



La función educadora de la prensa como mass media en la era digital

Begoña Gómez Nieto¹

Recibido: 24 de junio de 2016 / Aceptado: 10 de enero de 2017

Resumen. La prensa forma parte de la vida diaria del ciudadano y se conforma como medio de información y entretenimiento dentro del conjunto de los mass media. En el panorama mediático-comunicacional actual, la prensa (tanto en papel como online), constituye un elemento clave en la influencia, modificación de hábitos y comportamiento del ciudadano, de ahí que sea un importante agente educador, desde un doble criterio: por un lado, como instrumento de socialización del individuo, y por otro, como agente manipulador que conduce al individuo hacia los planteamientos e intereses de grupos mediáticos, gobiernos y organizaciones. El mensaje periodístico presenta un doble carácter: manipulador y agente educador en la era digital. La función educadora de la prensa se analiza desde varios puntos de vista: social, económico, cultural y ético.

Palabras clave: Prensa; educación; medios de comunicación social; contexto multimedia.

[en] The educative function of the press as mass media in the digital time

Abstract. The press forms a part of the daily life of the citizen and conforms as way of information and entertainment inside the outfit of the mass media. In the media — communication current outlook, the press (so much in paper as online), constitutes a key element in the influence, modification of habits and behavior of the citizen, of there that is an important educational agent, from a double criterion: on the one hand, like instrument of socialization of the individual, and for other one, as manipulative agent who leads the individual towards the expositions and interests of media groups, governments and organizations. The journalistic message presents a double character: manipulator and educational agent in the digital age. The educational function of the press is analyzed from several points of view: social, economic, cultural and ethical.

Keywords: Press; education; mass media; multimedia context.

Sumario. 1. Introducción 2. Desarrollo, objetivos, metodología y marco teórico; 2.1. Objetivos y metodología; 2.2. La revolución digital en los mass media. 3. Las funciones de los medios de comunicación social. 4. Algunas consideraciones sobre las funciones de la prensa. 5. ¿Es la prensa un agente socializador educador?. 6. Sobre el periodismo educativo. 7. Conclusiones. 8. Referencias bibliográficas.

Cómo citar: Gómez Nieto, Begoña (2017): “La función educadora de la prensa como mass media en la era digital”, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 23 (1), 45-60.

¹ Universidad Europea Miguel de Cervantes.
E-mail: mbgomez@uemc.es

1. Introducción

En la actualidad, los medios de comunicación inundan nuestras vidas. Su objetivo se centra en plasmar, contar la realidad social. Sin embargo, ésta no es algo objetivable y medible (se miden determinados aspectos o hechos de esa realidad), sino que está constituida también por ideas, creencias, valores y opiniones. Los medios de comunicación no transmiten informaciones “objetivas”, sino que están sesgadas por las propias percepciones, cuando no por intereses, de los medios y/o sus profesionales. Nadie cuestiona el enorme papel socializador que actualmente tienen. En este sentido, Bach Arús y otras autoras, en “El sexo de la noticia” (2000: 21-22), señalan: “los medios son, cada vez más [...] uno de los mejores instrumentos de socialización [...] Los medios de comunicación, sean conscientes o no, proponen pautas de comportamiento y modos de referencia para toda la comunidad y contribuyen a perpetuar el orden social establecido”. En la misma línea se expresa Len Masterman (2001: 18-19) cuando se refiere a los medios de comunicación de masas como “empresas de concienciación” por presentarnos la información que desean sobre un prisma determinado y condicionar nuestra forma de “ver y entender” el mundo.

De acuerdo con Ballesta (2002), al abordar los medios de comunicación cuestión primordial es el poder que tienen para dominar o manipular en los ciudadanos. Hoy, más que nunca, se hace necesario entrar en el mundo de la comunicación, desde una postura crítica, que conlleva reflexión y escepticismo que nos hace estar en duda permanente sobre la función que ejercen los medios de comunicación, cómo tenemos que interrogarnos sobre los productos mediáticos que están en la sociedad y concretamente sobre los productos y contenidos de la prensa tan integrados en el entorno cotidiano del ciudadano.

Por eso, urge preguntarse por la relación entre los discursos que propugnan los medios masivos de comunicación, las nuevas tecnologías, y la educación. La relación o vinculación entre los medios de comunicación y la educación es una cuestión de entendimiento y de búsqueda de un modo de hacer, de una práctica, que va más allá de una razón ocasional o paradójica.

En la actualidad se observa la dificultad que experimenta un número importante de individuos para entender los mensajes que se transmiten en los medios de comunicación. La descontextualización y fragmentación del conocimiento en los medios es una realidad. Unido a esto hay que destacar, con todas las consecuencias que pueda tener las dificultades de las personas con niveles considerables de escolarización, incluso universitaria, para interpretar y dar sentido a la información que les llega por los más diversos canales, está haciendo aparecer un nuevo tipo de analfabetismo. Por ejemplo, entender la información transmitida en un telediario o en un periódico, requiere contar con unos mínimos conocimientos previos sobre los aspectos más diversos, desde historia y geografía, hasta política nacional y extranjera, moda, literatura, biología e ingeniería. Pero sobre todo requiere un saber que no está ubicado en ninguna disciplina específica, como tal, aunque exige una capacidad de valorar, interpretar, discernir y matizar lo visto y lo escuchado, para tener un criterio de credibilidad sobre las fuentes que nos informan y los hechos comentados.

De ahí que cada vez sea mucho más difícil distinguir entre información, opinión y seleccionar lo fundamental de lo transmitido, desenmascarar razones ocultas o simplemente considerar que aquello que vemos tiene que ser remediado, solucionado y necesita de una actuación. Cada vez más hay una distancia, generada por los

mass-media, entre lo que pasa y cómo se cuenta, entre la realidad y la ficción, impediendo la seducción mediática y el lenguaje que confunde al usuario. El gran engaño consiste en suponer que quien va a utilizar los medios ya tiene formación suficiente para hacerlo, lo que no suele ser cierto en la mayoría de los casos. Se necesitaría tener un conocimiento previo o un requerimiento adquirido por el análisis desde la experiencia personal, cultural y grupal capaz de servir de referente a lo que le llega al usuario desde los medios.

La prensa es un medio que goza de credibilidad, por lo que el ciudadano asume sus contenidos sin desarrollar en muchas ocasiones ningún espíritu crítico.

2. Desarrollo. Marco teórico, objetivos y metodología

2.1. Objetivos y metodología

El objetivo del estudio se centra en el análisis de las funciones de los medios de comunicación, centrándonos en el medio prensa en el panorama mediático actual, concretamente en la función educativa desde el punto de vista social, cultural, económico y ético.

En este estudio se ha aplicado una metodología mixta: conceptual/teórica y análisis de contenido. En primer lugar se desarrolla una metodología conceptual, puesto que se ha revisado en profundidad bibliografía, artículos científicos, estudios, datos sobre la disciplina periodística como ente educador, y de análisis de contenido, puesto que se han analizado corrientes teóricas, informes, estudios de expertos del ámbito nacional e internacional para determinar las funciones de los medios de comunicación, concretamente la prensa. Este planteamiento explica el uso de un análisis de contenido (Van Dijk, 2003: 149), que identifique la elección de temas, proposiciones, para el estudio de la prensa como elemento educador en el contexto mediático actual en nuestra sociedad.

2.2. La revolución digital en los mass media

A lo largo de la historia, las revoluciones tecnológicas e industriales han desempeñado un papel crucial influyendo en el desarrollo de la sociedad y de sus individuos. En el siglo XIX, la Revolución Industrial marcó el devenir del hombre entendido como entidad social y cultural. La llegada de la era digital y, con ella, las nuevas tecnologías, ha generado un crecimiento tecnológico sin precedentes, motivando que —en determinados ámbitos— se hable de Segunda Revolución Industrial (Jódar, 2009). Esta era tecnológica no sólo ha favorecido una mejora en la calidad de los servicios, sino un aumento espectacular en la diversidad de los mismos. Así, la implementación de estas nuevas tecnologías se está manifestando sobre lo que se ha llamado sociedad industrial, dando lugar a lo que actualmente conocemos como sociedad de la información o del conocimiento (Franco, 2005: 93).

Manuel Campo reconoce cierto paralelismo entre el desarrollo histórico de los medios de comunicación y el progreso tecnológico, pues: “todos los saltos tecnológicos han producido una aceleración en la historia de la comunicación” (Campo, 2005: 29). De este modo, junto a la proliferación de nuevos medios, se ha propiciado la adaptación de los más clásicos. No obstante, Lev Manovich va más allá otorgando a esta revolución

mediática una mayor intensidad y envergadura, capaz de desplazar el universo cultural de una sociedad hacia formas de producción, distribución y comunicación mediatizadas por el ordenador (Manovich, 2005: 64). Esta migración al digital que Negroponte considera como “un proceso irrevocable e imparable” (2000: 22) otorga a las tecnologías un papel transformador y revolucionario en todos los niveles, permitiendo la multiplicación de las posibilidades comunicativas con flujos de datos hasta ahora inimaginables. Precisamente, esta tendencia al cambio o adaptación, es lo que Roger Fidler se refiere como *mediamorfosis*. Es decir, el cambio producido en los medios de comunicación a causa de un avance tecnológico y unas demandas sociales nuevas (Fidler, 1998: 57).

Otro aspecto a tener en cuenta es si en esta nueva era digital en la que estamos inmersos se produce la manipulación informativa de los medios de comunicación hacia los ciudadanos. Algunos autores (Chomsky y Ramonet, 2008: 86-87) plantean que las herramientas futuristas de información y comunicación sirven más para el condicionamiento y el cerco de los ciudadanos que para su emancipación. Si nadie controla a los guardianes del nuevo orden social, estos instrumentos pueden encerrar peligros para la democracia.

Aunque la tecnología y sus avances parecen apoderarse de todo, no se puede perder de vista la reflexión de que este fenómeno no está circunscrita solamente a los medios que algunos llaman nuevos medios, más digitales y audiovisuales, sino que ha supuesto una invitación a los medios tradicionales, como la prensa. Esta se ha visto obligada a existir en medio de estos contextos e iniciar caminos de convergencia en el mundo de la digitalización.

La cuestión es si la prensa debe asumir el reto comunicativo-educativo, coherente con una visión de la prensa como texto social, es decir el periódico informa sobre hechos noticiables, y si además, debe comprometerse como medio educativo transitando caminos de corresponsabilidad con la formación de sus lectores-ciudadanos.

3. Las funciones de los medios de comunicación social

La reflexión sobre las funciones atribuidas a los medios de comunicación constituye un tema amplio y genérico que subyace en cualquier investigación sobre comunicación. El análisis funcional de los medios de comunicación se sitúa dentro de la corriente teórica del funcionalismo cuya pregunta de fondo se centra en las funciones desempeñadas por la comunicación de masas en la sociedad (Wolf, 2000: 69). A grandes rasgos, el funcionalismo pone el acento en la presencia normal de los medios en la sociedad y aborda el tema de los medios de comunicación a partir del punto de vista de la sociedad y de su equilibrio. De modo que se ocupa de la dinámica del sistema social y del papel que desempeñan en él los medios de comunicación.

A continuación, nos parece conveniente presentar las funciones atribuidas por los investigadores más relevantes a los medios de comunicación. Entre los fundadores de la corriente funcionalista se encuentra Harold Lasswell que, en su célebre artículo “The Structure and Functions of Communication in Society” (1948), determina las funciones que debían cumplir los medios de comunicación para contribuir al sistema social. A su juicio eran las siguientes:

- Vigilancia del entorno: partiendo de la idea de que los cuerpos y fuerzas de seguridad ejercen la función de vigilancia del entorno, para hacer frente a las

posibles amenazas del sistema, Lasswell argumenta que los medios de comunicación también contribuyen a esta función. Desde el punto de vista de la comunicación se trata de una función que hace referencia a la recopilación y difusión de información sobre acontecimientos que suceden en el entorno (Laswell, 1948: 45).

- Correlación de los componentes de la sociedad: esta función alude a la posibilidad de que los medios de comunicación al informar también estén favoreciendo, hasta cierto punto, la relación entre los distintos sectores de la sociedad.
- Transmisión del legado social y cultural: la familia y la escuela son los principales agentes de transmisión de la herencia social. Pero los medios también pueden contribuir a expresar los valores culturales y simbólicos propios de la identidad y de la comunidad social.

Robert Merton y Paul Lazarsfeld realizaron una interesante interpretación sobre las funciones de la comunicación mediática, que se basan en dos conceptos propuestos por Merton a partir de la idea de la sociedad como un sistema esbozada por Parson. Merton sostenía que resultaba exagerado afirmar que todas las formas sociales o culturales tenían funciones positivas. Para fundamentar su teoría se basa en la distinción entre funciones y disfunciones. A tenor de las premisas expuestas, en 1948 Merton y Lazarsfel publican el artículo titulado “Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action”, en el que atribuyen a los medios de comunicación las siguientes funciones:

- Conferir categoría, estatus, a cuestiones públicas, personas, organizaciones y movimientos sociales (Merton y Lazarsfeld, 2002: 21).
- La disfunción narcotizante. Hace referencia a la apatía y a la superficialidad que puede generar el consumo de los medios de comunicación en los ciudadanos. Esta situación se produce cuando llegan a confundir la posesión de cierto conocimiento sobre un problema, con la acción.

Charles R. Wright es otro de los principales exponentes de la perspectiva funcionalista de la comunicación. Sus principales aportaciones en este campo están reflejadas en dos interesantes artículos “Functional Analysis and Mass Communication” (1960) y “Functional Analysis and Mass Communication Revisited” (1974). Charles R. Wright expone una relación de funciones de la comunicación mediática a partir de las propuestas de Lasswell y de Merton y Lazarsfeld a las que ya nos hemos referido. En primer término sostiene que el análisis funcional ha de tener en cuenta una serie de aspectos:

- Puede abordarse desde la perspectiva del sistema global de la comunicación mediática, es decir, desde lo que representa el fenómeno de la comunicación de masas en la sociedad.
- Además hay que considerar las funciones y disfunciones que puede representar cada medio para la sociedad. Incluso puntualiza que habría que tener en cuenta a cada individuo.
- Igualmente sugiere que el análisis funcional también ha de ponderar los modelos de organización bajo los que operan las instituciones dedicadas a la comunicación mediática, dado que su estructura socioeconómica incide sobre el modo en que desarrollan su actividad. Evidentemente, los principios

ideológicos de un medio influyen sobre su selección de los temas que abordarán así como sobre el tratamiento que recibirán, lo que en último término repercute sobre el público (Wright, 1995: 77). Wright plantea cuáles son las consecuencias de la comunicación mediática para el individuo, los subgrupos y los sistemas sociales y culturales:

- La vigilancia se refiere a la recopilación y distribución de información concerniente a acontecimientos del entorno, tanto dentro como fuera de cualquier sociedad particular. Viene a corresponder con lo que normalmente se denomina circulación de noticias.
- La correlación se identifica con la interpretación de la información respecto al entorno y las normas de conducta ante dichos acontecimientos. La correlación está vinculada con la actividad editorial o propagandística. Por ejemplo, todos los periódicos tienen su línea editorial, lo que condiciona la forma de enfocar las noticias.
- La transmisión de cultura: hace referencia a aquellas actividades destinadas a comunicar el acopio de las normas sociales de un grupo, información, valores, etc., de una generación a otra o de los miembros estables de un grupo a los que se incorporan al él.
- El entretenimiento: se observa en aquellos mensajes que están concebidos y destinados principalmente a entretener y distraer, con independencia de los efectos que puedan provocar.

Pero, ¿en qué términos podemos hablar en la actualidad sobre las funciones de la comunicación mediática? En líneas generales observamos que los planteamientos de los autores pioneros en el análisis funcional (Lasswell, Merton, Lazarsfel y Charles R. Wright) siguen muy presentes, pero también se han ido introduciendo ciertos matices. En efecto, se habla de la función informativa y de la interpretación de la realidad, aspectos básicos en la actividad periodística, cuya esencia radica precisamente ahí. También se debate sobre la capacidad para conferir estatus y reforzar determinadas normas sociales. La posibilidad que tienen los medios para otorgar cierta relevancia social a personas, grupos sociales, ideas, etc., es evidente y podemos pensar en casos que demuestran, como sostenían Merton y Lazarsfeld, que también se puede producir la situación inversa. La función de transmitir contenidos culturales o función educativa se ha ampliado con los avances en las tecnologías de la información y de la comunicación. Existen buenos ejemplos sobre las posibilidades educativas de los medios, que se pueden utilizar como un complemento para los procesos de educación informal, pero también formal (como ocurre con los espacios de la UNED, *That's English*). También programas de televisión como *Página dos* y *La aventura del saber*, o de radio, como *La estación azul*, entre otros, nos permiten aprender de forma entretenida. La función de entretenimiento depende de los gustos personales, porque los contenidos que para una persona pueden resultar divertidos para otra pueden ser aborrecibles.

En las sociedades democráticas también se espera que la prensa realice una función de control y fiscalización de la acción del gobierno². En cualquier caso, re-

² En relación con esta función del periodismo y de los medios de comunicación existe una expresión muy gráfica "perro guardián", cuyo origen no está claro. Pero una de las referencias más sólidas aparece en la obra *Public Opinion* de Walter Lippman, publicada en 1922, que defendía que la prensa debía ser una especie de guardián de las instituciones.

flexionar sobre las funciones de los medios exige tener presente que todavía existen diferencias muy significativas en el acceso a los medios y que siguen existiendo regímenes políticos que controlan y censuran los contenidos.

4. Algunas consideraciones sobre las funciones de la prensa

Para Cantarero (2002) el constante desarrollo y uso de las nuevas tecnologías en los medios de comunicación social y, consecuentemente, por la diversificación y especialización del trabajo informativo, el concepto de “periodismo” sintetiza la multiplicidad de funciones del periodista en diversos medios, resume toda la experiencia acumulada históricamente desde el surgimiento del periodismo en el medio impreso hasta la práctica profesional en los medios audiovisuales, incluyendo el ejercicio en instituciones públicas o privadas, y se extiende en estos momentos a la práctica informativa especializada, investigativa y multimedia.

Miró Quesada (1991: 71) destaca que el periodismo ha sido el más importante instrumento para reformar la sociedad. “Es justo reconocer que antes del periodismo se habían efectuado en el mundo importantes reformas; pero es asimismo indiscutible que sólo después de la evolución de éste se producen los grandes cambios sociales”.

El importante papel del periodismo ha sido comprendido desde sus albores, y la manera de cómo estaba llamado a desempeñar una influencia decisiva en las sociedades. Su misión es, pues, además de informativa, orientadora y educadora (Gil, 1999).

La noticia es la expresión periodística de un hecho capaz de interesar al público hasta el punto de suscitar comentarios. Es un hecho que “dará que hablar” y por tanto dará pie a nuevos hechos, es decir, suscitará repercusiones. El hecho es cualquier cosa que ocurre, algo que hace alguien, algo que dice alguien, algo que le pasa a alguien. Puede ser un acto, un dicho, un comportamiento o un gesto, inclusive. Martínez Albertos (1993: 288), señala que noticia es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que pueda considerarse masivo³ una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión. La noticia en sentido amplio —apunta este autor— es una materia prima sobre la que los profesionales de la comunicación periodística pueden trabajar con una de estas tres disposiciones psicológicas: la información, la interpretación y la opinión. En definitiva, las noticias en su conjunto y mediante su acción constante determinarán el conocimiento que un individuo tiene de su entorno y definirá la posición que asuma respecto de él.

McCombs sintetiza las funciones de la comunicación social y del discurso periodístico en tres aspectos: vigilancia (de los peligros y amenazas al mundo), consenso (organización y producción de respuestas de la sociedad a los problemas identificados con la vigilancia), y transmisión de la herencia social (de una a otra generación). “Tradicionalmente —explica McCombs— la teoría de la Agenda-Setting ha sido

³ El Diccionario de Comunicación de Ignacio H. De la Mota (Madrid: Paraninfo. 1988) define “masa” como agrupación humana de grandes proporciones, no mensurables, que es producto en lo político de la democratización; en lo sociológico, del amontonamiento humano; en lo tecnológico, de la mecanización; y en lo cultural, de la unificación de la enseñanza y la concentración de la información. Suma de los receptores de los mensajes que se distingue por el elevado número de sus componentes y por carecer de cualquier tipo de organización interna.

estudiada en términos de la función de vigilancia: la gente se entera sobre lo que está ocurriendo en el mundo a través de los medios de comunicación. Se informa a través de ellos. Sin embargo, los nuevos avances en la teoría hablan sobre su relación con la función de consenso. Esto significa que los medios ayudan a la sociedad a llegar a acuerdos porque hacen que la gente hable o se preocupe sobre los mismos temas. De ahí que la Agenda-Setting responde no sólo a la función de vigilancia o de información de la sociedad, sino que además, a la del consenso necesario en toda democracia (McCombs, 2006: 77).

Debemos señalar que las funciones del periodismo las determinan muchas veces cuestiones ideológicas. Para el capitalismo, por ejemplo, la prensa tiene como función servir al sistema económico. Y de hecho lo hace, mediante la publicación de innumerable material de carácter comercial con lo que pone en contacto vendedores y compradores impulsando la dinámica mercantil y el sistema económico. En el caso del socialismo, le dio a la prensa la función de un frente de combate que sirvió a los trabajadores y al pueblo de plataforma para exigir sus reivindicaciones y dar cuenta de sus luchas de clase, expresando además las tesis de su ideología y convirtiéndose en vocero del Partido.

En términos generales y sin penetrar en cuestiones ideológicas, podemos decir que las principales funciones del periodismo son, además de informar (Klein, 2001):

a) Educar: el periodismo debe ser un instrumento que sirva para la ilustración de la sociedad. Por estar permanentemente expuesto en las calles en forma de periódicos, o dentro de las casas a través del televisor o la radio, es el mejor medio para difundir conocimientos. Cuesta menos que un libro y sale más barato que contratar a un profesor particular. De esa manera, es asequible a las grandes mayorías. Por eso, se le ha llamado alguna vez “el libro del pobre”.

La historia del periodismo está llena de grandes hazañas. Una de las más célebres a nivel mundial es el trabajo de los periodistas de *The Washington Post* que con la revelación del caso Watergate obligaron al presidente estadounidense Richard Nixon a dimitir en 1974. Por ejemplo, en Perú, la prensa independiente en la década del 90 fue acosada por el gobierno de entonces hasta el extremo haber corrido peligro de muerte varios comunicadores.

La prensa es además tribuna para que los propios ciudadanos hagan denuncias públicas contra autoridades corruptas o abusivas y sirve a los trabajadores para expresar sus reclamos por bajos sueldos o ajustes económicos. Esta función de control social de los medios permite denunciar excesos de todo tipo. El diario o el noticiero es una gran caja de resonancia de la conducta individual y colectiva. Cuando pone sobre el tapete una incorrección obliga a las autoridades correspondientes a una rápida intervención porque en caso contrario estas mismas se exponen a la censura pública. La denuncia conmueve a la opinión ciudadana y la motiva a la acción (Rodríguez Revollar, 2008).

b) Servir a la sociedad: esta es una función loable de los medios de comunicación. En las últimas tragedias nacionales provocadas por la naturaleza han sido medios de prensa los que organizaron y concentraron la ayuda colectiva para salvar a millares de damnificados. Aunque reparando en esto, es también una tragedia considerar que sólo en circunstancias extraordinarias y dolorosas el periodismo debe y puede servir a la sociedad, mientras el resto del tiempo, para ciertas empresas de comunicaciones, es más importante obtener el lucro rápido.

c) Entretener: varios medios han hecho de esto su función principal. El periodismo local prácticamente ha quedado dominado por el espectáculo frívolo. Han tomado el sexo y la violencia como una fórmula para entretener y mantener a su público cautivo. Ignoran que es posible entretener educando, elevando el nivel cultural de la gente. Un claro ejemplo de esto es la publicación y grata aceptación de los crucigramas, donde los lectores —como jugando— miden sus conocimientos. Por otro lado, una buena información puede ser entretenida y muy provechosa a la vez.

d) Orientar: la función orientadora es muy importante y necesaria en toda información de tipo (política, económica, deportiva, etc.) para que el público no se quede en la simple recepción de las noticias, sino que obtenga gracias al periodismo desarrollado un criterio fundamentado acerca de las diversas actividades sociales.

e) Fiscalizar la administración pública: este es un compromiso de la prensa independiente. De aquí la importancia de la investigación periodística y la actitud del medio de mantenerse sólido en la denuncia sin doblegarse hasta confirmar que se haya hecho justicia.

Por su lado, el periodista —en las sociedades democráticas actuales— no es un profesional “sin más”, como señala Gil (1999). “Su actividad informativa tiene una trascendencia social reconocida y explicitada en el reconocimiento de derechos como la cláusula de conciencia y el secreto profesional. El respeto a estos derechos de los periodistas, la independencia de los medios y la pluralidad informativa constituyen uno de los pilares fundamentales del Estado de Derecho”.

5. ¿Es la prensa un agente social educador?

El fenómeno comunicativo es, sin duda, la nota más trascendental y significativa que caracteriza la sociedad del mundo contemporáneo. Aunque en todos los períodos de la historia el hombre se ha servido de instrumentos para comunicarse, la magnificación y universalización de los medios y recursos del mundo contemporáneo han hecho que esta actividad tan específica del género humano se haga especialmente singular en nuestros días (Aguaded Gómez, 2012: 259).

El hecho comunicativo de hoy en día no puede entenderse si no se piensa en la revolución tecnológica y científica actual y que está ocasionando cambios profundos, por ejemplo, la superación, al menos parcial, de las barreras del tiempo, del espacio e incluso de la materia. Gracias al efecto de los medios de comunicación y las tecnologías de la comunicación y la información se está configurando, sin duda, un nuevo modelo de ser humano y de sociedad, como nunca había ocurrido antes en la historia y todo ello a un ritmo de vértigo.

Debemos tener presente la influencia de las nuevas tecnologías en el binomio comunicación-educación. Como señala Castells y otros (1986: 13): “Un nuevo espectro recorre el mundo: las nuevas tecnologías. A su conjuro ambivalente se concitan los temores y se alumbran las esperanzas de nuestras sociedades en crisis. Se debate su contenido específico y se desconocen en buena medida sus efectos precisos, pero apenas nadie pone en duda su importancia histórica y el cambio cualitativo que introducen en nuestro modo de producir, de gestionar, de consumir y de morir”.

En este epígrafe, debemos diferenciar dos aspectos. Por un lado, el hecho de si la prensa como mass media debe asumir la función educadora al mismo nivel que desarrolla sus funciones propias, y otra, si dado el valor educador de los medios de comunicación (entre ellos se sitúa la prensa), desde las instituciones educativas, y concretamente el profesorado deben integrar en sus propuestas de aprendizaje, planteamientos, recursos y medios para que el alumnado sea educado y aprenda a discernir todos los mensajes y contenidos que consume en los medios, desarrollando un consumo responsable de los mismos.

En el caso específico de la prensa, la alternativa comunicativa-educativa es un camino viable para superar la actual crisis de este medio de comunicación. Esta crisis puede explicarse desde factores externos como: un entorno digital en el cual la conectividad, accesibilidad, ubicuidad y usabilidad son ventajas en las que la web supera a los medios tradicionales como la prensa (Campos Freire, 2010: 22); factores internos o aquellos relacionados con las prácticas y el ejercicio del periodismo y, finalmente; los propios de la evolución histórica del mismo medio y sus modelos.

La relación entre educación y medios de comunicación es un tema de debate interesante para los profesionales, al tratarse de dos temáticas vinculadas estrechamente. En la actual sociedad del conocimiento existen muchos canales de comunicación y aunque, a menudo es difícil reaccionar ante tanta información, los educadores se han esforzado para crear materiales para trabajar en el aula y han elaborado muchas teorías sobre su función como profesionales en la educación para la comunicación (Mestres, 2007).

En este sentido, el sector educativo se ha centrado en analizar si los medios de comunicación son educativos o no, de qué forma se pueden utilizar en el proceso de enseñanza-aprendizaje, de qué forma contribuyen a la formación en valores, etc. Por eso, algunos planteamientos avanzan sobre qué implicación deben tener los medios de comunicación en la educación, abriendo el debate sobre si existe una cierta responsabilidad por parte de los profesionales de la comunicación.

En la actualidad nadie discute la importancia de los medios de comunicación en la sociedad actual. Nos encontramos inmersos en una sociedad mediática y nuestro estilo de vida convive con los mensajes que nos transmiten los medios de comunicación. De la misma forma, hablar de medios de comunicación implica abarcar un abanico de posibilidades muy amplio: muchos canales de televisión, radio, Internet, publicaciones impresas de todo tipo, etc. Por eso los medios de comunicación constituyen una herramienta educativa muy poderosa, con las ventajas y desventajas que esto supone, pero educar, no es su finalidad última.

La complejidad de esta tarea radica en el hecho que aprender a utilizar y a entender los medios debe ser una responsabilidad compartida entre padres, educadores y profesionales de la educación. Por último, nos encontramos con los medios educativos, aquéllos que tienen la finalidad explícita de contribuir a la educación y formación de sus usuarios. Actualmente, no abundan, pero podemos encontrarlos en televisión, radio, internet, prensa.

Una cuestión de interés es si son conscientes los medios de comunicación de la repercusión que tienen en la educación. Como señala Aguaded (2012: 263), los profesionales de la comunicación prestan escasa atención a la educación, considerando que se trata de un espacio exclusivo de los educadores. De la misma forma, el ámbito educativo no deja de considerar a la comunicación como un contenido que debe tratarse transversalmente.

6. Sobre el periodismo educativo

El periodismo educativo es, antes que nada, producción y distribución de mensajes informativos de actualidad que logren interesar a un público determinado. El contenido de tales mensajes es la vida humana haciéndose en todas partes y bajo todas las circunstancias. Este ir haciéndose es, seguramente, la perspectiva sobre la educación como proceso continuo e inacabable que mejor cuadra al periodismo (Raigón, 1999).

El periodista hace periodismo educativo, por tanto, cuando contempla la actualidad teniendo en cuenta el beneficio de los públicos: hacerles descubrir o reforzar sus posibilidades personales de participar responsablemente en la vida social, de amar y de ser amados tanto como de ser felices. Cuando informa, puede contribuir a “formar un hombre capaz de elevarse al nivel de la civilización moderna, o sea, de encontrar el sentido de la vida en este nuevo mundo” (Sucholdoski, 1977).

Esta perspectiva de la educación a disposición de los periodistas es complementaria de la que se limita a aplicar procedimientos sistemáticos de enseñanza-aprendizaje, incluida lo que la UNESCO (1998) ha llamado “educación para toda la vida”, horizonte más ancho, incluso, que el de la educación permanente (García Aretio, 1989)⁴.

La educación para toda la vida coincide con la noción de sociedad educativa, “en la que —según la UNESCO— todo puede ser ocasión para aprender y desarrollar las capacidades del individuo tanto si se trata de brindar una segunda o una tercera ocasión educativa o la de satisfacer la sed de conocimientos, de belleza o de superación personal como de perfeccionar y ampliar los tipos de formación estrictamente vinculados con las exigencias de la vida profesional, comprendidos los de formación práctica”. La idea de esta sociedad educativa empieza a concebirse cuando las tradiciones van perdiendo su valor de puntos de referencia colectivos y no queda más remedio que anclarse en una cierta configuración de los conocimientos adquiridos para orientarse, pensar y actuar.

Lo cual invita a relevar la función social de los periodistas como facilitadores y promotores de conocimientos y de relatos de actualidad que puedan ser incorporados a procesos de sentido, racionales y personales o no.

A continuación, describimos algunas de las características de la educación para toda la vida, con el objeto de aclarar más el concepto del periodismo educativo (Raigón, 1999):

En primer lugar, es integradora porque incluye modelos de educación formal, no formal e informal, que se inspiran y corrigen entre sí. La primera es, en resumidas cuentas, la escolar (profesionalizada, reglada y graduada hasta la acreditación); la segunda es “el conjunto de procesos, medios e instituciones específicas y diferenciadamente diseñados en función de explícitos objetivos de formación o de instrucción, que no están directamente dirigidos a la provisión de los grados propios del sistema educativo reglado” (Trilla, 1993). Los contenidos de la educación informal son el conglomerado de cuanto significativo nos rodea a todos en la vida cotidiana y cuya simple enumeración sería imposible. Es el medio humano como instigador multiforme y caótico de sentido.

⁴ García Aretio define el concepto de educación permanente como «el principio organizador de la educación, que pretende hacerla llegar, en todos sus niveles y modalidades, a toda la población, a lo largo de la vida, con la colaboración de los diversos sectores, instituciones y agentes».

El periodismo educativo se interesa por todas y cada una de las realizaciones de estos modelos respectivamente: información sobre la escuela; sobre actividades, instituciones y personajes que de modo sistemático se han propuesto finalidades didácticas; y sobre el haz de instancias —incluyentes y excluyentes a la vez— que son las familias, la calle y los medios de comunicación. Con todo, el periodista sobre educación tiene hoy el deber de informar con solvencia y toda clase de precauciones sobre cuanto sucede en la escuela, porque sigue siendo verdad que es ahí —y no en la calle ni en los medios de comunicación— donde las instancias señaladas deben encontrar un acuerdo.

Los periodistas dedicados al tema educación tendrán que observar con atención si efectivamente se cumple el derecho a una educación formal de calidad y los correlativos —y graves— deberes de los usuarios (aprender). Después tendrá que informar con una independencia que la demagogia generalizada la hará francamente difícil. Por eso, sus fuentes habrán de ser muy variadas y seguras tanto como profundo y detallado su conocimiento de las leyes sobre educación. Un periodismo educativo concebido así no puede sumarse simplemente a otras disciplinas en los marcos académicos habituales (Gómez y Méndez, 1997)⁵, porque los abarca todos sin excepción.

Entendido así, el periodismo educativo quedaría reducido a información sobre los progresos de las Ciencias de la Educación y sobre sus —casi siempre— deslumbrantes aplicaciones e implicaciones. Las tareas esbozadas no pueden depender de la presencia en la redacción de uno o varios periodistas con ideas muy claras sobre cómo funciona o cómo debe de funcionar la sociedad educativa. Es precisa y urgente una toma de conciencia de que esta nueva realidad exige nuevos enfoques narrativas y unos modos de presentación más adaptados a las posibilidades cognitivas de los públicos. Lo que exige un conocimiento estricto de niveles culturales para no infravalorar lo que sabe el público ni para sobrepasar los umbrales de conocimiento de los que dispone.

Parafraseando a Sánchez Bravo (1991), “En el fondo se trata de intentar superar la vieja dualidad de cultura humanística y de cultura tecnológica”, introduciendo nuevos códigos en los que confluyen ambas (alfabetización mediática). Los medios de comunicación y sus profesionales pueden contribuir con sus medios y su experiencia al desarrollo de esta propuesta verdaderamente innovadora, promoviendo la formación de profesores, editando cuadernos especiales periódicos, programando tiempos de radio y de televisión y sitios en Internet. Pero lo que en ellos contenga información de actualidad y sus complementos, es propio del periodismo educativo y no de la educomunicación o de los docentes.

Por lo tanto, para Raigón (1999), los conocimientos de los que ha de disponer un periodista para afrontar con éxito los objetivos señalados son, en sus grandes líneas, los siguientes:

1. Revisión de las funciones del periodismo a la luz de los de la educación para toda la vida.
2. Nociones de historia de la educación: ideales pedagógicos y prácticas docentes, discentes e institucionales.

⁵ En las universidades españolas se cursan materias con temáticas como las siguientes: información, periodismo o comunicación sobre política y actividad parlamentaria y judicial, sobre economía y finanzas, sobre deportes, sobre producciones culturales y científico-técnicas, sobre salud y medio ambiente, sobre educación, sobre medios audiovisuales, sobre religión y sobre defensa y seguridad. Incluso se estudia “Periodismo social”

3. Protagonistas de la educación contemporánea: profesionales (docentes o no), alumnos, padres y sociedad civil.

4. Fuentes del periodismo educativo (entre las documentales, las de programación, especialmente).

5. Nuevos canales para la información educacional: agencias de noticias especializadas, Internet, radio y televisión temáticas.

6. Dimensiones éticas y políticas de la información educacional. El periodista ante una democracia que pretende garantizar un estado del bienestar en el que se incluye la educación inicial y continua. Se relaciona con el concepto de calidad en la educación.

7. Construcción de la agenda mediática sobre educación. Introducción a métodos de observación de este temario.

8. La educomunicación: alfabetización mediática y usos didácticos de los medios. La misión de los periodistas en las instituciones educativas sería observación y asesoramiento (incluida la formación del personal alfabetizador).

7. Conclusiones

A lo largo de la historia, la prensa se ha conformado como una de las principales fuentes de información y entretenimiento de los ciudadanos. Y éstos en múltiples ocasiones interiorizan sus contenidos como verdaderos sin ningún espíritu crítico. Este valor de influencia de la prensa en la formación de ideas y conocimiento de los individuos lleva a la reflexión del papel como agente educador que desarrolla, a veces consciente y otras veces sin proponérselo. Lo cierto es que se observa la dificultad que experimenta un número importante de individuos para entender los mensajes que se transmiten en los medios de comunicación. El usuario está obligado a poseer la capacidad de valorar, interpretar, discernir y matizar lo visto y leído, para tener un criterio de credibilidad sobre las fuentes que informan y los hechos comentados.

De ahí que cada vez sea mucho más difícil distinguir entre información y opinión y seleccionar lo fundamental de lo transmitido, desenmascarar razones ocultas o simplemente considerar que aquello que vemos tiene que ser remediado, solucionado y necesita de una actuación. Cada vez más hay una distancia, generada por los mass-media, entre lo que pasa y cómo se cuenta, entre la realidad y la ficción, impidiendo la seducción mediática y el lenguaje que confunde al usuario. Por lo tanto, los medios de comunicación y la prensa, se conforman como puente entre la realidad y el usuario, y éste se forja una percepción de ese hecho o noticia por la imagen, mensajes y contenidos que recibe de los medios en general, y de la prensa en particular.

Estamos de acuerdo con Fontcuberta (1992: 18) cuando plantea que no está más informado el individuo que lee cinco periódicos, observa varias cadenas de televisión y oye diferentes emisoras de radio, sino aquel que es capaz de determinar “a) los elementos básicos para interpretar la misma; b) darse cuenta de las omisiones claves para la misma; c) descubrir las tácticas y estrategias de persuasión empleadas en la emisión de los mensajes informáticos, lo cual implica conocer los mecanismos de producción de la información; y d) ser capaz, en consecuencia de aceptar o rechazar el mensaje, global o parcialmente, pero siempre de la manera crítica”.

La implantación en la sociedad de las denominadas nuevas tecnologías (NT) de la comunicación e información, ha provocado grandes cambios, afectando al modo

en cómo se transmite, cómo se capta, cómo se manipula, almacena y distribuye la información (Cabero, 1996). Sin lugar a dudas, estas denominadas nuevas tecnologías crean nuevos entornos, tanto humanos como artificiales, de comunicación estableciendo nuevas formas de interacción de los usuarios con las máquinas donde uno y otra desempeñan roles diferentes, a los clásicos de receptor y transmisor de información.

Como consecuencia de este cambio, se aprecian aspectos significativos constatados: el papel que los medios juegan como elementos socializadores, el número de veces que estamos sometidos en nuestra cultura a sus mensajes y efectos, y la construcción de la realidad que se realiza en la actualidad mediáticamente.

El periodista —en las sociedades democráticas actuales— no es un profesional “sin más”, como señala Gil (1999). “Su actividad informativa tiene una trascendencia social reconocida y explicitada en el reconocimiento de derechos como la cláusula de conciencia y el secreto profesional. El respeto a estos derechos de los periodistas, la independencia de los medios y la pluralidad informativa constituyen uno de los pilares fundamentales del Estado de Derecho”.

La relación entre prensa-educación es un binomio interesante de analizar, señalando que la función educadora del medio prensa, queda relegada a un segundo plano, prevaleciendo las funciones que históricamente apuntaban los pioneros en el estudio de las funciones que desempeñan los medios de comunicación, entre los que se sitúa la prensa. Por otra parte, estudios como los desarrollados por Fontcuberta y Guerrero (2007: 97) en Chile, ponen de manifiesto que una educación en medios debe tener un carácter transversal y se constituye básicamente como una formación en los conceptos, procedimientos y actitudes necesarios para afrontar el nuevo escenario mediático global.

8. Referencias bibliográficas

- Aguaded Gómez, Juan Ignacio (2012): “La educomunicación: una apuesta de mañana, necesaria para hoy”, en *Aularia*, 1 (2), 259-261.
- Bach Arús, Marta et al. (2000): *El sexo de la noticia*. Barcelona, Icaria Editorial.
- Ballesta Pagán, Javier (2002). “Educar para el consumo crítico de los medios de comunicación”, en *Etic@net*. Disponible en:
http://www.ugr.es/~sevimeco/revistaeticanet/Numero0/Articulos/Educar_para_el_consumo_de_los_mc.pdf. [Consulta: 18 de junio de 2016]
- Cabero Almenara, Julio (1996): “Nuevas tecnologías, comunicación y educación”, en *Revista Edutec*. Disponible en:
<http://especializacion.una.edu.ve/iniciacion/paginas/cabero.pdf>. [Consulta: 20 de mayo de 2016].
- Campo, Manuel (2005): “Motores de la transformación del mapa de la comunicación: la revolución interactiva”, en Alberich, P. y Roig, A. (coords.): *Comunicación audiovisual digital. Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas*. Barcelona, Editorial UOC.
- Campos Freire, Francisco (2010): “Los nuevos modelos de gestión de las empresas mediáticas”, en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 16, 13-30.
- Cantarero, Mario Alfredo (2002): “Periodismo: de la ‘prensa’ a la imprecisión conceptual”, en *Sala de Prensa*, nº 45. Año IV, vol. 2. Disponible en:
<http://www.saladeprensa.org/art379.htm>. [Consulta: 22 de junio de 2016]

- Castells, Manuel et al. (1986): *El desafío tecnológico. España y las nuevas tecnologías*. Madrid, Alianza Editorial.
- Chomsky, Noam y Ramonet, Ignacio (2008): *Cómo nos venden la moto. Información, poder y concentración de medios*. 25ª edición. Barcelona, Icaria Editorial, S.A.
- Fidler, Roger (1998): *Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios*. Barcelona, Granica SA-Adelphi S.A. Ediciones.
- Fontcuberta, Mar de (1992): “Medios de comunicación, telemática y educación”, en *Comunicación, lenguaje y educación. Métodos y técnicas para el educador en las áreas del currículum*, 14, 17-28.
- Fontcuberta, Mar de y Guerrero, Claudio (2007): “Una nueva propuesta para la educación en medios”, en *Cuadernos de Información*, 20, 87-97.
- Franco, Guillermina (2005): *Tecnologías de la comunicación: producción, sistemas y difusión digital*. Madrid, Fragua.
- García Aretio, Lorenzo (1989): *La educación. Teoría y conceptos. Perspectivas integradoras*. Madrid, Paraninfo.
- Gil, Quim (1999): “Ética y deontología periodística en la Sociedad de la Información”, en *Sala de Prensa*, 14. Año II, vol. 2. Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art90.htm>. [Consulta: 22 de junio de 2016]
- Gómez y Méndez, José Manuel (1997): “La formación universitaria del periodista especializado”, en Esteve Ramírez, E. (coord.): *Información periodística especializada*, Fundación Universitaria San Pablo-CEU, Valencia.
- Jódar Marín, Juan Ángel (2009): “La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios, nuevos profesionales”, en *Razón y Palabra*, 71. Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/29%20JODAR_REVISADO.pdf. [Consulta: 1 de marzo de 2014].
- Kaplún, Mario (1998): “Una pedagogía de la comunicación”. Madrid, Ediciones de la Torre. Disponible en: <http://ebookbrowse.net/una-pedagogia-de-la-comunicacion-pormario-kaplun-pdf-d277467717>. [Consulta: 15 de mayo de 2016].
- Klein, Darío (2001): “El papel del periodismo de investigación en la sociedad democrática (I)”, en *Sala de Prensa*, 29. Año III, vol. 2. Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art202.htm>. [Consulta: 20 de junio de 2016]
- Lasswell, Harold (1948): “The Structure and Functions of Communication in Society”, en Lyman Brysson, (ed.): *The Communication of Ideas*. New York, Harper.
- Manovich, Lev (2005): *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Barcelona, Paidós.
- Martínez Albertos, Luis (1993): *Curso general de redacción periodística*. Madrid, Paraninfo.
- Masterman, Len (2001): *La enseñanza de los medios de comunicación*. 3ª reimpresión. Madrid, Ediciones de la Torre.
- McCombs, Maxwell (2006): *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona, Paidós.
- Merton, Robert & Lazarsfeld, Paul (2002): “Mass Communication, Popular Taste and Organised Social Action”, en Marris, P. & Thornham, S. (eds.): *Media Studies. A Reader*. New York, New York University Press, 18-30. (Versión original publicada en: Lyman Bryson (ed.) (1948): *The Communication of Ideas*. Nueva York: Harper & Bros).
- Mestres, Laia (2007): “Los medios de comunicación y la educación”. Disponible en: <http://www.educaweb.com/noticia/2007/02/12/medios-comunicacion-educacion-2206/>. [Consulta: 20 de junio de 2016].
- Miró Quesada, Alejandro (1991): *El periodismo*. Lima, Servicios Especiales de Edición.

- Negroponte, Nicholas (2000): *El mundo digital. El futuro que ha llegado*. Barcelona, Ediciones B.
- Raigón Pérez de la Concha, Guillermo (1999): “El periodismo educativo: objetivos”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 15. Disponible en: <http://www.uill.es/publicaciones/latina/a1999c/115raigon.htm>. [Consulta: 18 de junio de 2016]
- Rodríguez Revollar, Richard (2008): “Repasando las funciones elementales del Periodismo”, en *Sala de prensa*, 106. Año X, vol. 4. Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art764.htm>. [Consulta: 22 de junio de 2016].
- Sánchez Bravo, Antonio (1991): “Incomunicación”, en Benito, Ángel (dir.), *Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación*. Madrid, Paulinas.
- Sucholdoski, Bogdan (1977): *La educación humana del hombre*. Barcelona, Laia.
- Trilla, Jaime (1993): *La educación fuera de la escuela. Ámbitos no formales y educación social*. Barcelona, Ariel.
- UNESCO (1998): “La educación encierra un tesoro”. Madrid, Santillana. Disponible en www.unesco.org/education/pdf/DELORS_S.PDF. [Consulta: 15 de junio de 2016]
- Van dijk, Teun A. (2003): “La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso: un alegato a favor de la diversidad”, en Wodak, R. & Meyer, M. (eds.): *Métodos de análisis crítico del discurso*. Barcelona, Gedisa.
- Wolf, Mauro (2000): *La investigación en comunicación de masas*. Barcelona, Paidós.
- Wright, Charles R. (1995): “Análisis funcional y comunicación de masas”, en: Moragas, Miquel de (ed.): *Sociología de la comunicación de masas*, vol. 2. Barcelona, Gustavo Gili, pp. 69-90. (Versión original publicada en: *Public Opinion Quarterly*, 24, 1960, 40-70).

Begoña Gómez Nieto es Profesora doctora en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, Valladolid, España.