

¿TIENE SENTIDO LA EDUCACIÓN EN MEDIOS EN UN MUNDO GLOBALIZADO?

Does media education make any sense in a globalised world?

María Amor PÉREZ RODRÍGUEZ, Manuel FANDOS-IGADO y
José Ignacio AGUADED-GÓMEZ
Universidad de Huelva

RESUMEN: En un mundo globalizado en el que la comunicación puede ser instantánea y vivimos rodeados de pantallas electrónicas se preguntan los autores de este artículo si el concepto de «alfabetización» imperante ha sido superado y si en las instituciones educativas tiene o no cabida la necesidad de educar en los medios hoy. La propuesta final es que, en todo caso, es necesaria una alfabetización mediática, con un horizonte de análisis crítico que permita el crecimiento personal de cada uno y el desarrollo riguroso de la ciencia y el conocimiento. Una cuestión que no está superada y que, en demasiadas ocasiones queda relegada por la urgencia de tener que convertirse al menos en «usuario» de las distintas novedades que la sociedad va asumiendo sin preguntarse más allá.

PALABRAS CLAVE: educación, medios de comunicación, curriculum, formación, didáctica, metodología.

SUMMARY: In a globalised world where communication can be life and we live surrounded by electronic screens, the authors of this article wonder if the prevailing concept of «literacy» is outdated and if there is place in educative institutions nowadays for the need for educating in the media. The final proposal is that, in any case, media «literacy» based on critical analysis that allows each person to grow and the rigorous development of science and knowledge is needed. This is a question that has not yet been answered and that, in many occasions, is consigned to oblivion because of the urge of becoming, at least, a «user» of the novelties that society keeps accepting with no questions asked.

KEY WORDS: education, media, curriculum, teaching, didactics, methodology.

Introducción

Los medios de comunicación y las nuevas tecnologías están provocando un tremendo impacto en la cultura y en el ámbito de lo social, con lo cual no es gratuito afirmar que también en el contexto educativo se deja sentir. Y no sólo en lo que respecta a las modificaciones que afectan a los medios, materiales y recursos que se emplean en la enseñanza, sino también los cambios que se generan en la propia conceptualización de lo que es la escuela y los procesos de enseñanza-aprendizaje. La educación se halla sumida en una espiral de incertidumbre e interrogantes para las que es difícil encontrar respuestas debido a la sobredosis de cambios y avances en los modelos y valores que perduraban desde los inicios de la institución educativa.

La educación debe ser para el progreso y el avance, pero ocurre que éstos siempre llegan tarde a las escuelas y necesitan mucho tiempo para admitirse. Así, en nuestros días los medios y las tecnologías de la información y comunicación disputan el terreno a los saberes y estrategias centrados en el profesor garante de la ciencia. Los medios arrastran información, las tecnologías nos permiten difundirlo, transformarlo, ampliarlo, simplificarlo, generan ambos, en definitiva, conocimiento. En esta tesitura nos preguntamos por el sentido de la relación entre éstos y la educación, puesto que es palpable su incidencia en los valores y en la socialización de las personas, tarea, por otra parte, encomendada a los centros educativos.

El nuevo contexto educativo exige una figura distinta de docente, sobre todo si nos situamos en el plano de la comunicación, del intercambio de ideas y experiencias, cuyos rasgos superen la función transmisora para completarla con una dimensión más dinámica como formulador de problemas, provocador de interrogantes, coordinador de equipos de trabajo, sistematizador de experiencias, en definitiva como ha señalado Martín Barbero (1999: 13-21), “memoria viva de todo lo que su sociedad necesita pasarle a la nueva generación”.

Planteamos aquí la necesidad de planificar y proyectar una educación para el conocimiento de los nuevos lenguajes de los medios y las tecnologías de la información y comunicación en el contexto de una sociedad cada vez más mediática para indagar y reflexionar cómo la educación en general, y la enseñanza en particular, han de responder al papel central que los medios de comunicación juegan en la vida de los estudiantes.

Sugerimos, finalmente, que la integración curricular de los medios de comunicación, la educación en medios de comunicación, se considere un ámbito de estudio para la educación de la “competencia comunicativa”. De manera más concreta, se aboga por la superación de la visión excesivamente tecnológica e instrumental, que fruto de las modas y lo atractivo de los avances tecnológicos, a menudo confunde y distorsiona las inherentes características y cualidades que los medios tienen de cara a la educación. De esta manera, se apunta no sólo una conceptualización de la educación en medios de comunicación, sino sus objetivos, sus contenidos, las corrientes ideológicas y los marcos conceptuales en los que se apoya, así como sus modalidades

de integración curricular. Tales ideas permitirán, desde la educación, ir rentabilizando las bondades del uso de los medios y las tecnologías en el ámbito educativo.

El contexto didáctico en un mundo globalizado

Podemos hablar de una nueva era de conocimiento, la del «pensamiento visual», ya que los medios no sólo descentran las formas de transmisión y circulación del saber, sino que hoy constituyen el escenario decisivo de la socialización. Consecuentemente, el modelo didáctico predominante en nuestras aulas no responde a las necesidades y expectativas que la sociedad demanda y solicita de la educación. El marco habitual de nuestros centros escolares se caracteriza, con tímidas excepciones, por el predominio absoluto de la transmisión de contenidos conceptuales, centrada en el profesorado, la pasividad y acriticidad de los alumnos, la evaluación sumativa y final exclusivamente de conceptos... unido a una encorsetada organización escolar, con escasa flexibilidad de horarios, con nula movilidad de espacios, con una fragmentación en compartimentos estanco de las disciplinas... (Aguaded, 2001: 52). Aquí los medios y tecnologías de la información y de la comunicación apenas sí tienen cabida, salvo en un uso esporádico y asistemático. La presión del cambio tecnológico, sin embargo, ha provocado crisis y contradicciones: «reformas, malestar docente, insuficiencia de recursos, desmotivación de los estudiantes, desorientación, incertidumbre...», más que nada ha propiciado un estado de opinión, independientemente de que los centros educativos y los docentes «se hayan actualizado desde el punto de vista técnico» (Pérez Tornero, 2000: 36).

La educación se ha visto «asediada» por el impacto de los medios y de las tecnologías en cuanto a su valor como institución garante del saber y, de alguna manera, incluso se la ha relevado de ese estatus de autonomía, situándose ahora en un momento en el que si quiere no perder su anclaje en el tiempo, ha de reconocer las profundas dependencias que debe contraer con los nuevos lenguajes y formas de transmisión. Puesto que ya no es tan claro que sea la única garante de los valores y modelos, hemos de empezar a tomar conciencia, superando posturas más o menos apocalípticas, de que tales valores y modelos provienen de los que imperan en la televisión, el cine, la publicidad o Internet, con la paradoja de que, incluso, la mayoría de las veces no hay coincidencias entre lo que la escuela ofrece y lo que se toma como referente de los medios, al contrario existe una amplia divergencia.

Si en el contexto de la pedagogía transmisiva, que domina nuestro panorama educativo, los medios no son más que auxiliares que complementan la función informativa de los profesores y amplían el campo de conocimientos □ conceptuales □ a través del apoyo del lenguaje audiovisual, nada más lejos de lo que pretendemos en lo que tratamos de definir como un nuevo contexto educativo. Nuestra propuesta va más allá, ya que consideramos que lo que se requiere es la integración de los nuevos lenguajes audiovisuales, de la informática... respondiendo a las necesidades y competencias que nuestro tiempo suscita.

En consecuencia, el modelo educativo que nos parece más acertado se debe fundamentar en una teoría crítica de la enseñanza que, frente a los estilos tecnicistas y pragmáticos que han imperado, fomente el «aprendizaje experiencial reflexivo» y supere la educación bancaria, que decía Freire, o el depósito de conocimientos dentro de las cabezas de los alumnos. Se trataría, en definitiva de formar alumnos competentes en el uso de los nuevos lenguajes y consecuentemente, más críticos y creativos con su entorno, conscientes de su realidad, capaces de actuar libre, autónoma y juiciosamente. En este contexto el papel de los medios de comunicación es crucial.

De cualquier forma, no es posible plantearse el uso de los medios, sin analizar previamente el marco referencial, teleológico y didáctico que éstos van a tener en el contexto educativo y de ahí nuestro interés en insistir en que el primer paso para una integración efectiva ha de ser el análisis del contexto social, caracterizado por un consumo masivo de los mismos, al tiempo que por un escaso conocimiento racional de sus códigos y lenguajes. Es evidente, pues, la necesidad de plantear propuestas didácticas que permitan una intervención consciente para «alfabetizar» a los estudiantes de hoy como consumidores y usuarios de los nuevos lenguajes de la comunicación y la información, con plena conciencia de uso y con potencialidad para su utilización crítica y creativa, esto es, para el desarrollo de su competencia comunicativa conforme a las situaciones e intercambios comunicativos generados en la sociedad en que viven. De esta manera se solventaría la profunda paradoja de que, pese al consenso sobre la importancia de los medios en la sociedad y su influencia en la población infantil y juvenil de hoy, no existe una intervención sistemática para su presencia en la enseñanza y en el contexto escolar.

El contexto educativo que surge en este mundo que llamamos global demanda una integración de los medios que acerque el proceso de aprendizaje al modelo investigativo, pues pensamos que, frente al estilo transmisivo y centrado en los contenidos, los medios favorecen la investigación de la realidad por el propio alumnado, que aprende en el propio proceso de descubrimiento como investigador y protagonista. En este contexto educativo que hemos presentado los medios y las tecnologías pueden abordarse desde la perspectiva de auxiliares didácticos, como ámbitos de conocimiento y como medios y lenguajes para la expresión, la producción y, en definitiva, la comunicación. En este sentido son destacables algunos trabajos que determinadas compañías, como es el caso del Grupo Master-D¹, multinacional de la educación

¹ MASTER-D S.A. es una empresa dedicada a la formación abierta desde 1994. Nace en Zaragoza (España) y en la actualidad cuenta con 45 delegaciones en territorio español, tres en Portugal (2 en Lisboa y una en Porto); una en Grecia (Tesalónica); una en Brasil (Sao Paulo) y una en China (Beijing). La esencia de su actividad consiste en el acompañamiento, hasta la consecución de la meta, de los clientes que siguen el Sistema P8.10 (creado por la compañía). Se define como una empresa de entrenamiento y preparación, más que de enseñanza. Tiene distintas líneas de negocio: a) preparación de oposiciones; b) capacitación profesional técnica; c) capacitación profesional «nuevas profesiones»; d) formación «a la carta» a empresas; e)

abierta, vienen desarrollando (Fandos, 2007), (Aguaded y Fandos, 2008a; Aguaded y Fandos 2008b).

La educación crítica para la comunicación

Los medios y las tecnologías de la información y comunicación constituyen modos de apropiación de la realidad, del mundo y del conocimiento. Sus lenguajes están modelando nuevos estilos cognitivos y estructuras mentales como otras formas de comprensión y aprehensión de la realidad. En consecuencia, es necesario, más bien imprescindible, que las instituciones educativas asuman la tarea de la alfabetización en estos nuevos lenguajes. Más aún, desde la perspectiva de la enseñanza de la comunicación no debe dejarse pasar esta oportunidad para que el desarrollo de la competencia comunicativa sea completo y se preste atención a los lenguajes de la persuasión. Nadie puede discutir hoy que la comunicación no está restringida al lenguaje hablado y escrito y por tanto “la enseñanza de los medios audiovisuales debería integrarse a través del currículum, de modo que *leer y escribir* mensajes visuales fuera una destreza coherente, que los estudiantes considerasen tan relevante para sus vidas como la lectura y la escritura del lenguaje verbal”.

En este sentido, las intenciones que nos parecen más acertadas a la hora de plantear una educación crítica con los nuevos lenguajes irían encaminadas a que los alumnos (y en más ocasiones de las deseadas los propios profesores) sean capaces de codificar y decodificar mensajes y atender al proceso de producción desde una perspectiva social, estética, política y económica.

En consonancia con lo anterior, la educación crítica en los nuevos lenguajes atenderá a los diferentes modos en que los medios y las tecnologías de la información y comunicación representan la realidad, a las técnicas que utilizan para crear y mediar en conocimiento social y a las ideologías que impregnan sus representaciones. Se trataría, en definitiva, de estimular la autonomía crítica y la motivación del alumnado, utilizar una metodología investigadora hacia la comprensión y aunar el trabajo analítico con el práctico (Masterman, 1993: 25).

La educación crítica en los nuevos lenguajes puede ser un instrumento muy eficaz para desafiar la desigualdad de conocimiento y poder que existe entre quienes fabrican la información y quienes la consumen inocentemente en este contexto de glo-

idiomas. (chino, español, inglés). Cuenta con su propio equipo de desarrolladores de contenidos y de software y multimedia. Cada año se matriculan en este centro más de 25.000 alumnos nuevos (durante los últimos 5 años) –además de los alumnos derivados de la intervención directa en la formación en empresas–. Tiene acuerdos de colaboración con importantes universidades, empresas, instituciones y organismos con el fin de ofrecer un producto y un servicio excelentes a sus clientes. De acuerdo con su plan estratégico, la compañía pretende alcanzar una facturación de más de 200 millones de euros en el 2014.

balización que caracteriza y determina nuestro mundo. Por ello, integrar los medios de comunicación en los procesos educativos para reflexionar sobre ellos, sus lenguajes, sus maneras de informar sobre el mundo, al tiempo que sobre las formas que permiten recrearlo y “construirlo” son aspectos clave que en una educación integral de las personas han de estar presentes.

A modo de síntesis, y siguiendo las ideas de Masterman (1993: 16), la educación crítica en los nuevos lenguajes se justifica por:

- 1) El elevado índice de consumo de medios y la saturación de éstos en la sociedad contemporánea.
- 2) La importancia ideológica de los medios y su influencia como empresas de concienciación.
- 3) El aumento de la manipulación y fabricación de la información y su propagación por los medios.
- 4) La creciente penetración de los medios en los procesos democráticos fundamentales.
- 5) La creciente importancia de la comunicación e información visuales en todas las áreas.
- 6) La importancia de educar a los alumnos para que hagan frente a las exigencias del futuro.
- 7) El vertiginoso incremento de las presiones nacionales e internacionales para privatizar la información.

Por tanto, la respuesta a la problemática de las complejas relaciones con los medios de comunicación en un mundo globalizado consiste en la planificación y consolidación de una educación para el conocimiento de estos nuevos lenguajes en un contexto cada vez más mediático, desde una actitud investigadora y de reflexión que permita aumentar y completar las posibilidades de comunicación que requiere el mundo en el que vivimos y educamos.

En este sentido pueden plantearse como objetivos para esa educación crítica:

- Desarrollar la competencia comunicativa y mediática desde el conocimiento de los procesos de percepción y estrategias cognitivas que han de desarrollar los sujetos para entender, comprender, valorar y crear con los nuevos lenguajes audiovisuales.
- Conocer los sistemas simbólicos y los códigos del lenguaje audiovisual con los que se transmite y difunde la información (y se crea opinión) y distinguirlos de otros aspectos más instrumentales y de soporte.
- Adquirir una visión comunicativa para el estudio del ámbito de los medios de comunicación y de los canales que emplean que ponga el énfasis en la competencia comunicativa, es decir en el fenómeno comunicacional que en nuestra sociedad actual está adquiriendo una especial dimensión mediatizada por lo tecnológico.

- Potenciar la educación en medios de comunicación como ámbito de contenido que como eje transversal del currículum ha de estar presente en todos los niveles y áreas curriculares para la cualificación en la comprensión e interpretación de los nuevos medios y tecnologías.

La educación en medios como ámbito de aprendizaje

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 la actualidad. Primero, los medios de comunicación de masas (cine, radio, televisión...) y desde las dos últimas décadas del siglo XX, las nuevas tecnologías de la comunicación telemática, han destruido los conceptos tradicionales de tiempo y espacio con la posibilidad de la navegación a través de la información y la interactividad.

La invención de la imprenta por Gutenberg en 1445 fue la primera gran revolución de la época moderna, que generó una cultura escrita de carácter universal y de elite que puede considerarse la primera difusión masiva de la información. En el siglo XX, la radio, en los años veinte, supuso una nueva revolución basada en la cultura auditiva de masas, seguida por la de las imágenes televisivas que transformó nuevamente el panorama social en los años cincuenta. Ambas revoluciones, de índole menos elitista, propiciaron el surgimiento de otras formas de cultura y contribuyeron a la difusión y universalización de la misma. La televisión de forma más contundente se ha revelado como una extraordinaria y poderosa arma de poder consiguiendo modificar costumbres y hábitos culturales y conformando un modelo globalizador. Después, el uso masivo de los ordenadores puede considerarse la cuarta revolución comunicativa. A partir de los ochenta y ya en el siglo XXI se sitúa la revolución de los multimedia, en donde convergen las funciones del teléfono, la televisión y los ordenadores en una sola tecnología que ha logrado la comunicación instantánea mediante la transmisión de imágenes, datos y voces. Se está creando la cultura cibernética que es la primera cultura realmente universal en la historia del hombre. La última de las revoluciones de nuestro siglo consolida el “lenguaje total”.

Los avances de los medios y las tecnologías han facilitado el progreso y el desarrollo de esta revolución del “lenguaje total”. Sin embargo, en la mayoría de los casos el acceso a la información, la distribución de la misma, sus contenidos y sus fuentes, ponen de manifiesto el desconocimiento de gran parte de la población del lenguaje, la técnica y el discurso de estos medios. Parece claro que hoy las nuevas generaciones –nacidas en la era de la tecnología de la información– estructuran su modo de aprender y conocer de modo distinto a las generaciones precedentes, y ello se debe al impacto de los medios y las tecnologías, a sus esquemas simbólicos y a una percepción que cada vez es más visual.

De ello se deriva la necesidad de la formación de las personas en el consumo inteligente de los medios y de las tecnologías □sus lenguajes, técnicas y discursos□, para evitar que sean grupos minoritarios los que controlen y supervisen la información y su difusión y para contrarrestar el efecto del impacto de los medios y su consumo inconsciente y el desequilibrio que de forma cada vez más acusada se genera entre los que conocen y dominan estos códigos y pueden acceder fácilmente a la información y los que no.

La relevancia social de la información y su escasa presencia en los contenidos escolares constituye una contradicción. En este sentido, la educación en medios tiene sentido ante el número cada vez mayor de horas de consumo de productos audiovisuales frente a un consumo de productos en soporte papel o escrito.... Pero ello no es sólo la nota más distintiva y, hasta cierto punto preocupante, de la sociedad, sino, cómo la experiencia personal depende de los medios y está saturada de los mismos o, cómo la información se ha convertido en un bien de consumo y, por tanto, ha generado el desarrollo de corporaciones y empresas que controlan los sistemas, tecnologías y la distribución de la información, además de vehicular las percepciones e ideas, las visiones del mundo que estiman como principales construyendo una realidad ficticia y moldeando las conciencias. De este modo, la manipulación se aúna con la distribución de la información y los medios influyen en todas las áreas de la sociedad, pero sobre todo en lo político y en lo económico.

Por lo tanto, la educación en medios se explica por la necesidad de fomentar el conocimiento crítico y creativo de los medios de comunicación. Esto se concreta en aspectos como:

- El conocimiento y análisis de las producciones mediáticas en sus diferentes tipos, géneros, códigos y estructuras, así como en sus significados denotativos y connotativos, estableciendo ideologías y valores y sus consiguientes interacciones.
- El significado de los textos, pero de manera más específica el significado que otorgan los receptores: múltiples significados del texto, los valores y sesgos implícitos en esos significados, las elecciones y selecciones.
- La propia producción de los textos mediáticos: cómo se ha producido un texto, quiénes lo han producido, por qué, en qué circunstancias y en qué contexto, etc.
- La producción, difusión e intercambio de conocimientos rigurosos a través de las posibilidades que ofrece la web social.

La educación en medios debe facilitar el conocimiento, las estrategias, destrezas y actitudes necesarios para la lectura de estos textos de forma personal y crítica, a la vez que las respuestas activas a los mismos. Lo que interesa conocer es cómo funcionan los medios, cómo producen significado, cómo son parte de la industria de construcción de la realidad y cómo esa supuesta realidad ofertada por los medios es interpretada por quienes la reciben.

Se trata de conocer los nuevos lenguajes de la comunicación que incorporan nuevos códigos de lectura, de comprensión e interpretación, que van más allá de la suma del lenguaje escrito con el visual, y que suponen por ello una auténtica revolución comunicativa, al aportar una nueva codificación de la realidad, más allá de los propios medios.

Engloba también el conocimiento de todo el conjunto de tecnologías de la información y la comunicación que progresivamente van sumándose a la vida diaria, gracias al impresionante avance de las ciencias.

La educación en medios de comunicación genera nuevos modos de aprendizaje acercando éste a la realidad cotidiana, rompiendo la distancia entre lo que en las instituciones se enseña y lo que vivimos en nuestros hogares, puestos de trabajo o en la calle.

Desde esta perspectiva es más fácil comprender los problemas cruciales de la sociedad y elaborar un juicio crítico sobre ellos a partir del trabajo con los medios. La integración de los medios en los objetivos y contenidos de la enseñanza fomenta no sólo capacidades intelectuales, sino también relaciones interpersonales, valores, actitudes, normas, procedimientos, así como la inserción en el mundo globalizado del «lenguaje total» al que hacíamos referencia, además de que, en muchos casos, conecta con los intereses, los conocimientos y las ideas previas de los más jóvenes, cuyas experiencias e ideas proceden en su mayor parte de su relación con los medios.

La educación en medios de comunicación no puede reducirse al uso de los medios en cuanto tecnologías auxiliares al servicio del proceso de enseñanza-aprendizaje, por muy interesantes y didácticas que éstas puedan ser, o por lo mucho que motiven y faciliten este proceso, ni tampoco es posible entenderla como una formación específica para el ejercicio de determinadas profesiones en el campo de las comunicaciones sociales. Su sentido y finalidad ha de ser la formación de la conciencia crítica y el desarrollo de actitudes activas, creativas y recreadoras para conocer y comprender los procesos envolventes de comunicación que vive la sociedad de hoy.

La alfabetización en medios

La alfabetización se entiende, en su concepto más tradicional, como la utilización y manipulación formal de procedimientos para codificar y decodificar cualquier tipo de texto, fundamentalmente escrito. De forma más completa puede definirse como la capacidad de poderse enfrentar con competencia a diferentes situaciones de comunicación e interrelación en el grupo o la sociedad y actuar de manera eficaz y autónoma.

La alfabetización no puede simplificarse en el conocimiento y manejo de las destrezas básicas lectoescritoras (hablar, escuchar, escribir, leer) en una sociedad como la actual. De ahí que sea preciso considerar la alfabetización en medios, ya que los aprendizajes de nuestra época, están en clave audiovisual y tecnológica. La ma-

yoría de las veces los contenidos de estos aprendizajes tienen su origen en los medios y las tecnologías, a través de la abundante panoplia de pantallas que nos rodean. Los jóvenes de todo el mundo visten prácticamente de la misma forma, ven las mismas series de televisión, escuchan la misma música, comen hamburguesas o pizzas, beben coca cola y navegan por los mismos sitios web. ¿Sería esto posible si no lo hubieran percibido a través de los medios?

En este sentido, se hace imprescindible saber descifrar los sistemas que los estructuran, sus signos y claves de interpretación, para hacer una lectura comprensiva, racional e inteligente de los mensajes audiovisuales que constituyen esta nueva forma de expresión y gestión del saber, que va restando cada vez más campo a la expresión exclusivamente verbal.

Hay que tener en cuenta que en la actualidad los textos son muy variados y diversos y requieren procedimientos diferentes para su correcta comprensión, no sólo los que habitualmente se enseñan en las instituciones educativas que fundamentalmente preparan para el acceso a la información y para la aplicación práctica, mientras que apenas se orientan a la reflexión crítica y creativa. Esto último es muy importante si tenemos en cuenta que en la mayoría de las sociedades actuales los sistemas democráticos demandan ciudadanos con capacidades y competencias críticas para reflexionar y convertir su propia experiencia, su pensamiento en nuevas propuestas, es decir, en conocimiento.

La sociedad actual se expresa con múltiples lenguajes que hay que aprender a decodificar, de igual modo que se hace con los códigos verbales. Este aprendizaje es social y colectivo, en un contexto específico en el que hay muchos condicionantes para la interpretación. Por todo esto la alfabetización audiovisual (mediática) se puede definir como el conocimiento de los distintos lenguajes que se emplean en los diferentes textos que difunden y ofrecen los medios para poder codificar y decodificar (leer-escribir-comunicarse), es decir, analizar los mensajes de éstos, para un eficaz y racional desarrollo del aprendizaje y de la cultura.

La alfabetización audiovisual-digital-mediática se complica y debería completarse o ampliarse su significado atendiendo a las exigencias de la sociedad de los últimos años en la que lo digital está proporcionando un sentido multidimensional a la información y a la comunicación. El auge y la difusión de la informática, el despegue de la Red ha dado entrada a una multiplicidad de signos y lenguajes. La cultura necesita ser interpretada desde múltiples perspectivas posibles porque se ha multiplicado la información generándose una sensación de que el conocimiento es cada vez más inabarcable. Por un lado, se producen distintas formas de expresión en las que convergen lenguajes y formatos (textos verbales, sonidos, gráficos, imágenes fijas y en movimiento que al digitalizarse pueden ser transformados, combinados, estructurados, recreados...); por otro, se disfruta de una mayor facilidad para la transmisión de las informaciones y el conocimiento, al mismo tiempo que se puede acceder a éste de manera inmediata y en tiempo real.

La alfabetización digital ampliaría el concepto de alfabetización audiovisual para extender el desarrollo de las competencias mediáticas, es decir de codificación y decodificación de los lenguajes que se emplean en los distintos tipos de texto (muchos de ellos hipertextos, multimedia) en un contexto cultural en el que el conocimiento se percibe y construye a través de fuentes muy variadas, cada vez más digitalizadas, en red, sin fronteras y a una velocidad de vértigo. No se trata sólo de adquirir conocimientos sin más, sino de fomentar técnicas y procedimientos que permitan la integración, la reestructuración, la asimilación para la propia producción que, en definitiva, es la mejor manera de crear y generar el conocimiento.

Conceptualización de la educación en medios de comunicación

La educación en medios de comunicación no puede reducirse al uso de los medios en cuanto tecnologías al servicio del proceso de enseñanza-aprendizaje, por muy interesantes y didácticas que éstas puedan ser, o por lo mucho que motiven y faciliten este proceso, ni tampoco es posible entenderla como una formación específica para el ejercicio de determinadas profesiones en el campo de las comunicaciones sociales. Su sentido y finalidad ha de ser la formación de la conciencia crítica y el desarrollo de actitudes activas y creativas.

Concretamente, la educación en medios de comunicación, en el marco de una enseñanza de calidad, tendrá que definirse atendiendo a:

- Las expectativas que el alumnado tiene en cuanto a los medios. No se trata tanto de defenderlos de ellos, ya que aunque es cierto el uso y abuso indiscriminado que se hace de los mismos, no se deben obviar las enormes ventajas de su expresión y comunicación.
- El análisis del contenido y la relación que mantiene el sujeto receptor con los medios de comunicación, de manera que se pueda establecer una confrontación entre la propuesta cultural de los medios □ como parte de la sociedad □, y las percepciones espontáneas que se puedan tener, para esclarecer con ello las convergencias y divergencias.
- La formación de personas que sean conocedoras de los nuevos lenguajes audiovisuales-digitales-mediáticos de nuestra sociedad y sean capaces de apropiarse críticamente de ellos y de emplearlos creativa y activamente como canales personales de comunicación.
- Una acción pedagógico-didáctica, adecuadamente organizada que promueva una actitud crítica, una comprensión de estos lenguajes, de la estructura y función que los medios representan y además incentive las capacidades y actitudes de los aprendices.
- Una concepción globalizada del fenómeno educativo en su doble interacción con los medios, como objeto de estudio dentro del ámbito de la enseñanza

reglada y como instrumento al servicio de un modelo alternativo de comunicación educativa.

La UNESCO, en 1979, establecía una definición que se ha considerado como el patrón de referencia para este ámbito de conocimiento:

Todas las formas de estudiar, aprender y enseñar a todos los niveles (...) y en toda circunstancia, la historia, la creación, la utilización y la educación de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas, así como el lugar que ocupan los medios de comunicación en la sociedad, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizada, la participación, la modificación que producen en el modo de percibir, el papel del trabajo creador y el acceso a los medios de comunicación (Unesco, 1984: 8).

En nuestro contexto, la educación en medios de comunicación se ha definido como la educación de los estudiantes para que sean receptores críticos, selectivos y activos ante los mensajes que reciben a través de los distintos medios de comunicación, de manera que en el centro se desarrolle una verdadera «cultura comunicativa».

Los destinatarios pueden ser:

- Los maestros y profesores de todos los niveles del sistema educativo y de todas las especialidades curriculares.
- Los estudiantes expuestos diariamente a una «dosis» audiovisual considerable, sin conocimiento ni análisis de estos nuevos códigos de interpretación y expresión del mundo.
- Los grupos y responsables comunitarios (educadores, animadores, asociaciones, etc.), preferentemente de ámbitos populares.

Por último, si bien hay un gran consenso mundial, tanto en la necesidad de poner en marcha programas de educación para la comunicación, como en los objetivos y metodologías, hay en cambio una gran variedad de denominaciones para titular esta importante parcela curricular.

El término «educación para los medios» empleado en Iberoamérica. Como objeción al mismo, cabe señalar que, en un estricto sentido, la palabra “medios” en castellano es excesivamente amplia en el ámbito general e incluso a escala docente, recogiendo otros recursos didácticos ajenos a la comunicación social.

En los últimos años se ha utilizado con frecuencia el término “educación en materia de comunicación”, recogiendo explícitamente el título de la traducción al castellano del libro de la UNESCO (1984): *education aux médias*, traducido por la propia Organización en el mismo año. Aunque la denominación está ya asentada, tiene como principal *handicap* la amplitud del concepto de “comunicación” que al igual que “medios” en solitario hace referencia a otras muchas realidades, además de la comunicación social y sus medios de transmisión. Como variante se encuentra el de “educación para la comunicación”, que mantiene la misma amplitud semántica, pero dando en sí cabida la educación en los medios de comunicación. Hay otras denominaciones que

en las últimas décadas han ido imponiéndose con mayor o menor asentamiento, vinculadas a la especificidad de ciertas corrientes.

El término que nos parece más genérico, “educación en medios de comunicación”, recoge, mejor que ningún otro, la traducción de la acepción que tiene en otros países la palabra inglesa *media*. Además, consideramos que la preposición «en» es la que mejor define el sentido de la inclusión de los medios de comunicación con una finalidad crítica en la enseñanza, frente al sentido finalista (y consideramos también simplista) de la preposición “para”.

Enfoques para la integración curricular de los medios: la transversalidad

La inserción curricular de la educación en medios de comunicación presenta diferentes alternativas como reflejo de las distintas corrientes y tradiciones. En síntesis, se defiende por un lado la opción de una asignatura independiente y en igualdad de condiciones con el resto de las materias curriculares, y en otra línea el tratamiento transversal, justificando la necesidad de la interdisciplinariedad, en la que los medios exceden las áreas disciplinares tradicionales.

Una enseñanza específica sobre los medios no tendría un impacto efectivo si sus métodos no se introducen en todas las otras disciplinas y no influyen en el análisis de los productos mediáticos. Sin embargo, coincidimos con Masterman (1994: 65-66) en que el estudio de los medios como disciplina específica «presenta enormes ventajas», ya que hay razones imperiosas que han llevado a los especialistas a pensar que la integración curricular de disciplinas específicas sobre la educación en los medios es la mejor manera de afianzar la educación para la comunicación, en los niveles de enseñanza superiores, mientras que en educación primaria la opción más válida parece ser su integración interdisciplinar.

De manera más concreta, el panorama de la educación en medios de comunicación y las posibilidades de integración de los medios dentro del currículum académico puede presentarse desde tres enfoques diferenciados (Area, 1995: 15):

- Área o asignatura independiente equiparable al resto de las materias del currículum, con espacios propios para su estudio, a menudo como una asignatura de segundo orden y en conflicto con otras asignaturas por sus metodologías más innovadoras.
- Contenido (conceptual, procedimental o actitudinal) dentro de los bloques de las áreas curriculares concretas. De esta forma se rompe el planteamiento global de la comunicación y en la mayoría de los casos los medios se reducen a su vertiente de auxiliares y recursos didácticos, con lo que la función que consideramos más genuina, de análisis de la comunicación contemporánea desde una vertiente activa, esto es, crítica y lúdica, se pierde. Además, esta integración parcial depende siempre de la específica preocupación del profesorado por esta área de conocimiento.

- Tema transversal a lo largo de todo el currículum. La administración educativa española, en los procesos de las reformas educativas, ha apostado decididamente por la inclusión de la educación en medios en los diseños curriculares del Ministerio y en los de la mayoría de la Comunidades Autónomas. Tanto los objetivos de etapas y ciclos, como los de las distintas áreas recogen implícita y explícitamente □ aunque de una manera muy desigual □ la necesidad del uso de los medios de comunicación como nuevos contenidos relevantes, como lenguajes de comprensión e interpretación de la realidad y como nuevos medios al alcance de la mano. Sin embargo, la educación en medios de comunicación no aparece formalmente como un área transversal, junto a los otros ámbitos reconocidos como tales, esto es, la educación ambiental, la educación del consumidor, la educación para la paz, etc.

La inclusión o no de la educación en medios de comunicación como eje transversal del currículum refleja un modelo concreto de concepción de la enseñanza, así como un tipo definido de conceptualización del uso didáctico □ global o parcial □ de los medios de comunicación en el aula.

El tratamiento de los medios de comunicación, para el acercamiento de los alumnos a la realidad cotidiana, no se limita sólo a contenidos informativos o conceptuales, sino que debe estimular y atender, puesto que sus características lo facilitan, con una dinámica didáctica adecuada y centrada en el alumno, la motivación, los valores, la interculturalidad, el pensamiento crítico, la actitud investigadora, la interdisciplinariedad y el descubrimiento y la creación de sus propios mensajes de respuesta al medio.

Metas y finalidades de la educación en medios de comunicación

Si partimos de la base de que cualquier proceso de enseñanza-aprendizaje requiere una planificación, es evidente la necesidad de justificar cuáles son los objetivos de la integración curricular de los medios, admitiendo que las aspiraciones de la educación en medios de comunicación no pueden ser esencialmente conceptuales, sino más bien actitudinales y valorativas.

El aspecto clave que justifica la educación en medios es el desarrollo de la capacidad de análisis y crítica del alumno y para ello habrá que favorecer una toma de conciencia ante los medios, que facilite esa necesaria distancia para apreciar los mensajes de estos. En consecuencia la tarea verdaderamente importante y difícil del profesor de medios será fomentar en sus alumnos la confianza en sí mismos y la madurez crítica suficientes para que puedan aplicar sus juicios de valor. Por tanto los objetivos irán encaminados a:

- Descubrir los mecanismos, simbolismos y estrategias que emplean los medios para construir la realidad y seducirnos.

- Seleccionar y descubrir las intenciones ocultas y valores que los medios, con una aureola de transparencia, transmiten.
- Identificar y comprender las principales funciones y propósitos de los medios, especialmente, la información, la formación y el entretenimiento.
- Conocer el funcionamiento de los medios, el modo en que se constituyen como industrias culturales, los intereses y poderes asociados y su papel en la sociedad.
- Desarrollar la creatividad, la innovación y la cooperación, utilizando la expresión y comprensión de los medios como nuevos lenguajes de comunicación.
- Utilizar técnicas de investigación y documentación, mediante la búsqueda, selección, e interpretación de la información.
- Educar para el pluralismo y la tolerancia, a través del contacto con la diversidad de culturas, de expresiones y de formas de vida, y, al mismo tiempo, proporcionar una visión de la vida.
- Introducir una metodología participativa en el aula con múltiples recursos, estableciendo cauces de información y comunicación entre los distintos miembros de la comunidad escolar y líneas de cooperación e intercambio con el exterior.
- Crear espacios educativos que faciliten el aprendizaje, mediante el acceso a la información y a la producción de comunicación por parte de profesores y alumnos.
- Valorar la función social de los medios de comunicación de masas y de los nuevos medios técnicos y su importancia como instrumentos de cooperación y solidaridad.

En definitiva, la educación en medios deberá plantearse como una educación “multidimensional” que:

- Sitúe al alumno ante el proceso de la comunicación como emisor activo y como receptor crítico.
- Fomente la creatividad y sensibilidad hacia los nuevos lenguajes.
- Enseñe a decodificar sus códigos y a analizar críticamente sus contenidos.
- Enriquezca los criterios de juicio, aumentando su autonomía y distanciamiento ante los mensajes de los medios, abriendo nuevas perspectivas hacia otras culturas.
- Favorezca la expresión y comunicación mediante el lenguaje audiovisual, con la creación y elaboración de productos mediáticos.
- Desarrolle la socialización y la participación, en una actitud de apertura, de plena libertad de expresión y de rechazo de todo adoctrinamiento desde los medios.

Los contenidos del ámbito de conocimiento de la educación en medios

El proceso de enseñanza-aprendizaje que determina la educación en medios de comunicación requiere una selección de contenidos acorde con un modelo de aprendizaje en el que la recepción, la reflexión y la acción/respuesta sean los ejes fundamentales, de tal manera que las tres grandes dimensiones en las que se han de delimitar los contenidos de los medios sean: la recepción, su análisis y el desarrollo de destrezas comunicativas y expresivas.

Considerar los medios como simples instrumentos tecnológicos facilitadores de la enseñanza, nos aleja de los modelos conceptuales que establecen como elementos clave de la educación en medios de comunicación el estudio de la semiótica, la ideología, los contextos sociales de la producción y el consumo y el público destinatario, además del planteamiento de transversalidad. Ello supone una concepción reduccionista de la educación en medios de comunicación que ha traído consigo la separación artificial del uso de los medios (prensa, por un lado; y las llamadas «nuevas tecnologías», por otro) sin permitir entrar en profundidad en una visión global de la comunicación y en las aportaciones que este eje transversal, como ámbito de conocimiento específico.

Sin embargo, parece claro, a la luz de las más recientes corrientes e investigaciones, que la educación en medios comprende unos nuevos lenguajes, con nuevos códigos de lectura, de comprensión e interpretación, que van más allá de la suma del lenguaje escrito con el visual, y que suponen por ello una auténtica revolución comunicativa, al aportar una nueva codificación de la realidad, más allá de los propios medios. En consecuencia, engloba necesariamente también todo el conjunto de tecnologías de la información y la comunicación que progresivamente van sumándose a la vida diaria, gracias al impresionante avance de las ciencias. Son estas tecnologías punta las que sin duda han ido configurando este nuevo marco de conocimiento y estos nuevos lenguajes. Ahora bien, teniendo presente que los instrumentos materiales no son más que la base y los soportes, que responden a una realidad mucho más compleja, pues su uso no tiene sentido si no es encuadrado dentro de un contexto más amplio, como es el de la comunicación del mundo moderno, con sus nuevos lenguajes y medios y su novedosa conceptualización de la realidad.

Por todo ello, una óptima propuesta de la educación en medios debe centrarse en:

- Las fuentes, los orígenes y los factores determinantes de las construcciones de los medios: ¿quiénes deciden que un hecho sea noticia?, ¿por qué interesan unas guerras o conflictos más que otros?, ¿por qué se bebe «coca cola» o se comen hamburguesas en todo el mundo?...
- Las técnicas y los códigos empleados por los medios de manera predominante para convencer de la verdad de sus representaciones: rapidez, actualidad, color, movimiento, sonido, impacto, imagen...

- La naturaleza de la realidad construida por los medios y los valores implícitos en sus representaciones: engaño, espectáculo, belleza, lujo, estereotipos...
- Las maneras en que las audiencias leen y reciben las construcciones de los medios.

Bibliografía

- Aguaded, J.I. (2001). *Medios de comunicación en las aulas*. Huelva: Universidad de Huelva, Grupo de Investigación Ágora.
- Aguaded, I.; Fandos, M. (2008a). Web 2 (y 3).0 desde una óptica empresarial [artículo on line]. EDUTEC, *Revista Electrónica de Tecnología Educativa*. Núm. 26/Julio 2008. [Fecha de consulta: 04/03/2009]. <http://edutec.rediris.es/revelec2/revelec26/>
- Aguaded, I.; Fandos, M. (2008b). Blended Learning: The Key to Success in a Training Company [artículo en línea]. ITDL. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, Vol 5. Num. 8. [Fecha de consulta: 26/11/2008]. http://www.itdl.org/Journal/Aug_08/article04.htm
- Area, M. (1995). La educación de los medios de comunicación y su integración en el currículum, en *Pixel-Bit*, 4; 5-19.
- Fandos, M. (2007). *La telemática en los procesos educativos. Educans: una plataforma abierta para la educación secundaria obligatoria*. Tesis doctoral. Universidad de Huelva.
- Martín Barbero, J. (1999). La educación en el ecosistema comunicativo, en *Comunicar*, 13; 13-21.
- Masterman, L. (1993). *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid : La Torre. (Traducción española de *Teaching the media*).
- Masterman, L. et Mariet, F. (1994). *L'éducation aux médias dans l'Europe des années 90*. Strasbourg: Conseil d'Europe.
- Pérez Tornero, J.M. (2000). Las escuelas y la enseñanza en la sociedad de la información, en Pérez Tornero, J.M. (Comp.): *Comunicación y educación en la sociedad de la información*. Barcelona : Paidós; 37-57.
- UNESCO (1984). *La educación en materia de comunicación*. París: UNESCO.

