

CE 02 41

A partir de aquí entramos en nuestro tiempo más especializado. Estaremos cerca de una hora con el programa de la Facultad de Ciencias de la Educación de la UNED. Hola, buenas noches.

Esto es ya Revista de Ciencias de la Educación, un programa semanal elaborado por profesores de la sección de Ciencias de la Educación. Hoy dedicaremos nuestro espacio a la asignatura de Tecnología Educativa, una materia de cuarto curso del Departamento de Metodología Educativa. El profesor de esta disciplina de Tecnología Educativa, Roberto Aparici, hablará con Manuel Alonso y con Luis Matilla, profesionales del cine, el periodismo y la televisión, autores del libro *Imágenes en Libertad*, una obra en la que Manuel Alonso y Luis Matilla recopilan los resultados de varios años de trabajo con alumnos y profesores de diferentes niveles educativos, un trabajo en torno al lenguaje de las imágenes de los medios de comunicación audiovisual.

Con ellos os dejamos ahora. Hola, buenas noches. Hoy con nuestros invitados Manuel Alonso y Luis Matilla vamos a hablar de la escuela y su entorno.

En concreto, de la introducción de los medios audiovisuales en las instituciones educativas. Los docentes comprueban día a día que se les escapa el monopolio de la transmisión cultural y que sus alumnos se nutren ahora en los medios de comunicación de masas que se han convertido en una escuela paralela. ¿De qué manera creéis que se podría convertir a la escuela, a las instituciones educativas, en un lugar para canalizar este tipo de experiencias? Bueno, es una visión que en alguna medida corresponde con poner la escuela de cara a la vida o continuar en alguna medida dejando que sean los medios de comunicación los que interfieran realmente en la formación de los chavales.

Hay una encuesta que se hizo hace unos años de Amando y Miguel en que se llegaba a la conclusión de que el 80% de los conocimientos que los chavales tenían a partir de los 12 años en su relación entre ellos venían de los medios de comunicación, no venían de la escuela. Entonces a mí me parece que o aportamos a la escuela la posibilidad de que los medios de comunicación se conviertan en un tema de debate, de creación y de análisis o si no estaremos dejando que los escolares en alguna medida estén teniendo su relación a partir de una penetración indiscriminada de los medios de comunicación. Sí, y una entrada de los medios de comunicación y de otras tecnologías que invaden, de alguna manera invaden la escuela también sin que la escuela tenga tiempo de reaccionar para ver cómo se utilizan o cómo no se utilizan.

Hubo un sarampión en un momento determinado con los medios de comunicación pero para utilizar los medios de comunicación más vistosos, digamos, como puede ser el cine después el vídeo en los colegios caros, como apoyo educativo. Vamos a hacer programas para enseñar geografía, para enseñar física, para enseñar otra disciplina que bueno, es una función evidente de introducir los medios dentro de la escuela pero eso desplaza la reflexión que la escuela tiene

que hacer sobre los contenidos que fuera de la escuela los medios traspasan. Igual que se hizo ese sarampión y en muchos sitios se compraron, entonces se invirtió dinero y se compraron proyectores de cine, etcétera, que luego no se utilizaron o se utilizaron para pasar el cine los domingos, pues resulta que en este momento la moda son los ordenadores y de alguna manera es el nuevo sarampión.

¿Y cómo se van a empezar a utilizar los ordenadores? Había un artículo muy interesante hace unos días de Delval, en el Suplemento de Educación del país en el que decía que en Estados Unidos ya hay estadísticas de cómo se están utilizando los ordenadores y se están utilizando prácticamente entre el 40 y el 60% para aprender el lenguaje máquina del ordenador y no se está utilizando para hacer una pedagogía diferente lo cual además en los ordenadores es brutal porque en cuanto evolucione un poco más la tecnología no va a servir el aprender a manejar un ordenador porque se va a poder hablar con los ordenadores en lenguaje normal, entonces se está desperdiciando completamente toda esa inversión. Hay que cambiar entonces el sistema de relación de la escuela con el entorno y eso ya lo decía Frenet hace bastante tiempo. ¿Por qué creéis que la escuela se ha convertido en un búnker en el que la realidad pasa por un lado y la escuela vive por otro? En términos generales yo creo que parte por una falta de formación de los profesores es decir que si analizamos cómo están los planes de educación pues vemos que la escuela de formación del profesorado no se aborda esta problemática, entonces si un profesor no se concienza desde su propia formación muy difícilmente va a poder transmitir a sus alumnos, entonces a mí me parece que hay un problema de formación y de instrumentalización de los medios, lo que hablaba Manolo a mí me parece interesantísimo es decir que se está haciendo que el ordenador llegue, que el vídeo llegue pero no hay un material de paso, ni hay una formación, ni un estudio de la didáctica de cómo introducir estos medios un profesor se considera feliz por tener una parte de la posibilidad para aprovechar ciencias naturales pero no hay un estudio profundo, es decir vamos a hacer pedagogía de la imagen, vamos a enseñar a ver la imagen.

Hay una anécdota brutal que me nos contaban el otro día que en un colegio en el que se había comprado un vídeo resulta que a la hora de comer y después de comer, antes de que comenzaran las clases de la tarde pues había una extraña tranquilidad en el colegio y resulta que ese vídeo se estaba utilizando para que entre la comida y las clases de la tarde los niños vieran los pitufos que tenían grabados, entonces claro esa entrada a la tecnología educativa ya no es la entrada a la tecnología en los centros educativos ni siquiera viene a ayudar de alguna manera a que se vean las cosas de distintas formas sino a reforzar lo que están haciendo los medios de comunicación fuera de la escuela porque la escuela no ha reflexionado que para lo que tiene que utilizar esa tecnología es para replantearse cuál es la función que están teniendo los medios fuera de ella. Eso es una falta de reflexión de la escuela, es una falta de toma de conciencia del profesorado es una falta de agilidad de la autoridad académica en renovar los planes y una falta de claridad en darle al área de comunicación audiovisual su propia parcela. Hasta aquí hemos visto la necesidad que tiene la escuela de cambiar su sistema de relación con el entorno y la necesidad de que la entrada de la tecnología en los centros educativos no se

convierta en un refuerzo más de lo que los medios de comunicación están haciendo fuera de la escuela.

Hace un momento habéis hablado de pedagogía de la imagen, ¿cuál es el sentido de esta pedagogía? Hombre, entendemos por pedagogía de la imagen el que los alumnos adquieran instrumentos para poder analizar los mensajes que les llegan a través de los medios de comunicación y para poder distinguir, sin entrar en mayores profundidades, por lo menos lo que las historias cuentan directamente lo que las historias, o no historias, información, publicidad, sugieren los modelos de vida que se transmiten a través de esos mensajes y que pueda analizar esos nuevos mensajes igual que se le enseña a analizar los mensajes escritos igual que hay un comentario de textos que todos sabemos claramente qué es pues tendrá que haber una pedagogía de comentario de esos otros textos que no son escritos. Sí, refiriendo a lo que dice Manolo creo que también hay una faceta creativa que es que la pedagogía de la imagen también da un conocimiento sobre el medio y hace que el chaval, al conocer cuáles son los rudimentos y los lenguajes de cada medio él puede expresarse a través de ellos, que es un poco la manera de desconstruir la dificultad de acceso al medio cada ciudadano debe tener la posibilidad de expresarse a través de los medios de comunicación y los medios audiovisuales con lo cual si hacemos que un chaval en la escuela pueda tener acceso a la expresión a través de los medios creo que su crítica vendrá dada por la facilidad que ha tenido para poderse expresar es decir, cuando un niño en alguna medida hace un juego dramático nunca estará presente ante el espectáculo teatral de la misma forma que si no hubiese tenido acceso a la expresión porque él sabrá cuáles son los rudimentos entonces en esa pedagogía de la imagen creo que está la faceta analítica y la faceta creativa que es tan importante como la pedagogía Bueno, la faceta creativa yo quiero usted ver, hay una indicación porque es que a nosotros nos suelen preguntar ¿y en qué se diferencia eso de la plástica? por ejemplo, ¿no? se hacen diapositivas, se construyen diapositivas, se trabaja con dibujo se hacen dibujos proyectivos después de haber visto una historia ¿en qué se diferencia eso de la plástica? pues se diferencia en que la plástica tradicionalmente y hay profesores que desde luego han tomado otras iniciativas pero tradicionalmente la plástica ha intentado dar una vena artística, digamos, al asunto y que el niño aprenda a expresarse estéticamente de una forma correcta que aprenda a dibujar, más que el chaval tenga una familiarización con los materiales que constituyen los mensajes que es lo que a nosotros nos interesa mucho más o sea que a nosotros no nos interesa tanto que un niño haga una buena película que esa sería la vertiente plástica como que un niño se dé cuenta que con una caja de zapatos a la que le ha hecho un agujero por un lado y otro más grande por el otro mirando por allí puede jugar a hacer una película y que entonces se dé cuenta de que por el agujero de la caja de zapatos solamente ve un trozo de la realidad y se deja otros trozos fuera o que se dé cuenta que cuando dibuja algo aquello es papel y aquello son pinturas y que eso tiene distinta textura que el árbol que ha pintado que la casa que ha pintado y es otro material entonces distinguir la realidad de lo que son la reconstrucción de la realidad a través de los medios sin ningún intento de que los chavales se expresen bien la educación en los medios de comunicación no sería crear comunicadores que es un poco lo que la plástica tradicional hace vamos a ver si conseguimos que los niños dibujen

mejor que los niños puedan incluso la educación musical por ejemplo a nosotros lo que nos interesa es desentrañar la materialidad de los medios y entonces que jugando con los materiales los chavales experimenten que lo que se les cuenta a través de los medios es ficción podríamos asociar lo que estáis diciendo con la necesidad de alfabetización en los medios audiovisuales y aquí hacemos una puntualización aunque parezca inadecuado el uso de la palabra alfabetización ya que se suele circunscribir a la lectura de escritura usaremos por extensión este término en el campo de las imágenes para aquellos que no pueden decodificar y codificar mensajes icónicos y no son solamente niños o adolescentes los que carecen de esta práctica sino también los adultos entonces, ¿cómo veis esta necesidad de alfabetización en y por la imagen? sí, yo creo que es que la imagen se lee muy mal es decir, el ciudadano de nuestra civilización actual en alguna medida lee muy superficialmente los mensajes que le vienen dados por la imagen entonces cuando Manolo se planteaba en la universidad un ejercicio que era proyectar una imagen y ver cuántos elementos el alumno cogía él tenía seleccionados treinta y tantos elementos y a lo mejor se cogían diez, se cogían quince esto quiere decir que no hay una familiarización con la lectura de la imagen nos vamos a detener un momento en este punto lectura de imagen, ¿qué se entiende por lectura de imagen? podríamos plantear en alguna medida lo que supondría una lectura objetiva de la imagen que son los elementos que la imagen tiene punto, línea, color, forma es decir, ¿qué nos dice esa imagen? ¿Es un señor? ¿Tiene tan cara? ¿Tiene tal pelo? y después tendríamos una subjetiva que sería ¿qué nos sugiere esa imagen? y ahí entraríamos en todo el sentido de interpretaciones ¿hay tristeza en esa cara? ¿nos está relatando terror? es decir, ¿cómo una imagen nos está sugiriendo dos planos de lectura? después, por supuesto, hay muchísimo más y entraríamos en elementos técnicos pero que fundamentalmente es lectura objetiva ¿qué nos está diciendo la imagen en términos generales? y después, ¿qué nos está sugiriendo? pues incluso en la lectura objetiva de imagen o sea, en la denotación, por hablar en un término más académico pues se trataría de ver cuántos datos existen en esa imagen recogidos entonces lo que ocurre es que le preguntamos a alguien ante una imagen cuántos datos hay ahí y empieza a denumerarlos y se deja unos cuantos entonces, evidentemente, existe una percepción de esos datos que hay ahí en esa imagen pero no es una percepción consciente o por lo menos no es una percepción reflexiva porque eso sí se está percibiendo sin embargo, no existe la reflexión de que aquello se está percibiendo si ya en cuanto a los datos que existen en una propuesta visual no somos conscientes o no reflexionamos sobre todos ellos a la hora de recibirlos o no somos conscientes de que los recibimos todos los que están enmascarados que están enmascarados en función de las relaciones que tienen allí los elementos en función del lenguaje del color en función de los códigos gestuales bueno, pues esos todavía pasan mucho más inadvertidos lo cual no quiere decir que no transmitan contenidos ese es el asunto y eso lleva para el segundo visto a algo fundamental y que yo creo que nuestros oyentes tendrían que en alguna medida ser conscientes de ello que es como las imágenes que no se leen, que no se perciben conscientemente van penetrando en la mente subconsciente y entonces van realmente formando la ideología y esa ideología puede no ser percibida de una manera reflexiva para resumir un primer paso para leer imágenes es realizar pequeños ejercicios en los que vayamos enumerando y describiendo cada uno de los elementos que aparecen en una

imagen podemos coger desde un anuncio publicitario fotografías, viñetas y debemos fijarnos en lo que objetivamente estamos viendo a este primer nivel lo llamamos nivel objetivo o nivel denotativo mucho más difícil, mucho más complejo de descubrir y de analizar es el segundo nivel el nivel de la lectura subjetiva o nivel connotativo ¿cómo podríamos dar instrumentos a nuestros oyentes para que comenzaran a descubrir ese segundo nivel? el de los mensajes ocultos o encubiertos el nivel connotativo hay dos aspectos uno una sonrisa además de ser una sonrisa, ¿qué sugiere? puede sugerir sensualidad, puede sugerir ironía puede sugerir suficiencia entonces es cuestión de descubrir para cada cual, porque eso es cultural no para todo el mundo, sugiere lo mismo la connotación o la sugerencia es cultural y en unas sociedades puede sugerir una cosa y en otras otra excepto lo que son códigos comunes digamos a todo el mundo pues es cuestión de descubrirlo, de reflexionar ¿a qué es una sonrisa? ¿qué me sugiere? pero en función de qué me la sugiere además es decir, que seguramente, si eso está hecho con intención por parte del emisor, la sugerencia de sensualidad estará relacionada, por ejemplo, un anuncio publicitario con la sensualidad que aporta el producto que se está vendiendo, con lo cual al producto se le está aportando sensualidad, aunque no la tenga una señora que nos anuncia cerveza con un determinado tipo de sonrisa está al lado de una botella de cerveza con un determinado tipo de sonrisa pues la sugerencia de su sonrisa se incorpora de alguna forma a la cerveza esto ocurre con los ambientes, es decir, el hecho de que nos presenten algo en un ambiente determinado, que significa que lo que está ocurriendo se identifica con aquel ambiente o con las personas que pertenecen a aquel ambiente una determinada clase social se comporta de una determinada manera los señores ricos se comportan de una determinada manera ¿eso es un ejemplo o no es un ejemplo? las series policíacas, el héroe es héroe y entonces es un triunfador pero al lado del triunfo de ese héroe van una serie de actitudes ante la vida entonces el triunfo está vinculado a las actitudes ante la vida ahí están las lecturas yo también plantearía, por ejemplo la posibilidad de hacer un ejercicio en clase que yo creo que sería sequille para todos nuestros profesores plantearnos la situación de la mujer en la publicidad analicemos posiciones de la mujer en publicidad, en televisión en prensa, y entonces intentemos que los propios sábales vayan viendo cómo se presenta la mujer en qué profesiones se presenta, que siempre son decoradoras, profesiones muy liberales es decir, la mujer en alguna medida o está en la casa o está haciendo situaciones muy brillantes nunca se puede presentar a un tipo de mujer media con unos problemas de tipo medio que realmente son los que esta sociedad no resuelve entonces yo creo que ese ejercicio con mujer y publicidad desencadenaría lo que para mí me parece interesantísimo una cuestión de imagen, que es la globalización es decir, que no solamente hablemos de publicidad y periódico sino no, vamos a desbordar eso a lo que pueda ser la literatura, a lo que podría ser el teatro a lo que podría ser el cine, entonces sería el tratamiento de la mujer un poco a través de distintos medios que están trabajando en la propia escuela entonces llegaríamos a que el chaval se concienciase no sólo de cómo se trata un elemento en la publicidad sino cuáles son sus visiones con respecto a la mujer y la relación hombre-mujer dentro de su mundo o qué visión del mundo está dando la televisión en qué profesiones aparecen las profesiones que más aparecen se hacen un recuento de profesiones a lo largo de la programación de un día y luego se compara con la distribución por profesiones

entonces, ¿qué tiene que ver el mundo real con el mundo reflejado en la televisión? bueno, pues esas si no tienen mucho que ver, entonces en televisión nos están dando un reflejo irreal qué intereses hay en una sociedad para que ciertas profesiones se reflejen más en la publicidad, porque se intenta que se consuma desde ciertos ambientes, por qué a la mujer se la presenta en una cocina que realmente vale 4 millones de pesetas cuando lo que se está vendiendo es un detergente todos esos elementos que el chaval vaya analizando por qué se le está vendiendo con la publicidad, todo un estatus social y si eso realmente es lo que corresponde a su visión del mundo como un ejemplo que tal vez podría ser interesante para los profesores que nos escuchan que era de repente un anuncio que salió, que yo me acuerdo que hace bastante tiempo que era de Nescafé entonces trataba de una serie de viñetas que contaban la historia de un camionero que siempre paraba a tomar Nescafé a las 12 entonces, curiosamente, no analizamos publicidad sino que dijimos, ¿qué os parece este anuncio? entonces los chavales empezaron a decir, ¿de dónde saldría este camionero? ¿dónde cogería el pescado? ¿dónde pararía a las 12? ¿realmente su mujer tendría esa cocina y ese delantal tan blanco? ¿podría servirle a esa hora café? entonces se desconstruía el anuncio publicitario desde una manera absolutamente social que era imposible ese tipo de anuncio entonces para mí, el ejercicio en clase de que de repente se plantean anuncios para perros, ¿cómo caen esos pedazos de solomillo en el anuncio para perros? eso es absolutamente falso ¿cómo se mete un plato y absolutamente metido aparece limpio? no es verdad, esa ropa tan maravillosamente blanca que sale en tu casa no sale entonces toda esa serie de contraposiciones entre lo que es el anuncio y lo que es la realidad me parece que lleva consigo unos ejercicios de indagación en clase absolutamente divertidos y que el chaval se lo pasa muy bien entonces yo no creo que hay que concienciar con palabras difíciles, no, hay que partir a nivel de tierra y fundamentalmente a nosotros nos gustaría dirigirnos a los maestros rurales que con poquísimos medios están intentando trabajar a mí me parece que esto es básico, con un periódico desplegado se pueden hacer muchísimas cosas yo siempre cuento una anécdota de Milani, de Barbiana que era un hombre que su clase era la constitución y el periódico con el periódico se estaba educando a una generación porque era mucho más importante empezar a partir del problema de hoy y si podemos llegar a los romanos lleguemos que cuando se nos está haciendo que hagamos historia y nunca lleguemos a la actualidad se nos está escamoteando la realidad y para mí me parece que empezar con elementos cotidianos es hacer que la escuela se incorpore a la vida de hoy no que nos estén dando una suplantación de lo que es nuestra realidad y nuestros problemas entonces yo a esos maestros rurales diría empecemos a hablar de lo que nos está contando la televisión y después globalicemos a partir de esos elementos de acuerdo con los planes, es difícil plantearlo, pero vamos a empezar a presionar los planes Si nos hemos referido quizá un poco más a la publicidad es porque la publicidad tiene más elementos de sugerencia los trabaja más entonces es más fácil descubrir en la publicidad que en otros lugares donde están las sugerencias o donde están los mensajes escondidos pero también puede ocurrir perfectamente con fotografía de prensa es decir que nosotros encontramos con que una fotografía tomada a distancia con un teleobjetivo por ejemplo, aplasta la imagen pues además de que nosotros veamos la imagen aplastada vemos las cosas más cerca, con lo cual ahí puede haber una integración entre esas personas que están

ahí y personas que están lejos unas frente a otras por el hecho de que esa imagen se haya aplastado por el teleobjetivo parece que están más cerca unas de otras recuerdo yo siempre en ese aspecto una fotografía de una manifestación tomada a distancia en la cual estaban los manifestantes al fondo la policía tomada de espaldas que iba hacia los manifestantes y entre los manifestantes y la policía había una hilera de furgonetas pero si uno no se fijaba no se daba cuenta que había unas doce furgonetas luego la distancia que había entre manifestantes y policía era la distancia de doce furgonetas que a cuatro metros pueden ser más de cincuenta con el teleobjetivo estaban prácticamente encima y además solo había dos furgonetas de policía si uno no se detenía a mirar hay un camuflaje de la información y se nos está sugiriendo algo que no es real en función de un código, que es el código fotográfico eso es también interesantísimo, como una revista de repente se pueda analizar que ha ocurrido en la manipulación de la fotografía el caso de cuando muere Mao Tse Tung y se quitan a cuatro personajes de la fila es curioso porque de repente es una fila completa y se han quitado cuatro personajes analizando esa fotografía se ve que está manipulada entonces me parece que ese sentido de indagación que intentemos llevar las últimas consecuencias como un juego con los chavales a mí me parece que puede ser muy interesante hacer un poco esa labor que a los chavales les gusta tanto de jugar a los detectives juguemos con la imagen a los detectives y descubramos lo que nos intentan decir lo que supone la lectura subliminal aclararíamos que es todo lo que supone que no se está viendo pero se está en alguna medida latente en la imagen como está haciendo aquello que nos contaba lo de la Alemania nazi que en una película cada cinco fotogramas aparecía un acusgamado aparecía la palabra seda el espectador no lo percibía pero estaba latente ahí y en este momento hay anuncios que podemos coger y el hielo está manipulado para sugerir a lo mejor una cara de mujer que no se ve a primera vista todo esto son elementos que a mí me parecen muy divertidos para trabajar en la clase y que los chavales una vez metidos en el juego llegan mucho más allá que si les hiciésemos una reflexión muy seria de lo que es la lectura de la imagen el segundo paso en la lectura de imágenes requiere una labor de indagación mucho más profunda cada elemento en una imagen no está colocado al azar se trata de descubrir esos elementos ocultos escondidos, que no vemos a simple vista y analizar a partir, por ejemplo, del cuidado de una mano si tiene manicura o no tiene manicura el tipo de ropa que usan esos personajes el ambiente en donde se encuentran, su actitud se trata de descubrir a través de estos elementos el patrón de vida que quieren transmitir y en ese patrón o modelo las normas, los valores, la ideología que sustentan comprobando si se adaptan o no a la realidad de nuestro entorno así pues, en esta primera parte de la revista hemos hablado de la pedagogía de la imagen de la necesidad de una alfabetización en la lectura de medios audiovisuales y en esta lectura hemos diferenciado dos niveles el primero, el nivel objetivo o nivel denotativo y el segundo, que requiere una labor de indagación más profunda sería el nivel subjetivo o nivel connotativo vamos a hacer ahora una pausa después hablaremos de cómo se contempla la enseñanza de la imagen en los planes de estudio de los diferentes niveles educativos nos acercamos ya al tiempo de noticias de la UNED dentro de unos minutos seguiremos con revista de ciencias de la educación hoy nuestro tema es la pedagogía de la imagen el profesor de tecnología educacional Roberto Aparici es quien ha preparado este espacio en el que son nuestros invitados Luis Matilla y Manuel Alonso

profesionales del cine, el periodismo y la televisión que tienen ya varios años de experiencia en trabajo con alumnos y profesores de diferentes niveles educativos trabajo en torno al lenguaje de las imágenes si queréis comunicarnos vuestra opinión sobre el programa de esta noche podéis llamar a los teléfonos de Madrid 244 25 00 o bien 244 0803 con el prefijo 91 si llamáis desde fuera de Madrid y dejar vuestro mensaje repito, los teléfonos son el 244 25 00 o bien 244 0803 ahora vamos a dar paso ya a las noticias de la UNED seguiremos con revista de ciencias de la educación dentro de unos minutos