

XIV
LA EDUCACIÓN EN LOS MEDIOS:
UNA MIRADA DESDE LA PRENSA DIGITAL

JAVIER BALLESTA PAGÁN
Universidad de Murcia

MARÍA BERNAL-BREIS
Universidad de Murcia

EN este capítulo nos acercamos al tratamiento que la educación recibe en los medios de comunicación, en especial desde la prensa, partiendo de la premisa de que estos conforman un potente foco de información, formación y socialización de los ciudadanos. Los medios determinan el grado de valoración que, en muchas ocasiones tenemos de la enseñanza y de sus protagonistas, de la realidad y de los hechos. La Escuela y los Medios, a través de sus diferentes discursos, en ocasiones desafinados y distantes, contribuyen a conformar los valores de la ciudadanía, aunque desde postulados éticamente distintos. Ambos contribuyen a generar valores; sin embargo, los medios masivos de comunicación tienen el poder de crear una opinión pública, con una capacidad de influencia mayor, ya que ellos son los que seleccionan los contenidos y dan prioridad a aquello que consideran. De este modo, en muchas ocasiones los agentes sociales se miran en aquello que se dice y se propaga en las informaciones generadas desde sus noticias y artículos.

De este modo, los medios son intermediadores entre los acontecimientos y los sujetos, constituyendo así un elemento central de la dinámica de la sociedad y ayudando a establecer relaciones (sociales, políticas, económicas, culturales, artísticas, etc.), por lo que «participan en la construcción de nuestra identidad» (Morduchowicz 2003: 43). Los medios configuran y conforman la interpretación de los acontecimientos (Aparici 2005) a la vez que inciden en cómo nos posicionamos ante la realidad que nos rodea, donde tenemos que valorar lo que conocemos y aprendemos. Al mismo tiempo contribuyen a fijar muchas claves que dan pie a interpretaciones dominantes y que marcan, etiquetan y configuran la realidad educativa. Se trata de una presencia cada vez más globalizada que tiende a unificar las referencias, imponer las prioridades informativas, las visiones y análisis sobre los acontecimientos, y ello en ocasiones se lleva a cabo en detrimento de los modelos cercanos y locales.

Desde que la Educación quedó recogida en la Constitución, hace ya 40 años, como un derecho y deber fundamental, esta ha ido evolucionando casi a la par que lo ha hecho la sociedad. La Escuela, desde entonces, ha intentado ir integrando las realidades sociales dentro de sus

aulas, y deberá seguir haciéndolo para que la educación no se distancie de los alumnos y estos consideren a la escuela una institución necesaria para alcanzar una libertad plena y ser ciudadanos libres, autónomos y críticos. De ahí que consideremos que las realidades educativa y comunicativa se requieren una a la otra, y es necesario que la interdependencia aumente y se enriquezca con la colaboración, el mutuo conocimiento y, por tanto, se den propuestas de formación en este sentido. Por ello, consideramos que es importante analizar y evaluar cómo es abordada la educación desde la información y el tratamiento que facilitan los medios y, en este caso, desde la lectura de prensa digital.

A continuación vamos a analizar la situación de la prensa; concretamente, de aquella que tiene cabida en el ámbito digital, pues de este modo podremos examinar más claramente la relación entre los medios y el mundo educativo, en ocasiones de difícil entendimiento y descompensación manifiesta (Fontcuberta 2003). La configuración de los propios medios, sus contenidos, productos y su empeño por alcanzar altas cuotas de audiencia, nos han llevado a integrar la mezcla entre la ficción y la realidad, lo sensacional, el vértigo informacional caracterizado por ofertar nuevas noticias, informaciones basadas más en la instantaneidad que en la reflexión argumentada y en la confrontación de los hechos, conformando un escenario donde la medida y ponderación de los argumentos en ocasiones es insuficiente ante la distorsión de la realidad, el dramatismo y la explotación desmedida de la imagen. Esta configuración hace que, en ocasiones, los contenidos de los medios defiendan propuestas en las que se instala una sobrevaloración del formato informativo, basado en la celeridad, la selección sesgada de lo acontecido y la prevalencia de un culto a lo efímero, unido a la tentación de convertir lo real en espectacular y desde unas coordenadas que son el efecto de los valores, ideas e intereses defendidos desde el grupo mediático.

Del mismo modo, constatamos que la tecnología, al incorporar nuevas herramientas y recursos, ha modificado el acceso a la información, la lógica con la que se presenta, y ha incorporado nuevos formatos con lenguajes propios, como el hipertexto o los *podcasts*. Estos avances

dan origen al desarrollo de nuevas técnicas narrativas, que proponen a la audiencia una cobertura informativa más abierta y navegable, transformando la propia naturaleza del contenido y del relato informativo (Pavlik 2005). Lo que surge es un nuevo tipo de texto, de naturaleza distinta al que se organizaba en torno a una estructura lineal con un inicio y un desenlace. Ahora se trata de un nuevo formato que ofrece a la audiencia una variada combinación de opciones sobre los hechos noticiosos, brindando así una posible vía de interrelación entre ellos, más abierta para el usuario. En este sentido, Gitlin (2005) señala que la información digital se ha transformado en una mercancía más que circula de acuerdo a las leyes del mercado de la oferta y la demanda; según esta lógica, los medios han incorporado la publicidad digital como soporte preferente de estos nuevos formatos.

Al mismo tiempo hay otro concepto que condiciona sobre lo que se informa y es el referido a la actualidad. ¿Qué es y en función de qué criterios se establece lo actual? Sin duda, una cuestión abierta al debate, donde la imagen marca la tendencia, condiciona lo que será o puede ser noticia y lo que no, en función del tiempo real, del directo, de la imagen más llamativa. Este hecho también ha provocado que la prensa modifique sus diseños. Cada vez más, los diarios contienen mayor número de infografías, dando prioridad a la imagen en detrimento de los textos. Las portadas de los periódicos son a día de hoy pantallas en las que siempre destaca una gran fotografía, los artículos se reducen, las páginas se llenan de gráficos coloridos, y las noticias se complementan visitando las páginas web de los medios. En definitiva, lo banal llamativo gana terreno al análisis escrito. En ocasiones, esta saturación informativa que observamos en los medios de comunicación hace que también hoy se discutan aspectos relacionados con la dimensión de los contenidos informativos, cómo son tratados y el grado en que son destacados sobre otros que se publican.

LA RELACIÓN DE LOS MEDIOS CON LA EDUCACIÓN

En la relación que se establece entre los medios masivos de comunicación y la educación conviene recalcar que una de las cuestiones fundamen-

tales que está en juego es el poder que tienen los medios para vehicular contenido, proponer ideas y referentes que, a modo de informaciones o de opiniones, hacen que los ciudadanos configuren el conocimiento de la realidad transmitida. A la hora de analizar el papel de los medios de comunicación como difusores de determinados temas de interés, está por valorar hasta qué punto esos medios de comunicación son exclusivamente instrumentos de información sobre la llamada actualidad, y hasta qué punto están al servicio de los lectores y de sus intereses ofreciéndoles temas relevantes y de interés para los ciudadanos. Ante este hecho, como señala Masterman (1993), los medios tienen una importancia ideológica enorme; no sólo poseen el poder para fijar prioridades, ofrecer explicaciones y construir sus propias versiones de los acontecimientos, sino que además tienen la capacidad de presentar estos acontecimientos como naturales y auténticos, sencillamente como una parte de la manera de ser de las cosas. Es el poder de mitificar, de amplificar, de convertir una situación en un gran acontecimiento. El hecho de destacar un dato o simplemente omitirlo se convierte en una manera de trascender y optar por destacar o subrayar una opción determinada.

La desestructuración y fragmentación del conocimiento en los medios es una realidad. Unido a esto hay que destacar 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. La nueva realidad mediática está haciendo aparecer un nuevo tipo de analfabetismo. De ahí que cada vez sea mucho más difícil diferenciar la información de la opinión y seleccionar el grano entre la paja, desenmascarar razones ocultas o simplemente considerar que aquello que vemos tiene que ser remediado, solucionado y necesita de una actuación (Ballesta 2009, 2010).

Por su parte, la Escuela en la Sociedad de la Información debería asumir una postura más analítica y reflexiva ante los mensajes mediáticos generando espacios para pensar sobre la función que ejercen los medios en la sociedad y proyectar sus propuestas. Por todo ello, el interés educativo estriba, más que en la transmisión de la información, en la

ordenación y aprovechamiento de la información fragmentaria recibida. Esta tendría que ser una de las funciones clave de la escuela en este nuevo siglo: ayudar, capacitar al alumnado; es decir, orientar a los ciudadanos más jóvenes a tomar conciencia del papel de los medios en la propia vida social; a que conozcan los mecanismos técnicos y de simbología a través de los cuales los medios provocan la seducción del espectador; a promover criterios de valor que permitan a los alumnos discriminar y seleccionar aquellos productos de mayor calidad cultural; sacar a la luz qué hay debajo, dentro, en el fondo del mensaje (Bernal y Ballesta 2015).

En definitiva, el papel de las instituciones educativas sería ayudar a formar ciudadanos más cultos, responsables y críticos, ya que el conocimiento (en este caso sobre el potencial y los mecanismos de seducción y concienciación de los *mass-media* y las nuevas tecnologías de la comunicación) es una condición necesaria para el ejercicio consciente de la libertad individual y para el desarrollo pleno de la democracia. En este sentido la educación debería contribuir a formar a los ciudadanos en la actualidad y en la construcción del conocimiento social, cultural y político (Gonnet 1995).

En todo caso, medios y educación siempre se han mirado con recelo. Si contextualizamos históricamente la relación entre educación y medios de comunicación, debemos hablar de una convivencia compleja y difícil (Morduchowicz 2001). Otro aspecto a señalar inicialmente es que no se trata de un tema de estudio novedoso (Carbonell y Tort 2006); por tanto, lo que resulta relevante es la necesaria actualización de este ámbito, dada la rapidez con la que los medios evolucionan tecnológicamente y el mundo de la educación se hace más sensible o vulnerable a ellos. Actualmente, en este mundo cambiante, que evoluciona constantemente gracias al desarrollo e implantación de las aplicaciones tecnológicas en todos los ámbitos de la sociedad, las instituciones educativas deben estar a la altura. A pesar de que la modificación de los sistemas educativos conlleva un lento proceso de cambio, el alumnado y el profesorado cambian a la par que lo hacen los avances tecnológicos. Por ello, la educación no debe quedarse atrás y debe incluir, aunque sea en meto-

dología, más que en legislación, los cambios que la sociedad demanda y que ya experimenta fuera de las aulas. De esta manera, la escuela dejará de ser por fin un lugar socialmente obsoleto para convertirse en un lugar dinámico, que incorpore, de manera transversal en las asignaturas que imparte, situaciones actuales: aprender a entender el sentido de actualidad, conocer la pluralidad de medios y por consiguiente de puntos de vista, saber contrastar informaciones de los medios, entre otras actividades que permitirán al alumnado aplicarlas y manejar de manera óptima la información con la que se encuentra en su día a día fuera de las aulas.

LA EDUCACIÓN DESDE LOS MEDIOS

Los medios de comunicación, a pesar de sus diferencias y de la pluralidad informativa, construyen un discurso bastante homogéneo en torno a la educación. Un discurso trufado de tópicos y ausencias, donde la sobreabundancia de noticias negativas y alarmistas —porque estas son las que venden—, obviando su contextualización y complejidad, dificultan una comprensión clara y rigurosa de la realidad educativa. Se trata de una visión pesimista que se refiere preferentemente al tratamiento dado por la prensa al mundo de la educación. Desde una perspectiva investigadora Carbonell y Tort señalan:

Hay muchas maneras de acercarse al análisis de la representación de la escuela y la educación, los medios de comunicación y, más concretamente, a la prensa. Se puede centrar en torno a las grandes temáticas clásicas: la institución escolar, los valores y las finalidades educativas; del alumnado, la infancia y la adolescencia, el profesorado, la familia; la educación en el ocio, etc. Se puede hacer un seguimiento sistemático y cronológico de todas las noticias educativas en un determinado período, tal como hacen algunos anuarios y observatorios especializados en temáticas específicas, etc. (2006: 6).

En este informe, referido al tratamiento dado por los medios en Cataluña en un determinado período (2006-2008) a los temas educativos, se llega a algunas conclusiones de interés que retomamos. Así, se señala claramente que existe un fuerte componente antipedagógico en

muchas de las páginas de opinión de los diarios. La hostilidad hacia la pedagogía no es un fenómeno nuevo, ni local. Iniciado a partir de los años ochenta, se puede seguir en otros países y es un síntoma ligado a los déficits de los sistemas educativos pero, sobre todo y fundamentalmente, al malestar cultural, los cambios que no suelen aceptarse bien en lo que entendemos por tradición, formas de transmisión, cultura general, etc. Al mismo tiempo, como afirma Crovi (2007), conviene tener presente que los medios de comunicación, como un rasgo de su propia identidad, determinan el tipo de relación que se establece con la temática educativa y, además, según el medio del cual se trate (radio, televisión, prensa, cine) el sector educativo estará representado de forma distinta. Esto no depende tanto de la utilización de un lenguaje específico como de la influencia de un conjunto de factores vinculados a la estructura ideológica propia de cada medio y a su grupo mediático. Es así como el contenido informativo queda planificado de una forma implícita en la agenda informativa del medio (Carbonell y Tort 2006; Gaitán y Piñuel 2007), que se define por varios aspectos, como la política informativa y las decisiones propias de los periodistas, así como aquello que es noticia en otros medios y el estado de opinión, que informa también al medio del grado de interés de lo abordado.

Esta caracterización de la función informativa de los medios actuales hace que, a la hora de transmitir, se busque la brevedad, el impacto, la eficacia del titular, la imagen audaz y sensual sobre el texto argumentado y que, por otro lado, se evite el debate comprometedor y se procure presentar los contenidos de forma ligera, superficial y sin gran profundidad. No solo los medios se encargan de proyectar una imagen negativa de la educación a la sociedad, sino también de los agentes que intervienen y son parte fundamental de ella, los docentes. Y es que «la imagen que se transmite desemboca en una visión negativa de la imagen social del hecho educativo en general, y afecta negativamente al proceso de aprendizaje que experimentan los alumnos, al proceso de enseñanza que desarrollan los profesores» (Civita 2005: 227). Por ello, raramente encontraremos noticias educativas que hablen de proyectos, sugerencias y experiencias que nos

aporten una visión positiva, optimista o destacada sobre las tareas educativas, las mejoras, los progresos que se suelen hacer en el mundo de la enseñanza en general, del alumnado diverso que estudia y aprende, de las conquistas que se hacen en aquellos centros educativos con dificultades, o las innovaciones educativas que podrían ser exportables más allá de las cuatro paredes del aula, gracias al empeño y tesón de su profesorado. La disociación en el tipo de noticias entre lo problemático y sus efectos como llamada se superpone a aquellos más cotidianos, menos sorprendentes, pero que podrían ser explicados para cambiar esa tendencia manifiesta.

De este modo, de manera consciente o no, encontramos en los medios como las noticias destacadas, aquellas que han conseguido tener un hueco en el periódico, transmiten aspectos negativos sobre los positivos. Para la agenda informativa interesa más las deficiencias estructurales de los centros educativos que los proyectos educativos. A esto hay que sumar que este tipo de informaciones se transmiten de forma escueta, utilizando géneros mayoritariamente informativos. Además, ya que este tipo de contenidos no suelen generarse de manera constante, no cuentan con sección propia, por lo que las noticias de temática educativa se encuentran repartidas por cualquier sección del diario. En este sentido, la inclusión de noticias educativas es claramente diferente respecto a si es regional o local y se hará, además, en función de una proyección y asociación a otros temas. Para que una noticia educativa sea titular en portada, lo será por el grado que vincula su relevancia con otros hechos, como pudiera ser una gran manifestación, un suceso escolar, una sentencia de tribunales, etc. Una visión, sin duda que combina el sensacionalismo junto al tópico y los estereotipos relacionados con las fórmulas aplicadas a otras noticias.

Esta tendencia, sin duda asociada a un enfoque de la comunicación basado en la transmisión directa, clara y sencilla de información, contrasta en muchas ocasiones con cierta sensación de vacío, escasez y rutina que genera en la audiencia la banal repetición de contenidos y formas. Este efecto cliché, encuadrado en una óptica repetitiva, no favorece el conocimiento de la realidad educativa. Además de ello, y unido

al tratamiento de la información, creo que hay que mencionar la escasa especialización de periodistas educativos en los medios y cómo, en la mayoría de las redacciones, el área de educación no es responsabilidad de profesionales con un perfil educativo.

Este hecho pone de manifiesto la ruptura entre la agenda temática de los lectores y la de los medios (Tedesco y Morduchowicz 2003). La política y la economía son los temas prioritarios para los medios, y en torno a ellos giran el resto de los contenidos, siempre amparados por estas dos perchas informativas de actualidad. La educación es uno de esos contenidos que aparecen vinculados a la política o a temas económicos. Este desencuentro distancia la percepción que muchos profesionales de la educación, docentes y ciudadanos conocedores de esta temática tienen respecto a los medios.

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN EDUCATIVA EN PRENSA

Cada medio de comunicación posee unas características específicas que condicionan la emisión y la recepción de la información. Las noticias se muestran de manera diferente en función del medio de que se trate y también en función de cómo se presenta aquello que se quiere transmitir. En términos generales, las noticias de información educativa editadas son escasas en comparación a aquellas de carácter social, político, económico, jurídico, cultural, etc. Por ello, pensamos que la Educación no es asunto relevante para los medios. Asimismo, se comprueba cómo esta temática se aborda desde la actualidad por derivación o influencia de aquellos asuntos de interés general que marcan la agenda informativa del propio medio. Debido a la falta de interés mediático en temas educativos, nos encontramos que, al comparar las noticias emitidas y publicadas en los distintos medios de comunicación analizados, la divulgación de la información sobre educación es claramente diferente, tanto en su tratamiento como en el grado de importancia que cada medio le otorga, por lo que difieren de manera significativa los acontecimientos expuestos.

Las diferencias de tratamiento entre los medios de comunicación son evidentes. Las hay, en primer lugar, en función de su configuración

comunicativa, así como una diferenciación por su tecnología a la hora de transmitir la información, por lo que, desde la perspectiva del consumidor, es un factor importante a la hora de percibir el contenido informativo. Al mismo tiempo, dentro de cada medio se observan diferencias en los de cobertura nacional, respecto a aquellos de información regional a la hora de divulgar noticias educativas. Si el medio de comunicación tiene una proyección autonómica y local, las noticias educativas suelen destacar aspectos concretos (por ejemplo: experiencias, reportajes, conmemoraciones, jornadas, premios, olimpiadas, huelgas, asociaciones de padres, interinos, construcciones escolares, etc.). En contraste, los informativos nacionales proyectan noticias educativas derivadas de asuntos políticos y económicos, fundamentalmente. A continuación, haremos algunas precisiones sobre la información educativa en la prensa.

LA NOTICIA EDUCATIVA EN LA PRENSA

La prensa, ya sea en formato digital o impreso, es el medio que alberga un mayor número de noticias educativas. En cuanto a la manera de destacarlas, no existe un criterio uniformado, de modo que pueden aparecer en cualquier sección, dependiendo del diario. Es fácil encontrar información educativa en las páginas de sociedad o cultura, pero también en muchas ocasiones en la sección de nacional y en la regional o local.

Los periódicos nacionales no aportan todos el mismo grado de información, ni asignan la misma valoración a las noticias educativas. Las diferencias entre unos y otros también van asociadas al grupo editorial y a la configuración informativa propia de cada uno. En cuanto al contenido informativo y su tratamiento, la prensa nacional destaca temas educativos asociados a organismos internacionales, la formación, la economía o la difícil situación del empleo. Como ejemplo veamos estos titulares: «A más salario, mejor nota» (*El País*, 10-2-2011); «El Consejo de Europa critica las “aulas gueto” españolas» (*El País* 2-2-2011); «Los títulos universitarios aumentan un 43 %, aunque cae el número de alumnos» (*El Mundo*, 15-2-2011); «Madrid no convocará oposiciones para el profesorado en 2011» (*El Mundo*, 14-2-2011); «Ellas tienen

más estudios y ellos, más trabajo» (El País, 19-1-2015); «Aulas con menos filósofos y más emprendedores» (*El País*, 12-1-2015); «Crece un 3 % la desigualdad en el rendimiento de los alumnos entre 2003 y 2012» (*El Mundo*, 19-1-2015); «Bruselas califica de “insostenible” el alto nivel de paro juvenil en España» (*El Mundo*, 15-1-2015).

Por su parte, los periódicos regionales ofrecen una mayor cantidad de información educativa y más noticias educativas en los titulares de portada. Del mismo modo, las noticias tienen un fuerte componente regional y local. Algunos titulares lo ejemplifican: «Presentan firmas de 22.000 docentes contra los recortes en Educación» (*La Verdad*, 9-2-2011) en la Región de Murcia, debido a la Ley de Medidas Extraordinarias aprobada en la comunidad autónoma con el rechazo de los funcionarios docentes; «Los centros de infancia se quedan vacíos por su elevado precio» (*La Verdad*, 11-2-2011), información destacada en la comarca de Cartagena, desde donde se analiza la apuesta de su concejalía de Educación por concertar nuevos centros; «Sterm critica el modelo de evaluación docente que “pretende imponer” la Consejería» (*La Verdad*, 9-12-2014), donde se pone de relieve el desacuerdo del sindicato ante la decisión de la Consejería de Educación de la Región de Murcia para la evaluación del profesorado en la que se afirma que esta medida va enfocada más a perseguir el castigo que la búsqueda de mejoras; «La zona única permitirá a los padres elegir entre seis colegios el próximo curso» (*La Verdad*, 16-1-2015), información que trata sobre el cambio de normativa para la elección de centros según las preferencias de las familias y sin atender al criterio de lugar de residencia de estas.

LA INMEDIATEZ DE LA PRENSA DIGITAL

La prensa digital ha supuesto un cambio en la forma de consumir información y en la manera de crear contenidos, provocando una variación sustancial para el modelo de negocio de las empresas informativas, manteniendo las cabeceras analógicas que también dieron el salto a la Red y otros nuevos títulos que han aparecido con la apertura de las posibilidades que ofrece la era digital. Los medios de comunicación considerados tradicionales com-

parten escenario y audiencia con los nuevos medios digitales, interactivos y multimedia por definición. Gracias a Internet, podemos tener cualquier cabecera *a golpe de ratón* y de manera gratuita acceder a la mayor parte de las informaciones. Por ello, teóricamente, se contribuye a crear un periodismo más democrático, abierto, plural y participativo; donde la comunicación y la información navegan de muchos a otros muchos.

Frente a la prensa en papel, la prensa digital ofrece inmediatez, actualización constante, lectura en cualquier lugar y hora, información acompañada de imágenes, audios y vídeos, interactividad entre lectores que permite complementar y matizar; personalización de contenidos y espacio ilimitado para tratar cualquier temática. Entre las razones de elección de la prensa digital se encuentra su actualización y complementariedad multimedia, que se traduce en el uso de hipervínculos informativos, así como la inclusión de reproducción de vídeos que complementan el texto. Al mismo tiempo, las opciones de interactividad posibilitan la incorporación de comentarios por parte de los lectores. Sin duda, este hecho ha generado una nueva manera de leer la prensa, nada secuencial, basada en la elección personal, desde la inmediatez y conjugando en todo momento la interactividad que lleva a una mayor apertura del mensaje. El consumidor digital de hoy demanda de los medios de comunicación una información cada vez mejor tratada y actualizada sobre lo que le interesa.

De esta manera, la prensa digital se ha convertido en una fuente informativa en la que podemos encontrar más cantidad de noticias relacionadas con la Educación, y ha superado a la prensa impresa, sobre todo en el sector más joven de la población. En concreto, la prensa digital regional también ofrece gran cantidad de noticias diversas con temática educativa, la cual tiende a informar sobre las instalaciones escolares, el alumnado, la relación entre educación y sociedad, así como sobre las actividades extraescolares. Algunos ejemplos de titulares del periódico regional digital *laverdad.es* son: «Más de 400 padres de alumnos del Juan XXIII se quejan por la falta de espacio» (22-01-13); «La Región, pionera en un proyecto educativo de excelencia» (01-01-13); «Más de 2.500 alumnos aprenden a emprender» (7-01-2013).

Sin embargo, dependiendo de los contenidos, las cabeceras digitales no crean informaciones de temática educativa en exclusiva para estos soportes. Es decir, estos contenidos tienden a ser informaciones que se han redactado para la versión impresa y que aparecen asociados más a la percha de actualidad política, según los intereses de los grupos políticos regionales, que al interés educativo. Los medios digitales, a pesar del espacio ilimitado, no analizan la situación educativa; por ello, estos medios ofrecen una visión neutral de la educación, sin entrar a debatir o exponer múltiples puntos de vista (Bernal-Breis 2017). No obstante, estos medios complementan dichas informaciones con otras noticias relacionadas, lo que permite tener una visión más amplia y personalizada según la temática que interese al lector. Sin embargo, esta característica no supe la necesidad de información de los profesionales educativos ni proyecta una imagen real de lo que acontece en el mundo educativo. Al contrario, genera en la sociedad una imagen distorsionada de la educación. Asimismo, la prensa digital, a pesar de no tener limitación de páginas, no suele mantener la actualidad informativa de las noticias educativas, sino que el seguimiento de dichas informaciones es breve en el tiempo.

A este respecto, la prensa digital debería abandonar los géneros puramente informativos, más concretos y escuetos, para ofrecer un contenido más amplio, recogido en géneros más abiertos como el reportaje y la entrevista para tratar la educación desde una perspectiva más cerca, humana y real de acuerdo con el día a día de las vivencias de las aulas, los docentes y los alumnos.

PERSPECTIVAS

Como hemos visto en el desarrollo de este capítulo, la presencia educativa generada en la prensa digital es relativamente escasa y no está bien representada en función de la trascendencia y relevancia que la sociedad otorga a la educación. Pensamos que hay razones de desencuentro entre la formación que se pregona en el sistema educativo y la divulgación generada desde los medios de comunicación. Por ello, se necesita

potenciar y canalizar colaboraciones que comprometan y sean punto de encuentro entre medios y educación que consigan proponer modelos de trabajo colaborativos entre ambos sectores y que nos sitúen en una proyección formativa mayor que la existente. Pensamos que se debería abordar una línea de actuación pedagógica y otra, relacionada con ella, de investigación educativa de contenido mediático.

En este sentido, desde la educación, se hace urgente desarrollar modelos de actuación basados en una Educación mediática que incidan en conocer y comprender los medios de comunicación. Desde el ámbito educativo es importante desarrollar propuestas de análisis sobre la información y la opinión divulgada en los medios. Es ahí, donde la formación del ciudadano tiene su importancia y su valor.

Entre las actuaciones que se pueden desarrollar cabe señalar la formación inicial del profesorado, desde donde habrá que plantear mayores propuestas en las materias de grado, como referencia a un uso inteligente y argumentado de los medios, para comprender qué y cómo se informa en aquello que interesa saber. De igual modo, desde la comunidad educativa, tendremos que favorecer actuaciones relacionadas con la presencia y el análisis de la información, como marco de actuación, en los centros educativos. Se hace necesario plantear programas y proyectos que formen al alumnado, integren la opinión y valoración de lo que reciben de los medios.

Al mismo tiempo generar plataformas de intercambio en la formación de padres y madres, sobre la información educativa y su representación en los medios dedicando una atención especial al ámbito familiar potenciando la relación entre la escuela, los medios y la familia.

De igual forma, se tendría que recuperar la conexión entre Asociaciones y profesionales de la información y la comunicación con docentes, así como la realización de campañas y eventos que permitan fomentar la colaboración. Generar redes entre centros educativos y profesores junto a periodistas para participar, en torno al aprendizaje ciudadano de la comunicación mediática debería ser una realidad viva. Recordar cómo hace algunos años la integración de los medios en la escuela se

desarrolló con programas específicos que dieron lugar a la colaboración entre editores de diarios (Programa Prensa-Escuela). Este acuerdo pretendía llevar a cabo el fomento de una actitud crítica ante los medios gracias a la lectura plural de la prensa. En este sentido, consideramos urgente retomar este modelo de programa que favorezca la lectura de la prensa y, al mismo tiempo, el acercamiento entre periodistas y profesores; medios de comunicación y escuela para que no siga existiendo una fractura entre ambas partes.

Por último, consideramos, en cuanto a la investigación en éste ámbito, que es fundamental profundizar en cómo se transmite la temática educativa y su valoración desde los medios. En este sentido, se debería abordar la percepción que tienen los docentes sobre el valor informativo, sus prioridades y modos de dar contenido a los hechos educativos para contraponerlos a aquellos que son noticia en los propios medios. De esta confrontación pensamos que también se debería informar a los medios, para comparar la agenda informativa generada y la valoración que realizan los profesionales de la enseñanza. Sin duda, nos encontramos ante un escenario en el que hay mucho por hacer, desde un punto de vista investigador y formativo, donde se hace imprescindible ampliar el conocimiento que permita incrementar el necesario entendimiento y la mejora de la relación entre los medios de comunicación y la educación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- APARICI, R. «Medios de comunicación y educación», *Revista de Educación*, 338, 2005, pp. 85-99.
- BALLESTA, J. «Formar hoy con los medios de comunicación», en J. De Pablos (coord.), *Tecnología Educativa. La formación del profesorado en la era de Internet*. Málaga: Ediciones Aljibe, 2009, pp. 425-447.
- . «Los medios de comunicación y su incidencia en la educación», en I. Cantón et al. *Calidad, comunicación e interculturalidad*. Barcelona: Editorial Davinci, 2010, pp. 203-213.
- BERNAL-BREIS, M. *La educación representada en los medios de comunicación: La noticia educativa en la prensa digital*. Tesis doctoral. Murcia: Universidad de Murcia, 2017. <https://digitum.um.es/xmlui/handle/10201/55379>.

- . y BALLESTA, J. «Comprender la actualidad en el aula y desarrollar el pensamiento crítico con la prensa digital», en A. Fueyo, C. Rodríguez y J. Pérez (eds.), *Los territorios de la educación mediática: experiencias en contextos educativos*. Barcelona: UOC, 2015, pp. 105-111.
- CARBONELL, J. y TORT, A. *La educación y su representación en los medios*. Madrid: Morata, 2006.
- CIVILA, A. «La imagen social del profesorado en prensa», *Teoría de la comunicación*, 17, 2005, pp. 227-254.
- CROVI, D. «Observar y analizar la educación desde la ventana de los medios», *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 21, 2/3, 2007, pp. 23-34.
- FONTCUBERTA, M. «Medios de comunicación y gestión del conocimiento», *Revista Iberoamericana de Educación*, 32, 2003, pp. 95-118.
- GAITÁN, J. M. y PIÑUEL, J. L. «La agenda temática sobre Educación en la prensa digital: las TIC entre otros temas», *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 21, 2-3, 2007, pp. 35-63.
- GONNET, J. *De l'actualité à l'école*. París: Armand Colin, 1995.
- GITLIN, T. *Enfermos de información. De cómo el torrente mediático está saturando nuestras vidas*. Barcelona: Paidós, 2005.
- MASTERMAN, L. *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre, 1993.
- MORDUCHOWICZ, R. (2001). «Los medios de comunicación y la educación: un binomio posible», *Revista Iberoamericana de Educación*, 26, pp. 97-118.
- . «El sentido de la educación en medios», *Revista Iberoamericana de Educación*, 32, 2003, pp. 35-47.
- PAVLIK, J. *El periodismo y los nuevos medios*. Barcelona: Paidós, 2005.
- TEDESCO, J. y MORDUCHOWICZ, R. *El papel de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública en educación*. IPEE-UNESCO. Anexo Estadístico. Buenos Aires, 2003.