretos de aprendizaje. Los profesores participantes se manifiestan claramente en favor de fomentar y desarrollar paquetes curriculares, ya que éstos, sin ser el único recurso para generar dinámicas innovadoras e introductorias del aprendizaje crítico de la televisión, sí son sus especiales revulsivos. En este sentido, es básica la actuación de las entidades públicas, ya que las redes editoriales comerciales actúan con una visión empresarial que no necesariamente concuerda con el desarrollo de materiales contextualizados, dinámicos y adaptables a las necesidades reales de los centros.

- La dotación de recursos audiovisuales a los centros escolares es otra competencia ineludible de la administración educativa, ya que es inviable el desarrollo de innovaciones curriculares que no cuenten con los mínimos soportes didácticos de apoyo. Si bien es cierto que el visionado crítico de la televisión se fundamenta en actuaciones reflexivas, individualizadas o grupales, también hay que reconocer que medios tan básicos como la retroproyección, las diapositivas o simplemente el uso de un monitor de televisión y magnetoscopio, todavía no están asequibles de una forma racional en los centros, ya que la existencia de una unidad o varias para un centro –generalmente, con varias líneas educativas y decenas de aulas– es claramente insuficiente, o bien, su utilización restrictiva, exclusivamente en zonas de uso muy limitado y compartidas por múltiples grupos, obstaculiza igualmente su posible y racional explotación didáctica.

- Finalmente, es también una responsabilidad ine-

ludible de la administración educativa el desarrollo de políticas evaluadoras de las innovaciones y actividades educativas que fomenten, en general, y en nuestro caso, aquellos programas de educación crítica de la televisión que empleen estrategias didácticas novedosas para examinar sus logros, darlos a conocer a toda la comunidad escolar e incentivar plataformas institucionales que estimulen a otros docentes en el inicio de este tipo de experiencias de carácter innovador. Sólo una política de incentivos didácticos coherente, rigurosa y minuciosamente planificada puede entenderse como la mejor estrategia para generalizar en los centros escolares el uso crítico de los medios de comunicación.

2) Además de la administración educativa, una política integral que potencie la educación en la recepción y el visionado de la televisión ha de contar necesariamente con las familias y los padres, ya que el con-

La necesidad de encuadrar el aprendizaje del medio televisivo en el contexto escolar responde al inaplazable reto social de encauzar positivamente su visionado. Aprovechar las posibilidades didácticas de este medio como recurso didáctico está condicionado a la capacidad que tengan los chicos/as de «saber ver el medio», esto es, de tener las «competencias» y habilidades para captar el lenguaje audiovisual en todas sus dimensiones.

sumo televisivo se produce esencialmente en el hogar. Una de las principales limitaciones que se manifiesta en el tratamiento educativo de la competencia televisiva es la necesaria implicación de los padres, especialmente cuando los hijos se encuentran en la adolescencia, etapa en la que los alumnos tienden a buscar una relativa autonomía y su refugio en el grupo de iguales. El desarrollo de actuaciones puntuales en el tiempo y en el espacio constituye una dificultad significativa para la consecución de logros afianzados, especialmente en el ámbito de las estrategias y de manera específica en los hábitos. Hay que tender a desarrollar políticas globales que abarquen todo el sistema educativo –al menos en todo el período de la escolaridad obligatoria– y que atiendan no sólo el ámbito estricta-

mente escolar, sino que se extiendan al entorno familiar, a través de los colectivos de padres, asociaciones, escuelas de padres, etc.

La responsabilidad de los padres en este campo de la educación de la competencia televisiva no sólo es necesaria, sino básica e imprescindible, porque de ellos dependen en cierta medida los modelos de referencia que los alumnos adquieren e imitan. Si bien ésta es mayor en la medida en que la edad de los alumnos es menor, no hay duda de que en el período de la adolescencia, las referencias paternas siguen siendo patrones imprescindibles y vitales.

La implicación de los padres ha de concretarse, por tanto, en su responsabilización ante esta temática y en su intervención –de forma aislada, o bien mejor conjuntamente con los docentes– en la fundamental labor mediacional, que favorezca una mejor interacción de los niños y adolescentes con el medio, de forma que se fomente un consumo más racional e inteligente de la televisión.

3) Los colectivos de padres de alumnos tienen, por

La tarea del asociacionismo ciudadano no debe circunscribirse a la puntual actividad de la denuncia, sino que sería deseable el asumir una colaboración con la escuela y otras instituciones educativas no formales en el desarrollo de programas didácticos para enseñar a ver la televisión, como un medio que ha de ser conocido para ser comprendido en su plenitud.

ello, una especial tarea en el fomento de asociaciones ciudadanas, o específicamente de televidentes, que reclamen también una mayor calidad de los productos televisivos y una exigencia de la necesidad de los canales televisivos de programar espacios que estimulen la creatividad e imaginación de los alumnos, así como espacios culturales y didácticos.

Al mismo tiempo, la tarea del asociacionismo ciudadano no debe circunscribirse a la puntual actividad de la denuncia, sino que sería deseable el asumir una colaboración con la escuela y otras instituciones educativas no formales en el desarrollo de programas didácticos para enseñar a ver la televisión, como un medio que ha de ser conocido para ser comprendido en

su plenitud, evitando las posibles manipulaciones a que el desconocimiento de su lenguaje conlleva frecuentemente.

4) Los medios de comunicación social y, específicamente, las emisoras de televisión son también, sin duda, uno de los ejes básicos para el fomento de la educación de los telespectadores. Si partimos de la premisa de que la programación que se emite en los canales comerciales actuales no es la única posible y que la dinámica de la programación por los índices de audiencia está justificada sólo en determinados contextos y en canales comerciales, hay que concluir que los canales televisivos tienen también una especial responsabilización en la educación de sus audiencias para un consumo activo y selectivo de sus mensajes, ya que si bien el entretenimiento se ha convertido en el eje central de la programación televisiva, éste no debe ir en contra de los principales valores humanos y derechos ciudadanos y tampoco necesariamente ha de entenderse en contra de los valores educativos.

Planificar, por ello, espacios que permitan conocer el funcionamiento de la televisión, su oferta objetiva –y no manipuladora o tergiversada– de espacios, el descubrimiento de los géneros televisivos, las claves de su lenguaje y del discurso televisivo, sus andamiajes tecnológicos, los procesos de construcción de las noticias, el trasfondo de los programas... es también una tarea educadora de los telespectadores activos que las cadenas deberían de fomentar y los espectadores valorar y apoyar cuando los canales acometiesen estas iniciativas.

5) Los centros escolares y los profesores también tienen una especial responsabilización. Quizás la principal conclusión que se decanta es precisamente la relevante misión de la escuela como institución mediadora y quizás como uno de los pocos foros de reflexión comunitaria que el entorno urbano y tecnológico de nuestras sociedades va dejando para educar a ver los medios y la televisión de forma universal, abarcando a todos los alumnos por igual, sin que esta tarea esté sólo al alcance de aquellas familias que tienen mejores condiciones sociales para conseguirlo. Los docentes han de asumir, en primer lugar, sus responsabilidades en este ámbito de la educación para la televisión, dentro del conjunto de las múltiples exigencias

que los entornos mediáticos y tecnológicos demandan cada vez más a la escuela. Esta concienciación es necesariamente el paso previo para la reclamación y desarrollo de políticas de formación que ya hemos señalado como competencia de la administración educativa, pero que sólo se fomentarán en la medida en que los profesores las reclamen como parte sustancial e insustituible de su tarea docente, al tiempo que sólo se desarrollarán cuando haya profesores que pongan en marcha y den contenido a las propuestas administrativas.

Los diseños curriculares se nos han revelado como una plataforma idónea para el desarrollo de nuevas materias y la contextualización de los currícula de forma abierta y flexible. Ahora bien, de esta forma ha aumentado considerablemente la necesidad de responsabilización de los profesores, y especialmente de los equipos docentes, en la elaboración de proyectos educativos y actuaciones curriculares en el ámbito de la educación para la televisión, que depende especialmente de su grado de compromiso, formación e implicación. El desarrollo de actuaciones curriculares contextualizadas es, en consecuencia, una responsabilidad de estos equipos docentes que han de crear o adaptar los materiales que la administración o los colegas de otros centros o Universidades les ofrezcan.

Los profesores tienen también una especial responsabilidad en la dinamización de la planificación y organización escolar, desarrollando estrategias que favorezcan una mejor interacción didáctica, una mayor optimización de los recursos, unos mejores agrupamientos; para ello es necesario crear más foros de reflexión y más espacios para el trabajo en grupo, la planificación conjunta y la evaluación de los procesos de enseñanza-aprendizaje, en el que diagnostiquen y mejoren no sólo los resultados de los alumnos, sino también las actuaciones docentes y las incidencias contextuales

6) En suma, es una responsabilidad social, que, para que tenga éxito, nos compete a todos. Como señala Pérez Tornero (1994: 21), «el desafío debe no sólo transformar la televisión, sino cambiar la educación (...). No es sólo un desafío ético, sino un desafío que afecta a nuestra ciudadanía democrática: para mantener nuestro grado de civilización y desarrollo y para ampliarlo, necesitamos que el medio de comunicación hegemónico en la actualidad participe de los valores propios de la civilización, cultive la inteligencia y apoye el enriquecimiento cultural».

Ya hemos insistido en que además de las implica-

ciones de las diferentes instituciones para el desarrollo de un consumo activo, racional e inteligente de la televisión, hay que tener presente la necesidad de fomentar una política de creación y difusión de materiales curriculares por parte de los docentes, en un período en que las reformas del sistema educativo están realizando sus primeras evaluaciones de la bondad de su estructura. Un modelo curricular abierto y flexible no puede fundamentarse exclusivamente en libros de texto estandarizados, al igual que se ofertaban en diseños prescriptivos anteriores, y requiere, por ello, de estrategias desarrolladas por los profesores que potencien su capacidad de generar sus propios recursos didácticos.

La creación de paquetes curriculares, elaborados contando con la colaboración de profesores en activo que luego participan en su experimentación, se ha mostrado extremadamente fructífera, en la medida en que ellos adoptan un protagonismo insustituible no sólo como meros aplicadores de los textos elaborados por «expertos», sino también como «actores» plenos del proceso educativo, en su diseño y desarrollo. Es esta una línea que la investigación aplicada en el ámbito didáctico tendrá que fomentar, no sólo por su funcionalidad, sino por la imperiosa necesidad de sustantivar el modelo pedagógico que supone la comprensión de un currículum abierto al entorno y moldeado por las necesidades contextuales.

Referencias

- AGUADED, J.I. (1997a): «Jóvenes telespectadores activos. Campaña de sensibilización para un consumo inteligente de la televisión», en AGUADED, J.I. (Dir.): *La otra mirada a la tele. Propuestas para un consumo inteligente de la televisión*. Sevilla, Consejería de Trabajo e Industria; 270-293.
- AGUADED, J.I. (1997b): *Descubriendo la caja mágica. Aprendemos y enseñamos a ver la televisión. Guía didáctica y cuaderno de clase*. Huelva, Grupo Comunicar.
- AGUADED, J.I. (1999a): *Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva*. Barcelona, Paidós.
- AGUADED, J.I. (1999b): *Educación para la competencia televisiva. Diseño, fundamentación y evaluación de un programa didáctico para la formación del telespectador crítico y activo en educación secundaria*. Huelva, Universidad de Huelva, Tesis doctoral en formato electrónico.
- APARICI, R.; VALDIVIA, M. y GARCÍA MATILLA, A. (1987): *La imagen*. Madrid, UNED.
- CABERO, J. (1995): «Televisión: usos didácticos convencionales», en RODRÍGUEZ DIÉGUEZ, J.L. y SÁENZ, O. (1995): *Tecnología educativa. Nuevas tecnologías aplicadas a la educación*. Alcoy, Marfil; 213-232.
- FERRÉS, J. (1994): *Televisión y educación*. Barcelona, Paidós.
- PÉREZ TORNERO, J.M. (1994): *El desafío educativo de la televisión*. Barcelona, Paidós.