Juan Manuel Méndez Garrido
Huelva

Orientación, acción tutorial y educación en medios de comunicación

En una sociedad como la actual, tan compleja, donde la aldea global que preconizaba McLuhan es una realidad palpitante se hace necesario que consideremos el proceso de orientación educativa como una herramienta válida para prevenir y normalizar los posibles desajustes, a fin de lograr consumidores de los medios equilibrados e inteligentes, basándose en el conocimiento de los mismos, de sus códigos y lenguajes; en el aprendizaje de estrategias de análisis y decodificación de los mensajes; y, en definitiva, en la adquisición de las capacidades adecuadas para saber elegir lo verdaderamente necesario y seleccionar y aprender a consumir los distintos medios y sus mensajes de forma racional, activa y crítica.

In such a complex society as present-day one, in which the global village that McLuhan suggested is a throbbing reality, it is necessary to consider the process of educational guidance as a valid tool to forewarn and restore to normal the possible maladjustments, in order to obtain balanced and intelligent media consumers who base their decisions on their knowledge of these media and of their codes and languages, on the learning of strategies of analysis amd decoding of messages and, in short, on the acquisition of the adequate capacities to know how to choose what is truly necessary and select and learn how to consume the different media and their messages in rational, active and critical way.

DESCRIPTORES/KEY WORDS
Medios de comunicación, educación, análisis mensajes, orientación educativa, acción tutorial.
Media, education, messages analysis, educational guidance, media consumers.

1. Las posibilidades didácticas de los medios

El nuevo sistema educativo confiere por primera vez un reconocimiento de la necesidad de potenciar la acción tutorial y orientadora dentro de los centros escolares como elemento clave e imprescindible para contribuir a la calidad y a la eficacia de la enseñanza, dotándola de los mecanismos necesarios para su práctica e integración en el currículum escolar. Las características del propio sistema educativo justifican la presencia obligatoria de la acción tutorial y orientadora, asegurando que la educación sea verdaderamente integral y personalizada y que no quede reducida a

Juan Manuel Méndez Garrido es profesor de Métodos de Investigación y D.E. de la Facultad de Educación de la Universidad de Huelva (jmendez@uhu.es).

una mera instrucción de conocimientos, facilitando asimismo las estrategias adecuadas para la toma de decisiones personales acertadas ante la diversidad de situaciones que se le presenten en la vida escolar y extraescolar.

Los centros escolares en su proyecto educativo de centro, y como una de sus finalidades educativas, deben reflejar el compromiso colectivo de toda la comunidad de participar en este derecho fundamental de los alumnos, aunque la responsabilidad directa recaiga sobre la figura del tutor cuyas funciones adquieren matices diferentes a lo largo de las distintas etapas educativas. Para que tome verdadero sentido y efectividad, no se puede considerar la labor tutorial y orientadora como un elemento aislado y puntual sino como una acción que facilite la integración e interdisciplinariedad dentro del currículum. Por ello, todo el profesorado no sólo asumirá tareas propiamente académicas sino que enriquecerá el proceso de enseñanza y aprendizaje colaborando desde su disciplina específica a ejercer tareas de guía y orientación que posibiliten la formación integral del alumnado. En esta dinámica, la labor de los Departamentos de Orientación en Secundaria es imprescindible para coordinar, programar y dinamizar las actuaciones a desarrollar.

En este sentido, la actuación tutorial y orientadora no puede permanecer indiferente a la sociedad mediatizada en la que vivimos, por lo que debe contar con los medios, aprovechando su poder cautivador y motivador, como uno de sus recursos más inestimables para la consecución de sus objetivos. Por ello, los profesores y alumnos pueden encontrar en la utilización de los medios, tanto de la prensa, la radio, la televisión, el vídeo, como de las imágenes publicitarias, elementos suficientes para ayudarles a conseguir una adecuada y acertada orientación personal, escolar y profesional. Así, participarán en un proceso formativo y orientador en y desde la realidad social de su entorno, próximo o lejano, del cual muchas veces, la institución escolar se olvida. El profesorado debe perder cualquier miedo a la utilización de los medios y, aunque se requiera una formación específica, su suficiente preparación cultural e intelectual, espíritu creativo, imaginativo y autodidacta le facilitarán la tarea de familiarizarse con sus usos didácticos. De forma genérica, el empleo de los medios requiere, ya sea como objetos de estudio, recursos didácticos o técnicas de trabajo, una planificación y organización previas que deben pasar por una serie de fases que nos aseguren la efectividad real de su uso. Es decir, en primer lugar, seleccionar un tema adecuado a la edad y tipología del alumnado, en segundo seleccionar el medio a emplear y, por último, programar la sesión de trabajo considerando los conocimientos previos y marcando los objetivos, las actividades, la temporalización, los materiales a emplear y los criterios de evaluación.

Por todo ello, el trabajo coordinado y en equipo de los profesores es fundamental para mejorar, mediante un análisis crítico y reflexivo en una dinámica de investigación-acción, la calidad de las actuaciones orientadoras y debe tener su incidencia en la mejora de los planes de acción tutorial de los centros escolares.

En la práctica orientadora y tutorial, desde sus tres vertientes: personal, escolar y profesional, la utilización de los medios a nuestro alcance (prensa, radio, televisión, vídeo, imágenes publicitarias...) puede ofrecer un extenso abanico de posibilidades. Sirvan nuestras propuestas (Méndez y Monescillo, 1994) como ejemplificaciones o guías que pueden ser empleadas de una manera flexible y abierta acomodándolas, en cada caso, a las peculiaridades de cada situación educativa:

La orientación educativa en los centros juega un papel fundamental en la formación de consumidores responsables, pues gracias a ella podremos generar dinámicas de trabajos eficaces que posibiliten el desarrollo de hábitos y habilidades sociales que, en definitiva, faciliten la formación integral del alumnado.

- Análisis crítico y reflexivo de los distintos medios.
- Estudio de casos sobre distintas temáticas actuales (conflictos bélicos, sucesos, acciones humanitarias, drogas, sexualidad...).
- Estudio y seguimiento de noticias de actualidad.
- Análisis de anuncios publicitarios en soporte fijo o audiovisual.
- Análisis de documentos gráficos, escritos, audiovisuales... que contengan información acerca de las peculiaridades del sistema educativo.

• Aplicación y entrenamiento en las técnicas de estudio a través de los distintos medios, empleándolos como recursos didácticos de primer orden.

• Elaboración y producción de medios como instrumentos de información y autoformación.

• Actividades de investigación y autoinformación profesional.

• Análisis del mercado de trabajo, confeccionando un banco de datos a partir de las informaciones de ofertas y demandas anunciadas en los distintos medios.

• Estudios de perfiles profesionales a través del análisis minucioso de los requisitos que para la selección de personal se anuncia en los diarios y revistas.

• Realización de actividades para dar respuesta a una oferta de empleo, a partir de un anuncio aparecido en los medios.

• Simulaciones y creaciones con los medios, para poner en situación de simulación y familiarizar a los alumnos con actuaciones difíciles que tendrá que afrontar cuando demande un puesto laboral u ocupacional.

• Entrenamiento en la toma de decisiones a partir de noticias, informaciones y documentos.

2. Intervención desde la tutoría para aprender a consumir los medios de comunicación y sus mensajes

La educación en medios de comunicación como eje transversal del currículum, aunque no reconocido oficialmente, competencia de todas y cada una de las áreas que se imparten en los centros educativos, ha generado una sensibilización especial entre los docentes que ha hecho posible el abordar la formación en este sentido.

Y es especialmente a través de los contenidos procedimentales y actitudinales donde se está trabajando con más acierto en nuestras aulas.

No obstante, hay que reconocer la dificultad que entraña integrar, con la dedicación que merece, los contenidos transversales en el currículum de cada una de las materias.

Desde el área de tutoría, podemos abordar la educación para los medios desde una doble vertiente práctica: de una parte, como eje transversal considerado y tratado de forma permanente en la planificación y desarrollo de las actividades de orientación; de otra, como tratamiento monográfico dentro del currículum específico de tutoría, según las necesidades detectadas, a través de un programa concreto de intervención, dedicando el tiempo conveniente e implicando, según se determine, a un grupo, a varios o a toda la comunidad escolar.

La orientación educativa en los centros juega un papel fundamental en la formación de consumidores responsables, pues gracias a ella podremos generar dinámicas de trabajos eficaces que posibiliten el desarrollo de hábitos y habilidades sociales que, en definitiva, faciliten la formación integral del alumnado. Nos encontramos ante una población en edad crítica y, por consiguiente, vulnerable ante los mensajes consumistas de la televisión y ante espectadores ingenuos expuestos, con más frecuencia de la deseada, a los efectos de un discurso televisivo violento, ficticio, engañoso y manipulador que seduce y engancha. La adolescencia y la juventud necesitan afirmar su identidad, y para ello, deben entrenarse y aprender a tomar decisiones acertadas de forma autónoma ante el consumo. Así, la actuación orientadora se encaminará a la consecución de un ajustado autocontrol del alumno ante la invasión de las tentaciones consumistas, preparándolo para que pueda liberarse de la persuasión externa y alienante.

La intervención orientadora deberá dirigirse a los grupos para que estén adecuadamente informados y, conociendo las características de los productos de los medios y sus mensajes, puedan decidirse de forma autónoma, consciente y libremente por aquéllos que realmente les interesan, desentrañando sus posibles valores y/o contravalores y mensajes encubiertos.

En este sentido, los mensajes deben estar en consonancia con sus intereses, forma de ser y modos de vivir, para que éstos puedan satisfacer sus motivaciones. Para que esto suceda habrá que facilitarles propuestas significativas, realistas y estimulantes, presentadas en lenguajes atractivos que despierten su interés y sus deseos, a fin de mantener la atención necesaria que les convierta en elementos activos y creativos del proceso educativo y orientador.

En la intervención orientadora, consideraremos tres ámbitos de actuación. De un lado, los equipos docentes, responsables y dinamizadores de la acción educativa y orientadora; de otro, las familias, entorno natural y próximo que ejerce una marcada influencia en la formación del alumnado; por último, el elemento protagonista del aprendizaje, las alumnas y alumnos de los centros educativos, que serán los receptores y activadores de su propia formación. Indudablemente, estas actuaciones deben confluir en el logro de una finalidad común, que tiene como objetivo general de referencia el capacitar al alumnado para enfrentarse al uso de los diferentes medios, especialmente al consumo televisivo y a la dependencia que éste genera, dotándoles de estrategias y hábitos saludables para aprender a ver la televisión y sus mensajes. Por ello, se

requiere de acciones planificadas interdependientes y coordinadas entre sí.

Dentro del proyecto de orientación y de acción tutorial de cada centro, pueden secuenciarse, de acuerdo a las necesidades detectadas y a lo largo de las distintas etapas educativas, programas relativos al análisis de la problemática generada por una sociedad mediatizada y consumista y a la adquisición de hábitos que permitan a nuestros alumnos ejercer un consumo de los medios equilibrado, racional y objetivo. Serán, por tanto, los propios equipos docentes, con la ayuda del orientador del centro, quienes concretarán la opción orientadora más funcional y adecuada. Por tanto, el plan de acción tutorial se configura como el eje vertebrador de las actuaciones a llevar a cabo para dar respuestas a los objetivos propuestos en la educación en medios de comunicación. En él, se recogerá de forma clara y precisa la secuenciación y temporalización de actividades, los recursos materiales y humanos necesarios, el grado de implicación y responsabilidad de los agentes educativos, la metodología y la dinámica de evaluación a seguir.

Como propuesta práctica que nos sirva de referencia al diseñar y concretar sesiones o programas específicos de tutoría encaminados a la educación de un consumidor inteligente de los distintos medios y sus mensajes, presentamos los objetivos didácticos y la estructura general del programa de orientación titulado *Aprendamos a consumir mensajes* (Méndez, 2001), experimentado previamente con alumnos de Secundaria durante el curso 1998/1999 y validado mediante una rigurosa investigación universitaria. Este novedoso material curricular surge como una consecuencia directa de tres circunstancias docentes que marcaron nuestra trayectoria profesional. En primer lugar, el formar parte activa, desde 1990, del Grupo Comunicar, colectivo andaluz para la educación en medios de comunicación, lo que nos ha reportado una dedicación continua en la investigación y en la formación del profesorado sobre la inclusión de la lectura crítica de los medios en nuestras aulas; en segundo lugar, nuestra propia actividad como orientador en Institutos de Enseñanza Secundaria, lo que nos ha dado una visión global de la formación integral del alumno y del papel tan importante que desempeña la orientación en nuestros centros escolares; y en tercer lugar, nuestra actividad universitaria, que nos ha llevado a un trabajo científico de investigación, dotándonos de medios, recursos, formación y proyección social. Está diseñado y enfocado desde la vertiente orientadora de la toma de decisiones acertadas, partiendo, sobre todo, de los ejes transversales educación en medios de comunicación y educación para el consumidor y el usuario, para ser desarrollado en las sesiones de tutoría de los alumnos del segundo ciclo de ESO, bajo la mediación de los tutores y con la coordinación del orientador/a del centro. Por tanto, es un material que debe formar parte del plan de orientación y acción tutorial del centro, por lo que su implantación conlleva un proceso bien organizado, donde la formación del profesorado en esta temática es aconsejable, aunque la metodología de trabajo sigue una línea de autoaplicación.

El programa comienza con una introducción clarificadora para situarnos en la importancia de los medios de comunicación en la sociedad actual y en nuestras vidas y nos conduce a reflexionar sobre la problemática que genera un consumo pasivo y no crítico de los mismos y sus mensajes. A continuación, aparece el apartado «¿Qué aprenderemos?», donde se exponen, en primer lugar, los objetivos generales del Programa y a continuación se hace un recorrido pormenorizado por el contenido general que vamos a desarrollar, determinando claramente los objetivos didácticos a conseguir. En un tercer lugar, se desarrolla el apartado «¿Cómo trabajaremos?», en el que se muestra la metodología de trabajo y se informa detalladamente del sentido y fundamento de las distintas partes que configuran cada sesión de tutoría. Posteriormente comienza el desarrollo de los cinco módulos de aprendizaje del Programa, con un total de diez sesiones de tutoría. Como podemos constatar, las unidades

El uso de los medios de comunicación se nos presenta como una preciada alternativa que encuentra el lugar apropiado en los planes de acción tutorial y orientación que se planifican y desarrollan en los centros escolares. Las actuaciones propuestas pueden ser muy variadas, adaptándose en cada caso según el nivel educativo y las características e intereses de los alumnos y del propio centro.

básicas para el proceso de enseñanza y aprendizaje de nuestro Programa las constituyen las sesiones. Por ello, intentamos cuidar al máximo su estructuración, lenguaje, ilustraciones y presentación formal, adecuándolos completamente a nuestro planteamiento didáctico. En su diseño definitivo, establecimos siete secciones fijas: «Presentación», «¿Qué pretendemos?», «¿Qué sabemos?», «Investigamos y reflexionamos», «Lo que debes conocer», «Nos evaluamos» y «Tomando decisiones». Incluimos, a partir de la primera y hasta la octava, un apartado denominado «Para la próxima sesión», donde se les indica las actividades que tienen que realizar durante los días previos al inicio de la sesión.

Por tanto, con el desarrollo del programa nos proponemos que el alumnado alcance los siguientes objetivos:

• Reflexionar sobre la importancia de los medios en la sociedad y en nuestras vidas.

• Conocer el mundo de los medios por dentro, analizar sus características básicas y reflexionar sobre la transmisión de ideologías e intereses partidistas de los dueños.

• Conocer el mundo de la prensa escrita, analizar sus mensajes y fomentar la lectura crítica.

• Conocer y entender el medio radio, desarrollando y fomentando actitudes críticas y reflexivas.

• Reflexionar sobre nuestra relación con el medio televisión.

• Descubrir la influencia de la televisión en la transmisión de valores y contravalores.

• Aprender a consumir racional e inteligentemente la televisión.

• Conocer, entender y valorar desde una actitud crítica y reflexiva el mundo de la publicidad, identificando y analizando los elementos que intervienen en el mensaje publicitario.

• Interpretar adecuadamente los mensajes publicitarios.

• Crear y producir con los medios, para conocerlos mejor.

• Reflexionar sobre el aprendizaje adquirido al finalizar la aplicación del programa.

Por último, reflejamos en el cuadro siguiente el contenido que trabajaremos:

Módulo 1: En sintonía...:
Primera sesión: Entre medios.
Módulo 2: Conociendo los medios:
Segunda sesión: Los medios por dentro: organización, estructura y funcionamiento.
Módulo 3: Analizando los medios:
Tercera sesión: La prensa.
Cuarta sesión: La radio.
Quinta sesión: La televisión entre nosotros.
Sexta sesión: La televisión y sus influencias.
Séptima sesión: La publicidad y sus mensajes.
Octava sesión: Publicidad y consumo.
Módulo 4: Produciendo con los medios:
Novena sesión: Creadores activos.
Módulo 5: Consumidores inteligentes.
Décima sesión: Tomando nuestras propias decisiones.

Como conclusión general sobre el papel de la orientación para la educación en medios de comunicación, hemos podido constatar que el uso de los medios de comunicación se nos presenta como una preciada alternativa que encuentra el lugar apropiado en los planes de acción tutorial y orientación que se planifican y desarrollan en los centros escolares. Las actuaciones propuestas pueden ser muy variadas, adaptándose en cada caso según el nivel educativo y las características e intereses de los alumnos y del propio centro. Observamos cómo el nuevo sistema educativo ha propiciado que queden abiertas las puertas para que, tanto los Departamentos de Orientación como los profesores y tutores, poniendo en juego su imaginación y creatividad, elaboren programas impregnados de actividades originales y motivadoras de orientación para la integración curricular de la educación en medios de comunicación, desde una óptica de toma de decisiones, responsables, adecuadas, activas, críticas en su uso y consumo inteligente de los mismos y sus mensajes, en beneficio de la formación integral que necesitan las nuevas generaciones para su inserción en una sociedad altamente mediatizada, a partir de los medios, aprovechando su fuerza expresiva.

3. Referencias

AGUADED, J.I. (1999): *Convivir con la televisión*. Barcelona, Paidós.

ÁLVAREZ, M. y BISQUERRA, R. (Coords.) (1996): *Manual de orientación y tutoría*. Barcelona, Praxis.

BALLESTA, J.; SANCHO, J. y AREA, M. (1998): *Los medios de comunicación en el currículum*. Murcia, KR.

FERRÉS, J. (1994): *Televisión y educación*. Barcelona, Paidós.

MCLUHAN, M. (1974): *El aula sin muros*. Barcelona, Cultura Popular.

MÉNDEZ, J.M. (2001): *Aprendamos a consumir mensajes*. Huelva, Comunicar.

MÉNDEZ, J.M. y OTROS (2000): *Ser profesor, ser tutor. Orientación educativa para docentes*. Huelva, Hergué.

MÉNDEZ, J.M. y MONESCILLO, M. (1994): Orientación y acción tutorial con los medios, en *Comunicar, 2*; 71-75.

PÉREZ TORNERO, J.M. (1994): *El desafío educativo de la televisión*. Barcelona, Paidós.