



LA EDUCACIÓN INFORMAL EN LOS ALBORES DEL SIGLO XXI



© Dr. Pere Marquès Graells, 1999(última revisión: 30/08/04)

[Departamento de Pedagogía Aplicada, Facultad de Educación, UAB](#)

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA EDUCACIÓN INFORMAL EN EL SIGLO XX.

A lo largo del siglo XX, los medios de comunicación fueron adquiriendo un papel cada vez más relevante en la vida de las personas. Más allá de los libros, la gran difusión de la prensa, el cine, la radio y, sobre todo, la progresiva universalización de la TV y el teléfono a partir de los años 60 y 70, influyeron sustantivamente en la organización de la vida social y doméstica, y se convirtieron en **poderosos agentes educativos**, transmisores, homogeneizadores de la cultura dominante, pero también de las culturas (en plural) y en definitiva de la Cultura (en mayúscula).

Los medios de comunicación (incluimos aquí los “mass media” – medios de comunicación social - y también los “self media” - como el teléfono, el vídeo o las videoconsolas-), con sus múltiples dimensiones (informativa, comunicativa, formativa, gestora y de entretenimiento) nos proporcionan un abanico de funcionalidades que facilitan la satisfacción de algunas de nuestras necesidades, pero que introducen cambios sustantivos e inéditos hasta el momento en la vida de las personas y en la organización social. En este sentido destacamos los siguientes hechos:

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN (MC) Y LA EDUCACIÓN INFORMAL

- Los MC ponen a nuestro alcance muchísima **información**, ampliando así nuestro entorno visual y perceptivo en general
- Con los MC resulta fácil **comunicarse**
- Los MC nos facilitan la realización de trámites y **gestiones** (teléfono, anuncios de prensa)
- Los MC nos proporcionan nuevas formas de **entretenimiento**
- Los MC nos obligan a redistribuir nuestro **tiempo** disponible
- Los MC nos **forman** (conocimientos, habilidades, valores), son poderosos medios de educación informal

- **Los medios de comunicación ponen a nuestro alcance muchísima información**, ampliando así nuestro entorno visual y perceptivo en general. La prensa, la radio y la TV nos tienen al corriente de lo que pasa en todas partes, podemos conocer fácilmente distintas culturas, puntos de vista, aunque también aumentan las posibilidades de que “expertos” en la manipulación de las personas modelen nuestros gustos y nuestros valores de referencia.

En cualquier caso, nuestro contexto vital se agranda; somos ciudadanos de un mundo del que cada vez conocemos más cosas y podemos estar al corriente de lo más relevante que ocurre en cada momento y en cada lugar (o al menos de lo que los “mass media” seleccionan como más relevante para nosotros)

- **Con los medios de comunicación resulta fácil comunicarse** con las personas que son "importantes" para nosotros (a nivel personal o laboral). La difusión universal del teléfono y los "mas media" rompe el aislamiento al que nos sometía nuestra separación en el espacio y se amplía nuestro entorno relacional: en unos segundos el teléfono nos pone en contacto con cualquier persona, desde la radio o la televisión podemos llegar a grandes audiencias, la prensa nos permite difundir anuncios y expresar nuestras opiniones a grandes colectivos, etc.

- **Los medios de comunicación nos facilitan la realización de trámites y gestiones**, especialmente mediante la interacción que proporcionan algunos medios como el teléfono, la inserción de anuncios en la prensa...

- **Los medios de comunicación nos proporcionan nuevas formas de entretenimiento**, nuevas maneras de "invertir" nuestro tiempo y de pasar el rato agradablemente, que rivalizan con ventaja (acceso sin desplazamientos, oferta diversificada...) con las formas tradicionales de ocio: lectura, conversación con familiares y amigos, audición de música, paseos, deporte...

Algunos medios, como la televisión y el teléfono, hasta nos permiten el capricho de ir de compras sin movernos de casa; casi todos los canales de televisión tienen un espacio de teletienda..

- **Los medios de comunicación nos obligan a redistribuir nuestro tiempo disponible** entre las actividades que podemos o debemos realizar, especialmente el tiempo que dedicamos al ocio. Prensa, cine, TV, vídeo... exigen tiempo, un tiempo que debemos restar a otras actividades. El día tiene 24 h., y esto supone una constante insoslayable.

Así, el creciente consumo de los medios de comunicación conlleva necesariamente que leamos menos libros, hablemos menos con la gente, etc. Y esto no se puede calificar "a priori" como malo o bueno; la valoración en todo caso dependerá del reajuste que cada uno de nosotros haga de la distribución de su tiempo de acuerdo con sus circunstancias (recordemos a Ortega y Gasset).

En la evolución histórica de la Humanidad, esta necesidad de reorganizar el tiempo personal y la dinámica social se ha presentado muy a menudo asociada a nuevos descubrimientos. Por ejemplo, los hombres y mujeres del Paleolítico ya tuvieron que reorganizar su tiempo y su organización social cuando evolucionaron hacia el Neolítico y descubrieron las posibilidades de la agricultura y la ganadería.

- **Los medios de comunicación nos forman**. Sus canales informativos, y también sus funcionalidades comunicativas, constituyen poderosos **medios de educación informal** con los cuales aprendemos - a veces ocasionalmente y a veces de manera intencional - conocimientos y habilidades, útiles e inútiles, correctos y erróneos, pero muchos de ellos válidos y necesarios para la vida. Además, especialmente el cine y la TV, nos impactan continuamente con modelos de conducta y criterios de valor que muchas veces modelan nuestro sistema de valores, inducen actitudes y nos impulsan a imitar ciertas conductas.

Si su influencia sobre los adultos es notoria, aún lo es mucho más sobre los niños y los jóvenes. Y es que parte de la **educación informal** que antes proporcionaba el **entorno familiar** a los hijos ahora, al reducirse los momentos de reunión y conversación de la familia y aumentar el consumo de estos atractivos medios, son los medios de comunicación los que les proveen -apenas sin control y no siempre de manera adecuada- muchos de estos conocimientos, habilidades y referencias que necesitan los jóvenes para ir construyendo su personalidad y actuar socialmente. Esta reducción de la incidencia familiar en la educación de los hijos se debe a múltiples causas: desde la mayor integración de la mujer en el mundo laboral, y pasando precisamente por la redistribución de "su tiempo" que hacen los padres cuando integran el uso de estos medios en su vida cotidiana, hasta la incertidumbre e inseguridad como educadores y transmisores de valores que sienten ante los vertiginosos cambios culturales y sociales que estamos viviendo.

Por otra parte ya sabemos que **la escuela, y la educación formal** que proporciona, a veces obsesionada por los complejos programas de conocimientos que deberían adquirir todos los alumnos está alejada de las necesidades culturales, cognitivas y emotivas más inmediatas de los estudiantes.

Finalmente, otro aspecto sustantivo a considerar es que al aumentar el tiempo que dedicamos a los medios de comunicación, obviamente aumentan su campo de influencia y su potencialidad formativa. Comparando el tiempo que dedicaban las personas a principios de siglo XX a los medios de comunicación y el que les dedicamos actualmente, podemos estimar desde otra perspectiva su tremendo potencial de influencia hoy en día.