

- José Manuel Pérez Tornero
Barcelona

Hacia un nuevo concepto de educación en medios

Towards a new concept of media education

Se están produciendo grandes cambios en el ámbito de la educación en medios en el contexto iberoamericano. Hay nuevos actores, nuevos lenguajes y nuevas estrategias. Ello hace necesario reflexionar y renovar los fundamentos teóricos y las prácticas existentes en ese campo.

Many changes are in progress in the field of media education in Latin American context. These changes have made possible that we can find new actors, new languages and new strategies. This situation implies the need to think about new issues and to renovate the basis of the theory and practice in this field.

DESCRIPTORES/KEY WORDS

Cambio, educación en medios, renovación, convergencia digital.
Change, media education, need of renovation.

A la vista del «Informe sobre la educación en medios en Iberoamérica», hay que reconocer que se están produciendo grandes cambios en su concepción misma en el contexto del ámbito iberoamericano. No será el objetivo de este texto completar una sistematización detallada de este cambio, ni dibujar con perfiles muy precisos el nuevo paradigma que parece estar surgiendo. Lo que se pretende es, sencillamente, iluminar algunos de los aspectos que, dentro de la realidad iberoamericana, están componiendo la figura de esta nueva conceptualización. Desde nuestro punto de vista, se trata de una realidad emergente que presagia una nueva época para la edu-

❖ José Manuel Pérez Tornero es director del Máster de Comunicación y Educación de la Universidad Autónoma de Barcelona (España) y secretario general de la Asociación Internacional de Educación en Medios Mentor (g.comunicacio.educacio@uab.es).

cación en medios. Los cambios que pueden percibirse tiene que ver con: a) la naturaleza de los medios y los lenguajes que se tratan; b) los actores implicados en el proceso de educación; c) las estrategias aplicadas y las fuentes de recursos implicados.

1. La convergencia digital

Por lo que hace a la naturaleza de los medios, puede verse cómo en casi todos los países estudiados se constata la fuerte irrupción del «mundo digital» y especialmente de Internet. Hace unos años, y seguramente por la fuerza de los hechos, la educación en medios se preocupaba de los medios de masas tradicionales: la prensa –seguramente, por su fácil incorporación (incluso desde el punto de vista físico) al trabajo del aula–, la radio, el cine y la televisión, por la tremenda importancia que ésta tenía y sigue teniendo en la vida cotidiana. Sin embargo, hoy día Internet y la web están ocupando un lugar esencial en la educación en medios.

Esta emergencia del mundo digital ha sido notoria y, en muchos contextos y geografías, se ha empezado a hablar de «alfabetización digital o de formación en nuevas tecnologías», queriendo así, de alguna manera, marcar distancias con lo que es y ha sido la tradicional educación en medios. En muchos países se constata que los programas o departamentos de educación en medios fueron quedando, a veces, relegados y pasaban a un segundo plano y, en todo caso, separados de los nuevos programas o departamentos creados para atender la formación en nuevas tecnologías y a la alfabetización digital. Esta separación o división de funciones ha llevado en ocasiones al conflicto entre las posiciones de los adscritos a uno u otro departamento y a polémicas, las más de las veces estériles. El nuevo protagonismo del mundo digital es el que, de alguna manera, ha dado más énfasis a las cuestiones tecnológicas o a las puramente informáticas y, con ello, ha desplazado en algunos momentos el sentido crítico que siempre acompañó a la educación en medios.

No obstante, en los últimos tiempos, se aprecia una nueva convergencia. A 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 mediático tradicional (por ejemplo, en lo que se refiere a la creación audiovisual o al periodismo), la conexión entre la alfabetización digital, de un lado y la educación en medios, por otro, es ya una realidad. Poco a poco van quedando atrás las separaciones estériles y se produce un reencuentro entre el sentido crítico de la educación en medios tradicional y los nue-

vos objetos y estilos que exige el mundo digital. De este modo, está surgiendo una nueva educación en medios que no sólo asume lo que ya ha aportado la educación en medios tradicional, sino que incorpora todo el acervo de conocimientos y actitudes ligadas a las nuevas tecnologías o a la denominada alfabetización digital.

El camino inexorable hacia esta convergencia se está apreciando, por ejemplo, en la organización del ILCE en México, el CNICE en España o la síntesis del PEMAV e Informática Educativa en un mismo departamento dentro de la Consejería de Educación de la Generalitat de Catalunya. Pero síntomas cercanos se aprecian en la organización del trabajo en Brasil, Chile y otros países iberoamericanos.

La convergencia entre la tradicional educación en medios y la alfabetización digital tiene, no obstante, algunos desafíos que enfrentar y algunos obstáculos que superar.

El principal de los retos que se nos plantea es la necesidad de renovación del conocimiento semiótico implicado en la educación en medios: si bien hasta hace poco se trataba de incorporar a la educación en medios el conocimiento disponible sobre el lenguaje textual y el lenguaje de la imagen, se trata ahora de incorporar lo que se sabe sobre el lenguaje de la informática, del multimedia interactivo y de la realidad virtual.

Un segundo reto, de menos envergadura teórica, pero de grandes consecuencias prácticas, consiste en pasar de lo que podemos denominar la situación de espectador crítico al de persona participante. Durante mucho tiempo, la tradicional educación en medios, enfrentada al objeto de los medios de masas, procuraba siempre formar espectadores o receptores críticos ante los medios, con competencias de descifrar y analizar el trasfondo de los mensajes que recibía; tal era la práctica imposible de convertirse en emisor en el contexto de los medios de masas. Sin embargo, Internet y las nuevas tecnologías han cambiado seriamente el contexto; hoy día con pocos medios una persona interviene como emisor, participa en relaciones de comunicación interactiva y se convierte con facilidad en creador y autor. La nueva educación en medios, tiene, por tanto, que cambiar su enfoque y potenciar la pedagogía de la acción-comunicativa y de la participación. En este sentido, los viejos enfoques de la resistencia –recuérdese la idea de la «guerrilla semiótica» de un Barthes y un Eco– o los viejos modelos que preconizaban la negociación con los mensajes –recuérdense las propuestas de un Stuart Hall o de David Morley– sin perder del todo su valor –sobre todo, porque los medios masivos siguen gozando de un poder

extraordinario—, tienen que convivir con modelos más interactivos y más creativos.

2. Familias, reguladores, ONGs y medios

En lo que se refiere a los actores implicados en el proceso de educación, se están produciendo cambios dignos de tener en cuenta dentro del contexto iberoamericano. 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. Sin embargo, en los últimos tiempos, y a la vista de muchas de las experiencias reseñadas en nuestro informe, se aprecia cómo se incorporan paulatinamente nuevos actores institucionales y colectivos al proceso de educación en medios.

En primer lugar, hay que señalar la progresiva concienciación de madres, padres y tutores. Mediante asociaciones y actividades colectivas, las madres y padres están aumentando su conciencia sobre la importancia de la educación en medios y especialmente de la atención que merece la consideración del uso que sus hijos hacen de la televisión y los videojuegos. Surgen de este modo movimientos ciudadanos que alertan sobre los peligros de los medios —especialmente sobre la violencia y el consumismo, así como sobre la obscenidad de muchos contenidos— y reclaman educación en medios. Una educación en medios que tiene que implicar no sólo a maestros y profesores, sino a las familias y tutores.

En segundo lugar, la implicación de lo que podemos denominar entidades reguladoras de los medios se hace más palpable en el terreno de la educación mediática. Se trata de entidades que reciben el mandato de regular la ordenación del espacio comunicativo, especialmente por lo que hace al audiovisual y la televisión, y que progresivamente, en muchos países diferentes —Colombia, España, Chile y otros— están implicándose activamente en la promoción de la educación mediática. Este fenómeno es especialmente palpable en todo aquello que se relaciona con los niños y la televisión y se ampara en la preservación de los derechos de los niños que tiene que ver con la comunicación. Ejemplos de esta actitud la encontraremos en los tra-

bajos sobre la programación infantil realizada por la autoridad reguladora de la televisión en Chile y en Colombia, que han promovido materiales didácticos sobre el uso de la televisión, y proposiciones y consejos a los educadores y a las familias. Lo encontraremos también en actividades promovidas por el Consell del Audiovisual de Catalunya y en algunas iniciativas de entidades estatales o paraestatales mexicanas, entre otros.

En tercer lugar, y muy en relación con los movimientos anteriores, cada vez es más notoria la implicación de organizaciones no gubernamentales ligadas al mundo de la infancia que se interesan, promueven y defienden la educación en medios. Es éste un movimiento que si bien tiene una enorme importancia en los países nórdicos europeos y en el contexto anglosajón gana más adeptos cada día en el contexto iberoamericano, especialmente en países como Brasil, Portugal, Chile, México y Argentina.

Finalmente, hay que citar por su significado la importancia creciente que la actividad de los medios está

En los últimos tiempos, se aprecia una nueva convergencia. A 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 mediático tradicional (por ejemplo en lo que se refiere a la creación audiovisual o al periodismo), la conexión entre la alfabetización digital, de un lado, y la educación en medios, por otro, es ya una realidad.

teniendo en la promoción de la educación mediática. Si hasta hace bien poco era apenas la prensa la que había promocionado este tipo de actividad —a destacar, la actividad de la prensa en la escuela en Argentina, Chile, Colombia, Portugal y España entre otros—, hoy en día la implicación de los nuevos medios es notoria. Las televisiones públicas, de carácter estatal, regional o local, están cada vez más implicadas en la educación en medios. Algunos de estos medios están creando espacios y programas que tienen por objeto aumentar la cultura sobre el audiovisual y el conocimiento de los medios. Algunos son simples espacios de debate y de

discusión, otros incorporan nociones sobre el lenguaje mediático y sirven como instrumentos de pedagogía crítica, y una buena parte de ellos están respondiendo a los nuevos retos que presenta la alfabetización digital.

La participación de nuevos actores con nuevas actitudes, estilos y prioridades, en la educación en medios va a provocar en un futuro inmediato cambios de trascendencia. La educación en medios va a pasar del contexto formal escolar a nuevos territorios de educación informal y de la vida cívica, con todo lo que ello puede significar de innovación. Sobre todo, a partir de ahora, se verá cómo la educación en medios será una responsabilidad compartida entre actores y contextos diversos y una dimensión más de la formación cívica y ciudadana.

3. Nuevas estrategias y recursos

Las estrategias implicadas en la educación en medios están cambiando también. La pedagogía de la instrucción y de la lectura crítica, que sigue teniendo en sí misma una importancia decisiva, abre paso –sobre todo en el terreno de los nuevos medios– a la pedagogía de la creación y de la participación. La crítica al consumo pasivo de la televisión está abriendo paso a la enseñanza de nuevas modalidades de apropiación del instrumento televisivo, sobre todo a las capacidades que concede el vídeo y los nuevos sistemas digita-

les. Lo mismo está ocurriendo con la radio o la prensa –especialmente en lo que se refiere a su incorporación al medio Internet– y, en general, con las nuevas configuraciones mediáticas provocadas por la digitalización.

Este nuevo modelo más creativo y participativo coincide en el tiempo con las tendencias señaladas más arriba: incorporación de nuevos objetos, de nuevos actores y contextos. En su conjunto está creando las condiciones para la aparición de una nueva dimensión metadiscursiva sobre el discurso de los grandes medios (la relación que se establece, por ejemplo, entre el weblog y el diario convencional) que promueve un nuevo estilo de educación en medios. Los profesores y los educadores se transforman a su vez en comunicadores, y enseñan a los estudiantes a convertirse también en comunicadores. Los colectivos no se resignan a ser críticos o a denunciar abusos, sino que crean nuevos circuitos comunicativos, todo ello anuncia grandes cambios y abre nuevas oportunidades.

En relación con ese cambio global que ahora se percibe en la educación en medios, es obvio que se requerirá un cambio teórico efectivo. En esencia se trata de pasar de modelos teóricos que han acompañado el desarrollo de los medios de masas, a los modelos adaptados y ajustados al nuevo contexto de la interactividad y de la comunicación digital. Pero este tema requerirá, en otra ocasión, una atención especial.

No gastes todo lo que tienes
 No creas todo lo que oyes
 No digas todo lo que sabes
 Porque si gastas todo lo que tienes
 Crees todo lo que oyes
 Y dices todo lo que sabes
 Gastarás lo que no tienes
 Creerás lo que no debes
 Y dirás lo que no sabes

Proverbio árabe

