

Unas notas bibliográficas muy personales para el aprendizaje y la enseñanza de los medios

Jesús Corriente
I.E.S. "Blas Infante" – El Viso del Alcor (Sevilla)

Lo que a continuación se propone no tiene más valor que el haberme ido ayudando a aprender acerca de los medios, desde mi formación inicial en Filología. Ya a finales de la licenciatura empezaban a surgirme inquietudes sobre si tanta Lengua y Literatura no tenían más aplicación que ambos discursos. Mi contacto con la semiótica me llevó a una conclusión: la Filología en sus diversas facetas no era otra cosa más que el estudio de dos tipos de discurso (el lingüístico y el literario), con la diferencia, a su favor, de una tradición que se cuenta por miles de años, con la correspondiente inmunización de sarampiones metodológicos. Por otra parte, precisamente a fuer de filólogo, era consciente de que una enseñanza puramente lingüística, ideológica, o de figuras retóricas verbales de un anuncio televisivo, era una opción parcialísima y descabellada para entender tal discurso.

No se puede decir que esa sea la idea dominante en la literatura oficial y oficiosa sobre didáctica de los medios de comunicación, y recurrir a textos en los que no había impresiones subjetivas, sintagmas nominales o donde las metáforas eran visuales pero no verbalizables me ha valido no pocos desprecios en determinados sitios. El primero de ellos ha sido el de anti-didáctico, por hacer memorizar conceptos complejos y extraños. Líbreme Dámaso Alonso de tal, pues el que se tuvo que "poner las pilas" fue un servidor, para aprender cosas nuevas y para convertir realidades complejas en conceptos simples que llegaran, en la mayoría de los casos, por vía de la intuición.

Por otra parte, los anuncios de refrescos eran material culturalmente más cercano a los alumnos que colecciones de romances locales tristemente ya recluidos en textos de folcloristas. A cambio, lo que he obtenido ha sido, de forma no forzada, numerosas conexiones interdisciplinares, cuando un buen anuncio, una película o un programa televisivo aparecía, por vía de ejemplo, en otras asignaturas. Eso por no hablar del rendimiento de la relación cine-literatura, ahora que esta última se nos asfixia en la práctica diaria.

Y, así, entre una multitud de libros que me llevaron a doctorarme en Ciencias de la Información, escojo aquellos que creo que me resultaron útiles o interesantes a posteriori para "organizarme la cabeza" como profesor de Medios de Comunicación Social o de Información y Comunicación, los años en que la Administración me deja serlo. Es una lista personalísima, más que discutible, y en la que apenas aparecen recetarios, pues de eso ya está más que surtido el mercado, y para adoptar uno, con lo bien maquetados que están y lo concreto de las instrucciones de lo que profesor y alumno tiene que hacer no hay que molestarse en leer otras cosas. Pero, si se me permite una vanidad, cuando he indicado a algún compañero interesado alguno de los libros de esta selección, han desarrollado actividades y dinámicas de clase que me han producido la más sana de las envidias.

Con estos criterios, divido la lista comentada en las siguientes secciones: referencias sobre comunicación, sobre la enseñanza de la comunicación, sobre lectura

de imagen fija y en movimiento, y, finalmente, sobre algunos medios concretos de comunicación, relaciones, etc.

Referencias sobre comunicación

- Y. WINKIN: *La nueva comunicación*. Barcelona, Kairós.
Es un texto de lectura para el profesor, para madurarlo personalmente y dotarse de una perspectiva interna desde la que organizar con criterios propios los contenidos y materiales didácticos prefabricados. La parte más importante es, probablemente, la presentación, donde se introduce al lector en lo que fue la Escuela de Palo Alto, y donde se le orienta sobre disciplinas, autores y tendencias. De acuerdo con esto, propone una perspectiva psicológica y comunicativa en la que la comunicación no es un proceso automático, y donde no existe el receptor pasivo, sino el receptor “enseñado” a interpretar de una manera determinada. El resto del libro son interesantes aportaciones de los autores mencionados en el prólogo. Yo no pude resistir la tentación de seguir leyendo, tranquila y pausadamente, el libro.

- J. MARTÍNEZ DE SOUSA: *Diccionario de información, comunicación y periodismo*. Madrid, Paraninfo.
Inapreciable como obra de referencia. Imprescindible para una biblioteca de Medios, ya sea casera o de balda de Departamento. Si bien no hace ninguna gran aportación teórica, da definiciones (ya debe superar las 10.000, y creciendo por ediciones) elementales de casi toda la jerga del tema, especialmente de lo periodístico. Innumerables ilustraciones bien explicativas, obviamente con algunos anacronismos, tablas sobre medios impresos (que, aun obsoletas, sirven para desarrollar actualizaciones con datos disponibles en la Red) y amplísima dedicación a la tipografía y composición, junto con jugosos comentarios sobre redacción periodística que pueden, en algunos casos, traspasarse, casi sin tocar, al aula. Personalmente le encuentro dos utilidades más: un texto por el que he “paseado” sin rumbo en los días en que uno no está para nada, y dentro del cual tengo siempre unos folios “de aprovechar” por si me tropiezo con algo de interés para una futura clase. La segunda, un conjunto de ideas sobre tipografía, composición y maquetación que devuelve la seriedad a las publicaciones como ejercicio práctico, para que el “especialista” de la clase no inunde las páginas con tipos de letra estrafalarios, descompense los espacios o repita el modelo por defecto del autoeditor que venía en el PC que le regaló papá. Por supuesto, todo es aplicable a modelos desde máquina de escribir (o caligrafía legible) y rotulador hasta Aula de Informática, dependiendo de las posibilidades de cada centro.

Sobre la enseñanza de la comunicación:

- Len MASTERMAN: *La enseñanza de los medios de Comunicación*. Madrid, Ediciones de la Torre.

Aunque el libro en sí incorpora experiencias que pueden ser de sumo interés, lo que me fue más útil de él fueron las discusiones sobre lo que es/debería ser la enseñanza de los sistemas de comunicación. Es para mí un libro para reposar y no necesariamente –aunque puede hacerse- para trasvasar a contenidos de clase. Tardó demasiado tiempo en traducirse en España, lo que se nota en algunas cuestiones de fondo teórico, hoy día mucho más matizadas, pero su mensaje central queda intacto. Podría ser el clásico ejemplo en el que la teoría ofrece soluciones simples y coherentes a problemas complicados o sencillamente ignorados. No suministra recetas, y parte de la idea de que el profesor sabe pensar antes de actuar en clase, sin la obediencia ciega al material prediseñado.

- R. APARICI (ed.): *La revolución de los medios audiovisuales*. Madrid, Ediciones de la Torre.

En realidad, son las actas de un Congreso de Didáctica de los Medios. Hay trabajos para todos los gustos y de todos los niveles de seriedad. A mí me resultaron especialmente interesantes las colaboraciones de Masterman (29-38), Tyner (39-42; 177-202) A. García Matilla (61-86), Costa Criticos (87-100) – especialmente para quien desee extrapolar el *apartheid* a realidades semejantes-. Quin y McMahon (159-176), además de la séptima parte (413 y ss.), donde se ofrece una interesante panorámica sobre la situación de la enseñanza de los medios en diversas zonas del mundo. Incluye el libro direcciones físicas y electrónicas, así como nombres propios suficientes para que, con el criterio que uno se va formando, pueda irse organizando sus propias ideas, aparte, claro está, de poder filtrar las búsquedas de material en la Red.

- C. LOMAS Y A. OSORO (eds.): *El enfoque comunicativo de la enseñanza de la lengua*. Barcelona, Paidós.

Con capítulos irregulares, el undécimo, del Grupo Narración e Imagen, (235-276) propone una unidad didáctica que en realidad es un bloque coherente del que no sólo sacar elementos, sino incluso elaborar orientaciones. La contribución de Lomas (93-131) supone una reflexión bastante seria sobre los criterios en qué basar la enseñanza del área, aunque más discutibles encuentro las recetas que propone.

- C. LOMAS Y A. OSORO (eds.): *La enseñanza de la lengua y el aprendizaje de la comunicación*. Gijón, Ediciones Trea.

Sería interesante señalar la contribución de Lomas, tanto la referida al lenguaje publicitario (291-276, donde hace propuestas prácticas que podrán discutirse y actualizarse, pero mantienen su coherencia interna), así como una interesante selección bibliográfica comentada en el que hay una sección específica para lo que nos ocupa.

Sobre lectura de imagen fija y en movimiento:

- R. APARICI y A. GARCÍA MATILLA: *Lectura de imágenes*. Madrid, Ediciones de la Torre
Un libro, en su momento, básico para la materia, y del que ahora amplias zonas deberían ser conocidas por los alumnos a través de la asignatura de Educación Plástica y Visual. Ya sea como repaso, ya sea empezando desde cero, cuenta con un compendio de los fundamentos de la materia, con ilustraciones muy interesantes (en blanco y negro y color) para su uso en clase. Trae ejemplos de análisis concretos realmente comprensible, y si hay algo que reprocharle es que no elimine, en una nueva edición, el concepto de “lectura subjetiva”, que en los actuales estudios sobre comunicación han sido bastante bien organizados por la semántica y pragmática del discurso.
- M. MARTIN: *El lenguaje del cine*. Barcelona, Gedisa.
Un texto que fue de importancia capital en los comienzos del análisis formalista de la imagen cinematográfica. Su trasfondo teórico se ha quedado bastante obsoleto, puesto que hoy no es creíble que un procedimiento cinematográfico signifique siempre y de modo estable lo mismo, sin el contexto. Sin embargo, admite perfectamente un uso como glosario de términos de lenguaje cinematográfico, desde el que se pueden hacer resúmenes tanto para la lectura de imagen en movimiento como para prácticas de guión o filmación.
- S. ZUNZUNEGUI: *Pensar la imagen*. Madrid, Cátedra
Un libro de lectura compleja, y con difícil proyección directa a la clase. No obstante, muy interesante para saber manejarse entre la selva de libros que se sitúan (a veces, sólo de forma aparente) en ese nivel de reflexión. Muy útil si uno se está preguntando qué estamos enseñando, aunque se corre el peligro de realizar tristes descubrimientos acerca de la biblio-reprografía didáctica oficial y oficiosa del área.
- R. GUBERN: *La imagen pornográfica y otras perversiones ópticas*. Madrid, Akal.
Aunque, por motivos obvios, suelo anunciar este título como tema de la siguiente clase, y hay un capítulo dedicado a la cuestión concreta, la intención del autor es ligeramente distinta a la que suponen los adolescentes: desarrollar el problema de las propuestas de visión del ser humano (en sus vertientes físicas, anímicas, ideológicas, etc.) a partir de imágenes “troceadas” y descontextualizadas del mismo, y la falsificación que ello supone. Es fácil sintetizar los aspectos que interese llevar al aula, y encontrar ejemplos más cercanos a los alumnos, pero similares a los propuestos. De hecho, el propio profesor podrá encontrar en nuestra actual prensa y televisión nuevas vetas de análisis (así, en su momento, apliqué el procedimiento a las revistas del corazón y sus correlatos televisivos, al programa *Gran Hermano*, y a los programas de “confesiones íntimas”). Dado lo sorprendente del título, cuando se recorre una serie de ejemplos en clase, no es extraño que ocurra que los propios alumnos

acudan con ejemplos propios de pornografía (en este sentido técnico), y se despierte, por un momento –ya se ocupa la industria de que no dure más de la cuenta-, un cierto celo crítico por lo que se les pone por delante.

Sobre algunos medios concretos de comunicación, relaciones, etc.

- **J. GONZÁLEZ REQUENA:** *El espectáculo informativo o la amenaza de lo real.* Madrid, Akal.

El autor propone un análisis de la información (y en este caso es perfectamente aplicable a cualquier medio) como visión necesariamente parcial del informador y del público. A pesar de no ser una lectura fácil (entre otras cosas por la idiosincrasia del autor), no es menos cierto que elabora un sistema coherente para la crítica de la información y del mito del informador como “notario” de lo que pasa en el mundo. De hecho, aplica el análisis, en una segunda parte, a cinco informativos de distintas características (del periodismo “de investigación” al reportaje melodramático). Se pueden extraer ideas para clase, especialmente en la primera treintena de páginas, en las que alguna vez aparecen esquemas que pueden trasladarse directamente a clase. Para mí fue una lectura reveladora, más sencilla y menos discutible que otras varias aportaciones teóricas del autor, que es figura de referencia en el ámbito académico.

- **T. LÓPEZ-PUMAREJO:** *Aproximación a la Telenovela.* Madrid, Cátedra.

Aunque es la versión de la base de la tesis doctoral del autor respecto a *Falcon Crest, Dallas y Dinastía*, es de fácil aplicación a las de ámbito más hispano. El lector puede perfectamente ir sorteando los aspectos que le resulten menos interesantes, puesto que siempre tendrá partes en las que reincorporarse a otra facceta del análisis crítico. Hay dos fragmentos que pueden pasar a clase casi directamente (yo los he utilizado como “trabajos de lectura de ampliación” a veces): el proceso de fabricación de los episodios de telenovela (81-88) y la historia de la telenovela norteamericana (135-156), que cualquier profesor puede actualizar sin mayor problema, o desarrollar dicha actualización en forma de actividad didáctica. El libro está salpicado de anécdotas que pueden utilizarse por ser enormemente ilustrativas.

- **J. R. SÁNCHEZ GUZMÁN:** *Introducción a la teoría de la publicidad.* Madrid, Tecnos.

Al ser un manual universitario, pensado para alumnos que comienzan la carrera, resulta de lectura bastante sencilla. Está escrito desde la perspectiva del publicitario, y de él es posible obtener tanto una perspectiva general (que luego orienta mucho cuando se lee a publicistas). De la misma manera, admite interesantes resúmenes. Leyendo “entre líneas”, se pueden extraer contenidos de lectura crítica, no apocalíptica, de lo publicitario. Abarca casi todas las

ramificaciones de lo publicitario. El “discreto lector” no tendrá la más mínima dificultad, en función de sus intereses, en seleccionar capítulos.

▪ L. BASSAT: *El libro rojo de la publicidad*.

Inevitable hoy día, escrito en un lenguaje muy directo, de forma que puede ser antologizado o “repartido” en clases de Bachillerato como documento para resumir y explicar al resto de la clase. De la misma forma, muy resumible para elaborar contenidos. En ocasiones lo he utilizado para hacerlo descender del terreno de la publicidad al de la “venta” de la propia imagen, que empieza con los modales y la cortesía como base de las relaciones públicas.

▪ J. REY: *El hombre fingido*. Madrid, Fundamentos.

El autor traslada a la esfera masculina el problema de los estereotipos femeninos en publicidad, con una clasificación, tan discutible como cualquier otra, sobre la que realiza un análisis estadístico. Quizá lo más interesante sea, precisamente, la posibilidad de extraer unas ideas generales para que los alumnos desarrollen una práctica de búsqueda de estereotipos sexuales, generacionales, ideológicos, etc. en discursos que no tienen por qué ser necesariamente publicitarios. De hecho, sería recomendable, para la persona interesada en el tema, la lectura de crítica literario-sociológica de orientación feminista, y, desde ese punto, abrir las propuestas a otros estereotipos (incluido el del varón heterosexual, que de todo habrá que ver).

▪ C. PEÑA-ARDID: *Cine y Literatura*. Madrid, Cátedra.

Un texto que resume de forma brillante el recorrido del análisis comparativo habido hasta la fecha, organizando propuestas de diversos autores que, con el paso del tiempo, se han ido diluyendo editorialmente (así, el espléndido *Imago Litterae* de J. Urrutia). Cribando mitos como el del “cinematografismo exclusivo” de la literatura contemporánea (¿quién sería el ayudante de realización de Cervantes?), proporciona una base sólida para crear modelos de análisis comparado sencillos pero no simplistas.

▪ N. SQUICCIARINO: *El vestido habla*. Madrid, Cátedra.

Un texto de lectura ligera que, analizando la cuestión de la moda, permite extraer pautas para que los propios alumnos hagan un análisis de cómo y por qué se viste de una manera en su entorno cercano, sin que suene a sermón de profesor.