



Comunicar 24

**T**emas  
 monográficos  
Subjects

## Educación en comunicación

Hacia un currículum iberoamericano

Media Education  
Towards an iberoamerican curriculum

# Presentación

---

## Hacia un currículum iberoamericano de educación en comunicación

*Towards an iberoamerican curriculum in Media Education*

*Mar de Fontcuberta  
Pontificia Universidad Católica de Chile*



Los países iberoamericanos transitan hacia la construcción de la sociedad del conocimiento. Una de las características de dicha sociedad es el doble papel que juegan los medios de comunicación: en primer lugar como vehículos a través del los cuales circula gran parte de ese conocimiento. En segundo lugar, como agentes educativos, que se suman a los tradicionales de la escuela y la familia.

Aunque la educación en medios ha sido objeto de estudio desde hace muchos años, con denominaciones diferentes, actualmente se ha visto la necesidad de un cambio de estrategia. En el campo educativo los medios fueron vistos en un principio como una amenaza a la acción de la escuela o, en el mejor de los casos, un estorbo. La educación en medios comenzó históricamente adoptando un espíritu defensivo: se trataba de «proteger» a los niños. De acuerdo con ello el acento se puso en la denuncia de los mensajes mediáticos y de los valores erróneos que transmitían con el fin de que los jóvenes aprendiesen a rechazarlos. Sin embargo, en la actualidad la perspectiva es otra: se trata de «preparar» al niño a comprender la cultura que le rodea y a participar en ella activamente. En ese sentido el objetivo es la comprensión, el análisis crítico y, progresivamente, la producción de medios realizada por el propio alumno. La Conferencia de Viena, organizada por la Unesco en 1999, consideró que la educación en medios forma parte del derecho fundamental de todo ciudadano, en cualquier país del mundo, a la libertad de expresión y el derecho a la información, contribuyendo a establecer y mantener la democracia.

La revista «Comunicar» ha sido pionera en ese propósito. Y lo sigue siendo a la hora de emprender un nuevo desafío: el de abrir sus páginas a toda Iberoamérica. La globalización no es un concepto abstracto; supone ampliar horizontes, establecer contactos y conocer realidades que, aunque lejanas, tienen muchos puntos en común. En el contexto internacional se ha visto la necesidad de renovar la mirada sobre la educación en medios a partir de dos supuestos fundamentales: a) debe ser impulsada desde una perspectiva tanto global como local; y b) ha de implicar a varios actores como gobiernos, administraciones públicas, instituciones educativas, padres, y ciudadanos en general. Desde esa perspectiva trabaja la Unesco desde 2002.

En el contexto del I Congreso Iberoamericano de Comunicación y Educación «Luces en el laberinto audiovisual», celebrado en Huelva en octubre del 2003, se llegó al acuerdo de iniciar el proyecto «Hacia un currículum iberoamericano en educación en medios». El objetivo era generar un marco de referencia que hiciese posible la construcción de modelos para insertar la educación en medios desde los niveles básicos hasta la formación del profesorado. Para su realización se acordó un trabajo conjunto entre expertos y universidades cuyos primeros pasos fueron la elaboración de un primer informe sobre la

# Presentación

situación de la educación en medios en Iberoamérica, tanto en el ámbito curricular como en el de experiencias edu-comunicativas, y el envío de un cuestionario a expertos sobre el tema.

El presente monográfico de «Comunicar» está dedicado a ese tema. Patricia Castillo y Luciana Gastaldi, del Gabinete de Comunicación y Educación de la Universidad Autónoma de Barcelona, presentan un amplio resumen del informe preliminar sobre el estado de la educación en medios en los distintos países de iberoamericanos. Una de las primeras conclusiones es que, a pesar de la importancia que tienen los medios en relación con la educación, no existe en Iberoamérica una conciencia generalizada de la necesidad de abordar su estudio. Hay muy pocos ejemplos de una educación sistemática en ese sentido. En eso coinciden los expertos que respondieron a la encuesta, tal como explica el artículo de Myrna Gálvez, de la Pontificia Universidad Católica de Chile. La gran mayoría establece que los medios deben ser objetos de estudio.

Sin embargo, la realidad indica que en general no se contemplan desde esta importante dimensión sino más bien como fuentes de información, de entretenimiento, como herramientas pedagógicas y/o recursos didácticos. Javier Arévalo, director de Medios Audiovisuales e Informática Educativa de la Secretaría de Educación Pública de México, es de la misma opinión cuando defiende la necesidad de establecer políticas de educación en medios. Aunque hay una gran tradición en ese país en ese campo y gran variedad de experiencias, el común denominador de las políticas estatales mexicanas ha sido la casi generalizada ausencia del componente de formación y actualización en el uso educativo de los medios de comunicación. Ha faltado una visión integradora que racionalice recursos, esfuerzos y tiempos.

La reciente creación de la asociación internacional en educación en medios, «Mentor», que cuenta con el auspicio de la Unesco, pretende ofrecer una respuesta a todo lo anterior. Considera que la educación en medios es una herramienta ideal para promover una conciencia crítica ante su propia cultura y una actitud positiva de participación cívica y que por ello es necesario incorporarla a los currículos académicos. Asimismo defiende que la globalización hace esencial desarrollar la cooperación entre centros de formación superior y sistemas educativos con objeto de mejorar la calidad y la innovación de la docencia. Además «Mentor» ha señalado como una de sus líneas estratégicas el establecimiento de plataformas de relación entre educadores y comunicadores. En este número se explican sus orígenes, objetivos y propuestas.

Los desafíos que deben enfrentarse en la educación del siglo XXI pasan necesariamente por un cambio de mentalidad en alumnos y en profesores. José Manuel Pérez Tornero alude a ello cuando señala que asistimos a una nueva convergencia entre lo que se ha denominado «la alfabetización digital» y la educación en medios, que supera las fronteras, muchas veces estériles, entre quienes impulsaban la formación de las nuevas tecnologías al margen de los contenidos y los que pretendían estudiar los medios sin tener en cuenta las competencias tecnológicas que requiere su producción. En efecto, el nuevo pro-



tagonismo del mundo digital en los últimos años es el que ha puesto el énfasis en el aprendizaje de la tecnología y, con ello, ha desplazado en algunos momentos el sentido crítico que siempre acompañó a la educación en medios. Sin embargo, en la medida en que los medios audiovisuales se van digitalizando, y en la misma medida en que para el desarrollo del web se están empleando técnicas y métodos de trabajo procedentes del mundo de los medios de comunicación, la conexión entre la alfabetización digital y la educación en medios es ya una realidad aunque no exenta de conflictos.

Tradicionalmente la educación en medios ha ocupado a profesores, educadores y pedagogos. Éstos pugnaban por encontrar un espacio académico para sus nuevas propuestas dentro del espacio escolar. Si embargo, en los últimos tiempos se aprecia cómo se incorporan paulatinamente nuevos actores al proceso. Manuel Pinto, director del Máster en Ciencias de la Comunicación de la Universidade do Minho (Braga, Portugal), analiza a fondo la relación entre televisión y familia desde tres dimensiones: la familia en la televisión, que estudia los modos en que la familia se convierte en objeto de representación en los programas televisivos y en la publicidad; la televisión en la familia, que contempla las prácticas y rutinas cotidianas que se establecen en el hogar en torno al televisor; y la familia frente a la televisión, que propone una serie de posibilidades de acción y de intervención para interactuar y dar respuesta al medio. Pinto recuerda que los telespectadores no son simples consumidores, sino personas con problemas, necesidades e intereses diferenciados que merecen una oferta televisiva que no se plantee sólo como negocio sino como servicio a la colectividad. Sin embargo, José Ignacio Aguaded denuncia que los medios de comunicación y su lenguaje icónico, fundamentalmente, construyen una realidad social en la que el espectáculo sin límites hipnotiza las conciencias y promueve la homogeneización del pensamiento, sin permitir la crítica de las minorías o de los disidentes de las formas culturales hegemónicas. La mayoría de los conocimientos y aprendizajes a los que el hombre de esta sociedad puede acceder está codificada básicamente en clave audiovisual, por lo que se hace no sólo necesario, sino imprescindible, saber descifrar juiciosamente sus signos y estructuras para hacer una lectura comprensiva, racional e inteligente de estos mensajes información, que implican unos contenidos y formas de leer e interpretar el mundo. Si la presencia masiva de estos medios ha cambiado la manera de conocer la realidad, filtrándola a través de una nueva realidad –la realidad mediada–, parece fundamental que las instituciones educativas eduquen en lo que se ha denominado la alfabetización audiovisual.

Hemos visto que uno de las actuales perspectivas de la educación en medios es la de preparar a los niños a participar en ella activamente. Rayén Condeza, responsable del área de televisión educativa del Magíster en Comunicación y Educación de la Pontificia Universidad Católica de Chile, explica una experiencia piloto desarrollada en una escuela de escasos recursos, que llevó a un niño que jamás había salido de su pequeña y aislada localidad a participar en la IV Cumbre Mundial de medios para Niños y Adolescentes celebrada en Río de Janeiro en mayo de 2004. Por último, Francisco Fernández, coordinador del área multimedia del mismo Magíster, a partir de un estudio internacional sobre los usos de Internet afirma, de acuerdo a la situación chilena, que la denominada brecha digital no siempre se debe a la falta de recursos tecnológicos, sino a la ausencia de destrezas del usuario o a barreras psicológicas. Asimismo introduce el concepto de «inclusión digital» y muestra experiencias que proponen la incorporación de personas y grupos, muchas veces marginados, socialmente, a una cultura transversalmente cruzada por las nuevas tecnologías.