

● Hyeon-Seon Jeong y otros
Seúl (Corea del Sur)

Solicitado: 25-04-08 / Recibido: 30-12-08
Aceptado: 01-02-09 / Publicado: 15-03-09

DOI:10.3916/c32-2009-02-007

Historia, política y prácticas de la educación en medios en Corea del Sur

History, Policy, and Practices of Media Education in South Korea

RESUMEN

Los autores parten de los antecedentes históricos y sociales de la educación en medios coreana, la cual tiene sus raíces en actividades de participación civil en los ochenta. Luego, discuten las políticas legales y gubernamentales en educación en medios, fijando su atención en el Acta de Difusión y los diversos programas elaborados por organizaciones gubernamentales, particularmente aquéllas bajo el Ministerio de Cultura. También brindan buenos ejemplos de prácticas de educación en medios por grupos de educadores, asociaciones de la sociedad civil y la industria mediática, además de presentar los últimos cambios en el recién reformado Plan de Estudios Nacional, el cual incluye algunos elementos de alfabetización mediática. Concluyen señalando la necesidad de una política más consistente en alfabetización mediática y un foro para activar la discusión sobre el tema.

ABSTRACT

The authors begin by providing the historical and social background of Korean media education, which has its roots in civil participation activities in the 1980s. Then, they discuss the legal and governmental policies on media education, focusing on the Broadcasting Act and the diverse programs provided by governmental organizations, particularly those under the Ministry of Culture, Sports and Tourism. They also provide good examples of media education practices by groups of teachers, civil society associations and the media industry, in addition to introducing the recent changes in the newly reformed National Curriculum, which includes some elements of media literacy. They conclude by pointing out the need for a more consistent policy on media literacy and a forum to activate discussion on the topic.

PALABRAS CLAVE / KEY WORDS

Educación en medios, alfabetización mediática, plan de estudios, asociaciones, industria mediática, producción.

Media education, media literacy, media environment, curriculum, civil society associations, media industry, media production.

◆ Dr. Hyeon-Seon Jeong es profesor en la Gyeongin National University of Education (hyeonseon@gmail.com); Dr. Jung-Im Ahn es profesor de la Seoul Women's University (jiahn@swu.ac.kr); Dr. Ki-tai Kim es profesor de la Honam University (kkt0007@hanmail.net); Dr. Gyongran Jeon es profesor de la Dong-Eui University (jeongr@freechal.com); Dr. YounHa Cho es profesor de la Ewha Womans University (hanrover00@naver.com); Dr. Yang-Eun Kim es lector en la Chung-Ang University (archekim@hanmail.net).

1. Antecedentes históricos y sociales

La educación en medios en Corea del Sur se ha desarrollado de una manera muy autárquica y «sui generis». Proviene del movimiento de espectadores de televisión que fue lanzado en los primeros años de los ochenta para adquirir la soberanía del espectador sobre las televisoras públicas. En 1980, un autoritario régimen dirigido por líderes militares arribó al poder y apretó su control sobre la prensa. Tras la oposición a la opresión política, un movimiento cívico rechazó el pago de la cuota de suscripción a KBS (sistema de difusión de Corea), que era y aún es el medio público líder de Corea. Empezada en abril de 1986, esta campaña, llamada «Movimiento contra la cuota de suscripción a KBS», fue dirigida por organizaciones religiosas (incluyendo cristianas) y organizaciones de mujeres. Este movimiento fue apoyado por un 80% de la población coreana durante aproximadamente tres años. Durante el transcurso de la campaña, activistas mediáticos transformaron esta reivindicación en un movimiento de audiencia de televisión a nivel nacional. Grupos religiosos como el YMCA (Asociación Cristiana de Jóvenes) y organizaciones de mujeres, como la Liga de Mujeres Coreanas, participaron activamente en incrementar la conciencia de la audiencia de televisión. Análisis de contenido, análisis crítico y participación activa fueron los principales enfoques usados para educar a los televidentes. De esta forma, la historia de la educación en medios en Corea del Sur está enraizada en este movimiento cívico de espectadores de televisión (Kim, K-T, 2004 y 2007).

En las postrimerías de 1980, Corea del Sur realizó con éxito su transición política de forma pacífica. Este cambio mejoró notablemente la libertad de prensa, debido a la introducción de más canales de televisión comercial y menor presión en la televisión pública. Estas mejoras en el ambiente político y mediático afectaron a las prácticas de educación en medios, ya que las asociaciones de la sociedad civil empezaron a centrarse más en la educación de niños y gente joven, más que en la educación de televidentes. Los maestros de escuela empezaron a enseñar educación en medios, aunque principalmente a través de actividades extracurriculares, carentes de un método definido. Desde mediados de los noventa, el interés de la gente joven en la producción de películas y vídeos se ha incrementado con el uso popular de videocámaras digitales. Muchos jóvenes han aprendido habilidades de producción de vídeos a bajo costo en centros juveniles subvencionados por gobiernos locales. Como respuesta al interés de la gente joven en la producción de películas y vídeos, el YMCA en Seúl ha estado llevando a

cabo el «Festival de Vídeo de la Juventud», anualmente, desde 1998 (Seúl YMCA, 2007). La Sociedad Coreana de Educación en Medios empezó a celebrar su congreso nacional en 1997, con el fin de proveer un foro para educadores, consumidores, activistas y profesores para compartir sus experiencias y debatir temas.

Desde 2000, el panorama comunicativo en Corea del Sur ha estado cambiando con el rápido desarrollo de los nuevos medios, tales como Internet, teléfonos móviles, difusión de medios digitales (Digital Multimedia Broadcasting) y la televisión por Internet (IPTV, Internet Protocol Television). La encuesta a nivel nacional de usuarios de medios, realizada a finales de 2006, reveló que los coreanos ven la televisión dos horas y media por día, usan Internet media hora, escuchan la radio 37 minutos y leen periódicos y revistas 25 y 7 minutos, respectivamente (Kim, K-T., Kang & otros, 2007). En agosto de 2007, había 35 millones de usuarios de Internet, 15 millones de suscriptores a la red de banda ancha y 45 millones de usuarios de teléfonos móviles entre una población coreana de 50 millones de personas (Agencia de Desarrollo de Internet Nacional de Corea, 2007). Mientras los medios tradicionales, tales como periódicos y televisión, aún ejercen una poderosa influencia en la sociedad coreana, el impacto social de los medios digitales está siempre creciendo. Estos cambios en el ambiente de los medios influyen en el contenido y la naturaleza de la educación en medios ya que se está enfocando más en el uso de cámaras digitales, Internet, juegos de computadora y teléfonos móviles (Kim, Y-E., 2008).

2. Sistemas legales y políticas gubernamentales

A pesar de que la educación en medios empezó en Corea como un movimiento cívico, hubo pocos apoyos gubernamentales o legales en la etapa inicial. Sin embargo, durante los últimos diez años, organizaciones gubernamentales, bajo el Ministerio de Cultura y la Comisión de Protección a la Juventud, han apoyado activamente programas de educación en medios, desarrollando materiales de aprendizaje, y conduciendo investigaciones en esta área. Los esfuerzos hechos por la Comisión de Comunicación Coreana (KCC, Korean Communication Commission), organismo de regulación de la difusión y las telecomunicaciones, así como de organizaciones gubernamentales bajo el Ministerio de Cultura, Deportes, y Turismo, tales como la Fundación de Prensa de Corea, o KPF (Korea Press Foundation), el Instituto Coreano de Difusión, o KBI (Korean Broadcasting Institute) y el Servicio de Educación en Artes y Cultura Coreano (KACES, Korea Arts

and Culture Education Service) son particularmente dignos de mencionarse.

El apoyo gubernamental a la promoción de la educación en medios pretende mejorar los derechos de la audiencia en éstos. La mayoría de los programas de apoyo son llevados a cabo en forma de ayuda financiera y en infraestructuras, incluyendo fondos para gastos en actividades de educación en medios de organizaciones no gubernamentales, entrenamiento de educadores mediáticos y su participación en las escuelas, proporcionando programas de formación continua para educadores de escuelas, publicando y distribuyendo libros de texto mediáticos, y más ampliamente, el establecimiento y dirección de centros mediáticos de acceso público. De esta manera, la educación en medios está desarrollándose mayormente fuera de la escuela, en escenarios informales, o aun en el sistema formal, es impartida por educadores mediáticos que no son maestros de escuela. Los esfuerzos por apoyar la educación en medios de las organizaciones gubernamentales contrasta con los pocos esfuerzos hechos por el Ministerio de Educación, principal organismo gubernamental responsable de la educación en las escuelas. En Corea del Sur, se valora muy positivamente obtener una buena calificación en el examen de admisión a la Universidad, objetivo final de la educación escolar. En este contexto, parece ser sumamente difícil que las escuelas tomen en serio la educación en medios, ya que no está reconocida como materia independiente para el examen de admisión a la Universidad. Esta situación también explica la falta de contribución del Ministerio de Educación a la educación en medios.

2.1. El Acta de Difusión

Aunque no hay una norma importante de legislación para la educación en medios, el Acta de Difusión ha puesto los cimientos legales para el establecimiento de políticas de educación en medios. Cuando el Acta fue revisada en 2000 para integrar las anteriores Acta de Difusión y Acta de Difusión por Cable, se mejoraron los epígrafes destinados a los derechos de los telespectadores, para facilitar la participación de la audien-

cia en los programas, favoreciendo la financiación de programas de televisión con audiencia participativa y programas del tipo «Ombudsman de televisión», así como el suministro de fondos para actividades de educación en medios de asociaciones de la sociedad civil. En el Acta de Difusión revisada, la Sección 36 estipula que la KCC debe recaudar cuotas de los medios públicos y privados con el propósito de financiar proyectos para mejorar la difusión y la cultura en general. La sección 38 clarifica los usos de la financiación, estableciendo que estos fondos también deberían ser usados para la educación en medios de interés público. De hecho, estas normas legales han servido como un impulso para que las asociaciones cívicas hayan realizado actuaciones en educación en medios, en el seguimiento de programas de televisión y en la educación de los televidentes.

El apoyo gubernamental a la promoción de la educación en medios pretende mejorar los derechos de la audiencia en los medios. La mayoría de los programas de apoyo son llevados a cabo en forma de ayuda financiera y en infraestructuras, incluyendo fondos para gastos en actividades de educación en medios de organizaciones no gubernamentales, entrenamiento de educadores mediáticos y su participación en las escuelas, proporcionando programas de formación continua para educadores de escuelas, publicando y distribuyendo libros de texto mediáticos, y más ampliamente, el establecimiento y dirección de centros mediáticos de acceso público.

El Acta ha proporcionado las bases legales para que los medios tengan sistemas de protección de los derechos e intereses de los televidentes; tales sistemas incluyen la creación de guías para autorregulación, consejos de espectadores y el comité de quejas de la audiencia, junto con la producción y difusión de programas de televisión del «ombudsman», programas de participación de la audiencia y el derecho de réplica. Considerando que la política de difusión antes de la revisada Acta de Difusión estaba centrada exclusivamente en los intereses de los productores y de las empresas, el Acta revisada ha supuesto un aldabonazo en la consagración de los derechos de los televidentes (Kim, Y., 2001).

2.2 Comisión de Comunicación Coreana (KCC)

La KCC es una organización gubernamental que gestiona las políticas, administración y regulación de la difusión y las telecomunicaciones coreanas. Desde 2000, la KCC ha proporcionado soporte financiero para programas e investigación de educación en medios. El presupuesto total asignado a la educación en medios para el año fiscal de 2007 fue de aproximadamente cinco millones de dólares, el cual viene del «Fondo para el Desarrollo de Difusión», de acuerdo con el Acta de Difusión. Los mayores cometidos de la KCC se centran alrededor del soporte financiero para ONG de educación en medios, grupos de educadores, el establecimiento y dirección de centros mediáticos para televidentes locales, ayuda financiera para sociedades académicas que desarrollan libros de texto, la puesta en marcha de escuelas de educación en

de la KBI para la educación en medios están siendo implementados a través de su provisión de entrenamiento en servicio para maestros e instructores mediáticos. Lo que es particularmente digno de mencionar es que el KBI administra cursos de certificación para instructores mediáticos. Aquellos que completan los cursos prescritos de educación en medios pueden adquirir una licencia para enseñar programas de educación en medios, aunque a diferencia de la licencia de un educador, este certificado no es emitido por el gobierno central. A pesar de que la licencia de instructor mediático del KBI parece ser un buen paso como esfuerzo para normalizar las aptitudes del educador, parece tener límites en el sentido de que no está reconocida en todas partes del país ni garantiza empleos estables y bien remunerados.

A pesar de que ha habido una gran variedad de esfuerzos y buenos ejemplos de políticas y prácticas en educación en medios, se percibe la necesidad de una política más consistente y sistemática para la alfabetización mediática, de establecer claramente una definición de alfabetización mediática y educación en medios considerando la diversidad de prácticas que han llevado a cabo diferentes organizaciones y grupos.

medios experimentales, y la apertura de un archivo de educación en medios en línea. El presupuesto anual de la KCC es relativamente seguro, considerando que el Fondo para el Desarrollo de Difusión está garantizado por ley para ser usado para los derechos y servicios de los televidentes. Sin embargo, la política de la KCC puede ser criticada en términos de su limitada comprensión de la educación en medios como un servicio para los espectadores de televisión.

2.3. Instituto Coreano de Difusión (KBI, Korean Broadcasting Institute)

El KBI, una organización subsidiaria del Ministerio de Cultura, Deportes y Turismo, fue establecido para la promoción de industrias de difusión coreanas. El interés principal de la KBI, por consiguiente, está en el entrenamiento o adaptación de profesionales de difusión y medios digitales y en la extensión de la infraestructura de la difusión digital (Choi, 2006). Los apoyos

2.4. Fundación de Prensa de Corea (KPF, Korea Press Foundation)

La KPF ha proporcionado programas de entrenamiento para profesionales de los medios, tales como ex-periodistas, enviándoles a escuelas para llegar a ser educadores en medios. Desde el año 2000, la KPF ha proporcionado entrenamiento en servicio para cerca de 300 instructores —un considerable número de éstos son periodistas retirados—, éstos han enseñado programas de educación en

medios, la mayoría de los cuales han sido llevados a cabo como actividades extracurriculares. Junto con este proyecto de envío de instructores, la KPF apoyó la edición de 35 libros de educación en medios, que son usados por los formadores en las escuelas. A pesar de las grandes contribuciones de la KPF, se ha criticado que este trabajo sea una simple oportunidad para crear empleos para ex-periodistas, etiquetándola como una organización que trabaja exclusivamente por los beneficios de periodistas retirados durante la crisis económica asiática (Jeong, 2008).

2.5. Servicio de Artes y Educación Cultural de Corea (KACES)

KACES es una organización subsidiaria del Ministerio de Cultura, que se destina a la promoción de la educación cultural y a las artes, en escuelas y en la sociedad en general. Bajo el «Programa de Artistas en la Escuela», KACES ha enviado profesionales artísti-

cos que se han formado en las aulas en todo el país. Desde 2007, KACES ha enviado educadores a cerca de 3.800 escuelas primarias, secundarias y preparatorias de arte y cultura, tales como música clásica coreana, teatro, cine, danza y animación. La educación en medios incide dentro de estos géneros, especialmente en cine y animación, desde la perspectiva de la apreciación y producción de cine y animación como formas de arte, más que como un análisis crítico de los medios en general.

2.6. Comisión de Seguridad de Internet de Corea (KISCOM)

KISCOM (Korea Internet Safety Commission) es una organización gubernamental que fue establecida en 1955 bajo el Acta de Negocios de Telecomunicación. Está ahora integrada dentro de la Comisión de Normas de Comunicación de Corea (Korea Communications Standards Commission), una agencia gubernamental para la deliberación de contenidos de difusión y telecomunicaciones. La meta de KISCOM es la de prevenir la circulación de información y contenidos dañinos en Internet y promover una cultura más ética de comunicación de la información, clasificando contenidos de Internet proporcionando información jerarquizada al público. En relación a la educación en medios, KISCOM publicó y distribuyó varios libros de texto y guías de educación en Internet, especialmente para padres y jóvenes, tales como «Padres brillantes, niños saludables en la era de Internet», y «Construyamos un mundo cibernético placentero». Parece justo decir, sin embargo, que las actividades de la KISCOM son más una orientación para un buen uso de Internet que para una educación crítica en medios.

2.7. Comisión de Juventud del Gobierno (GYC)

Inaugurada como una agencia para proteger a los jóvenes de ambientes deprivados en 1997, la GYC ha implementado una amplia variedad de actividades para el bienestar de la juventud, y su protección contra problemas sociales y culturales. Desde una perspectiva de fuerte proteccionismo, la división mediática de la GYC lleva a cabo diversos programas de investigación y educación en medios. Perteneció al Ministerio de Salud, Bienestar y Asuntos Familiares desde 2008. Las políticas gubernamentales en educación en medios han sido llevadas a cabo por diversas agencias, entre las que las organizaciones relacionadas con los medios han jugado un papel principal. El enfoque predominante ha sido en la protección de los jóvenes y la provisión de servicios para el bienestar y los derechos de la audiencia mediática. A pesar de la diversidad de progra-

mas de apoyo y los altos presupuestos, ha habido problemas políticos y presupuestarios (Ahn, 2000). Se espera, no obstante, que continúe el soporte financiero gubernamental para la educación en medios, pues en 2008, el Ministerio de Cultura anunció un plan de cinco años para la promoción de la industria de la comunicación, en el que incluye ayudas para la educación en medios como parte del proyecto para el bienestar cultural digital.

3. Educación en medios en escuelas

3.1 Grupos de educadores

En Corea del Sur, la alfabetización mediática ha sido enseñada en forma poco sistemática en las escuelas. En el actual plan de estudios (el 7º Plan de Estudios Nacional presentado en 1997), la alfabetización mediática no está incluida en el contenido de las materias de las áreas. En cambio, el plan enfatiza el uso de los medios y habilidades relacionadas con las TIC por parte de los profesores para poder enseñar varias materias más efectivamente (Ministerio de Educación y Recursos Humanos, 1997a y 1997b). A la mayoría de los educadores se les impartió algo de entrenamiento mediático a través de las autoridades locales de educación, pero el enfoque fue algo limitado ya que se enfocaba en los medios como un auxiliar para la enseñanza más que como un contenido en sí mismo.

De hecho, había una actitud un tanto hostil hacia la educación en medios en las escuelas. La mayor parte de los educadores líderes y autoridades administradoras de la educación eran renuentes a apoyar la educación en medios aún como actividades extracurriculares, particularmente durante el régimen militar de los años ochenta, debido a que la educación en medios estaba asociada con el movimiento social para la democracia, el cual estaba en contra del gobierno. A pesar de esa atmósfera en la escuela y al hecho de que había poco espacio para la educación en medios en los planes de estudio, algunos individuos y grupos de educadores se interesaron más en los medios como una materia de enseñanza debido a sus preocupaciones acerca del impacto de los medios y la cultura popular en los niños y jóvenes; esta gente se volvió apasionada respecto a la alfabetización mediática (Ahn & Jeon, 1999: 205).

Ejemplos de grupos de educadores para la alfabetización mediática incluyen el Movimiento de Educadores para Medios Limpios, la División de Estudios Mediáticos de la Asociación de Educadores del Lenguaje Coreano, el Grupo de Investigación de Alfabetización Mediática a través del Plan de Estudios y el Grupo de Investigación para la Educación de las Artes

y la Cultura de Daejeon. Estos grupos se formaron a partir de cursos en medios o de generaciones de graduados. A pesar de la escasa ayuda gubernamental, éstos han realizado frecuentes reuniones de estudio y seminarios, y publicado materiales de aprendizaje tales como libros en sus web (por ejemplo, el Movimiento de Educadores Para Medios Limpios, 2003, 2007; la División de Estudios Mediáticos, 2005a, 2005b; el Grupo de Investigación de Alfabetización Mediática A través del Plan de Estudios, 2006; y el Grupo de Investigación para la Educación de las Artes y la Cultura de Daejeon, 2008). Han impartido conferencias y talleres de alfabetización mediática, como formación continua para otros educadores. A pesar de sus diferencias regionales, y enfoques en cuanto a la alfabetización mediática, estos grupos de educadores parecen ser un ejemplo efectivo y exitoso de comunidades de práctica de educadores de alfabetización mediática dentro de los contextos escolares (Jeong, 2008). Políticos de diferentes organizaciones gubernamentales y asociaciones civiles podrían apoyar estas comunidades de prácticas de maestros o trabajar junto con ellos, para impulsar rápidamente la alfabetización mediática, ya que ellos pueden generar cambios en escuelas, así como desarrollar materiales para el aprendizaje.

3.2. Cambios en el reciente plan de estudios

Existen algunos interesantes cambios en el recientemente reformado Plan de Nacional Estudios de 2007. En contraste con el pasado plan, que tiene escasos elementos de alfabetización mediática, el nuevo incluye elementos de alfabetización mediática en las materias obligatorias, especialmente en coreano (lengua madre): Ética, Estudios Sociales y Estudios Prácticos (Ministerio de Educación y Recursos Humanos, 2007a; 2007b). En el estudio del Coreano, los alumnos deben aprender a entender y producir clases de textos mediáticos tanto orales como escritos. Ética enfatiza la importancia de comportamientos apropiados en Internet y la protección de información personal y de la privacidad. Estudios Sociales incluye el entendimiento crítico de los medios masivos y la cultura popular en general y el papel de los medios masivos en la libertad de expresión. Estudios Prácticos aborda habilidades en ordenadores como herramientas para recuperar y almacenar información. Considerando que estas materias son obligatorias para los estudiantes entre los grados 1-10 (de 5 a 16 años, abarcando niveles de primaria y secundaria), se garantiza que todo estudiante aprenderá en algún grado sobre los medios. Sin embargo, este acercamiento a los medios parece muy limitado debido a que reflejan perspectivas proteccio-

nistas de éstos (enfaticando los aspectos negativos) o son solamente un tanto prácticos (enfaticando la alfabetización funcional y técnica, más que la crítica).

En secundaria (desde los 11 a los 18 años) se incluye una nueva materia «Lenguaje mediático» como curso optativo, con un enfoque en la interpretación y creación de significados con textos mediáticos. La educación en medios también puede ser enseñada en «Actividades Libres», en las que los educadores pueden enseñar cualquier materia que consideren efectiva para el desarrollo de la creatividad de los estudiantes. El Plan Nacional de Estudios de 2007 oficialmente incluye la educación en los medios como uno de los 35 tópicos que pueden ser estudiados en la clase de «Actividades Libres», por primera vez en la historia de Corea del Sur (Ministerio de Educación y Recursos Humanos, 2007c: 23).

Sin embargo, la alfabetización mediática ha de competir con otros 34 tópicos; por lo tanto, es muy improbable que sea seleccionada, en detrimento de otras como habilidades en computación, lectura de libros y enseñanza de lengua extranjera (inglés, principalmente), preferidas en las escuelas por su conectividad con el plan de estudios.

En resumen, la educación en medios no había sido considerada como una parte oficial del Plan Nacional de Estudios en Corea del Sur hasta muy recientemente, y ha habido muy poca capacitación para educadores en el conocimiento crítico de los medios, que es diferente al entrenamiento en el uso de esos medios como auxiliares en la enseñanza de otras materias. Sin embargo, ha habido algunos esfuerzos significativos realizados por educadores autodidactas apasionados, quienes han formado sus propios grupos y publicado sus resultados. Aunado a esto, el recientemente reformado Plan Nacional de Estudios 2007 muestra algunos avances importantes al incluir elementos de alfabetización mediática en muchas áreas de materias obligatorias.

Basados en estos cambios y desarrollos, parece que es el momento apropiado para que los responsables de las políticas de educación y las autoridades tomen más seriamente la educación en alfabetización mediática y proporcionen la capacitación sistemática a los educadores, así como que desarrollen materiales de aprendizaje para éstos. Varios grupos de educadores de alfabetización mediática podrían asumir importantes funciones para encontrar maneras efectivas de dar formación y apoyo a otros educadores y escuelas. Fundamentarse en sus comunidades de prácticas podría ayudar a los responsables educativos a mejorar la alfabetización mediática a un costo mínimo y con mucha efectividad.

4. Educación en medios en las asociaciones

Las asociaciones civiles han sido el punto focal de la educación en medios en Corea desde el inicio de los ochenta, más allá de la alfabetización mediática. Esta última es parte de un movimiento más amplio de la educación en medios, que también puede abarcar a los adultos y que se vincula con el aprendizaje a lo largo de toda la vida. Las asociaciones han perseguido la educación en medios como parte de un movimiento civil; el resultado es que la educación en medios en Corea es parte de un movimiento civil, tales como control de los medios y crítica del contenido mediático. Adicionalmente, los programas de educación en medios varían en sus prácticas educativas, dependiendo de las metas de las asociaciones de la sociedad civil. Específicamente existen diversos programas de educación en medios, con diferentes acciones como la mejora de los derechos de las personas incapacitadas, protección ambiental, aumento de la conciencia pública, protección de niños y adolescentes, y género. Estos valores se reflejan en los programas de educación para niños y actividades con adultos.

Considerando esta diversidad, la educación en medios ofrecida por las asociaciones, puede ser categorizada en tres áreas estrechamente relacionadas: vigilancia de los medios, alfabetización mediática y producción mediática.

El observatorio de los medios es el seguimiento de los medios masivos como parte de un movimiento de vigilancia mediática nacional y global relacionado con el desarrollo de la democracia. La alfabetización mediática aspira a mejorar los derechos de la audiencia, principalmente a través del análisis crítico del contenido mediático. La producción mediática no es únicamente para desarrollar la alfabetización mediática de la audiencia a través de la producción, sino también para permitirle expresar activamente sus opiniones a través de los medios, yendo más allá del análisis y la crítica del contenido mediático. De esa manera, la vigilancia y la alfabetización mediáticas se encaminan a mejorar la conciencia pública y el bienestar de la audiencia, mientras que la producción mediática es un tipo de movimiento más activo que busca mejorar los derechos de la audiencia en sincronía con la realización de los dere-

chos de acceso público y gestión cívica. La educación en medios realizada por las asociaciones civiles parece ser un complemento a la alfabetización mediática de los educadores escolares, en el sentido de que la alfabetización mediática en la escuela enfatiza la protección de los niños y el uso operativo de los medios en tanto que la alfabetización mediática fuera de la escuela destaca una postura crítica y los derechos de medios.

4.1. Observatorios mediáticos

La educación en medios, orientada al control o seguimiento de los medios, es realizada por la YMCA y por la YWCA (Asociación Cristiana de Mujeres

Parece que es el momento apropiado para que los responsables de las políticas de educación y las autoridades tomen más seriamente la educación en alfabetización mediática y proporcionen la capacitación sistemática a los educadores, así como que desarrollen materiales de aprendizaje para éstos. Varios grupos de educadores de alfabetización mediática podrían asumir importantes funciones para encontrar maneras efectivas de dar formación y apoyo a otros educadores y escuelas.

Jóvenes de Corea). El Observatorio de la TV de la YMCA ha apoyado el movimiento de monitoreo de los medios y la educación en medios desde inicios de 1990. El grupo ha seguido la televisión por cable, publicidad y televisión terrestre (Ahn & Jeon 1999: 193). La YWCA ha suministrado educación en monitoreo de medios, particularmente en la animación, partiendo de la creencia de que los medios no están desempeñando su papel como formadores de opinión que generen una sociedad más saludable y más democrática (Choi, 2006: 30). Usando los informes proporcionados por el seguimiento de medios, asociaciones de la sociedad civil como el YMCA, Ligas de Mujeres Coreanas y el Equipo de Observación de Medios de la Coalición de Ciudadanos para la Justicia Económica demandan a los medios retirar contenidos nocivos que atentan contra derechos.

En 1993, las asociaciones civiles, dirigidas por la YMCA, presentaron un movimiento más proactivo,

«Apaga tu TV». Esta campaña, liderada por el Movimiento por los Derechos Civiles de los Espectadores de TV, con la participación de más de treinta asociaciones de la sociedad civil, como la Asociación de Padres por una Educación Verdadera», duró cerca de dos meses. La campaña empezó con una protesta en contra de la política comunicativa de una empresa pública de difusión, la MBC (Corporación de Difusión Munhwa), que redujo el tiempo de un programa de televisión para niños en favor de programas comerciales. Como resultado, la campaña indujo al establecimiento de un programa de televisión de «Ombudsman», como mecanismo de autocontrol introducido por las compañías difusoras (Kim, K.T., 2004: 193).

4.2 Alfabetización mediática

La educación en medios, entendida como alfabetización crítica, es una iniciativa de la Coalición de Ciudadanos para una Justicia Económica, la Liga de Mujeres Coreanas y Mabiús («Crítica mediática», en coreano). El Equipo de Observación de los Medios de la Coalición lleva a cabo un programa para estudiantes de escuela secundaria para enseñarles a pensar críticamente sobre el contenido mediático. Mucho antes de que la educación en medios estuviera presente en las escuelas, la Liga de Mujeres Coreana ya enviaba educadores mediáticos a las aulas, que enseñaban tanto el cómo trabajar en educación en medios, como también la importancia de la misma para las escuelas. Este caso ejemplifica cómo las asociaciones contribuyen a la expansión de la base social de la educación en medios llevándola a cabo en los institutos de educación pública.

Finalmente, desde 1998, Mabiús ha ofrecido educación en alfabetización mediática, principalmente acerca de contenidos visuales, considerando que la gente joven necesita desarrollar una comprensión crítica de los medios (Choi, 2006: 38).

4.3. Producción mediática

Este tipo de capacitación se lleva a cabo por MediAct y la YMCA. MediAct se centra en la producción, permitiendo a los participantes expresar sus propias opiniones a través de los medios. Estos programas tienen como meta crear un vínculo circular, por medio del cual la audiencia entienda el impacto de los medios para expresar sus ideas produciendo contenido mediático (MediAct, 2000: 93). Como ejemplo, el «Taller mediático para adolescentes» de la YMCA intenta no solamente ayudar a los adolescentes a entender los mecanismos de producción mediática mediante la comprensión de los procesos de producción, sino tam-

bién fomentar su energía para usar los medios como una herramienta cultural alternativa (Choi, 2006: 41). La expansión de la producción mediática ha mejorado la apreciación social de los derechos de acceso del público y ha promovido la importancia de impulsar los talentos individuales para la expresión creativa. Mientras tanto, el surgimiento de producción mediática ha sido posible debido a la rápida propagación de la tecnología digital en Corea.

La educación en medios realizada por varias asociaciones civiles coreanas es diversa en sus propósitos y en sus contenidos. Bajo estas circunstancias, algunas de las organizaciones, incluyendo MediAct y Mabiús, han puesto en marcha la Red «Edu-medios», desde 2005, para colocar los cimientos para el desarrollo cualitativo de la educación en medios y crear sinergias a partir de la diversidad. El objetivo de la «Edu-medios» es crear un canal de comunicación entre los diferentes grupos involucrados con la educación en medios para permitirles compartir información y experiencia entre sus miembros.

La educación en medios a través de las asociaciones refleja algunas características de la sociedad coreana, particularmente la supresión de la libertad de expresión y la desconfianza en los medios, debido a que éstos no han desempeñado el papel deseable como instituciones públicas desde el período autoritario. En este contexto, las prácticas de la educación en medios de las asociaciones son eventos significativos que muestran la tendencia a la que debe dirigirse en el futuro la sociedad coreana en el siempre cambiante ambiente mediático y educativo.

5. La educación en medios desde los medios

Los medios de comunicación también han hecho importantes contribuciones a la educación en medios, particularmente desde finales de los años noventa. Las compañías de difusión pública y comercial han contribuido a través de sus propios programas de televisión, proporcionando entrenamiento en producción para el público en general, así como para gente que trabaja en asociaciones de la sociedad civil. Los portales de Internet también han estado involucrados en educación en medios para sus usuarios.

5.1. La educación en medios en las empresas de difusión

Por lo que respecta a los programas de educación en los medios, el primer ejemplo es «Entendiendo a los medios», transmitido por el Sistema de Difusión de la Educación (EBS). Este espacio semanal de 40 minutos fue emitido desde septiembre de 1997 hasta febrero

de 2008, con una audiencia diana compuesta por adolescentes (Kim, Y.E., 2001). Otro ejemplo es «iCaray! Exploración de medios», producido en 2002 por el EBS y la Fundación de Cultura de Difusión, para estudiantes de escuelas primarias. El programa ofreció a los niños información sobre análisis crítico de televisión, periódicos, radio, vídeo, dibujos animados, libros, anuncios e Internet. Desafortunadamente, este programa tuvo una corta vida debido a la falta de interés continuo por parte de la compañía.

Los medios de comunicación también han suministrado entrenamiento en la producción de vídeo para niños y audiencias en general para incrementar el acceso público a los medios. Un caso son los Centros de Medios Comunitarios del MBC en seis ciudades de todo el país. Subvencionado por la Fundación MBC, estos centros surgieron a finales de 1990 en respuesta a las demandas sociales de acceso público. Estos centros son reseñables en el sentido de que es un mismo medio de difusión el que está directamente involucrado en la educación para la producción mediática, teniendo como objetivo a adultos y niños, brindando cursos de producción mediática para adultos y programas de gran alcance para niños, por medio de visitas a escuelas primarias. KBS, sistema público, líder de difusión en Corea, también proporciona formación en la producción de vídeos para líderes de asociaciones al poner a disposición las instalaciones y los equipos de sus centros de entrenamiento.

5.2. Educación en medios en Internet

La información y la tecnología digital se han desarrollado rápidamente en Corea desde finales de los noventa, cambiando significativamente el ambiente de la educación en medios. En este contexto, los portales de Internet han brindado un nuevo tipo de educación en medios para sus usuarios.

Comunicaciones Daum (www.daum.net), uno de los portales líderes en Corea, de la Fundación Daum, organización sin fines de lucro dedicada a la comprensión de los medios digitales por parte de los jóvenes y al desarrollo de aptitudes en comunicación. «Voz de la Juventud», que empezó en 2002, es un caso ejemplar de los proyectos de la Fundación para la educación en medios. Este proyecto alienta a los adolescentes a solicitar recursos para la producción mediática empleando sus propias propuestas y luego les proporciona apoyo con asesoría profesional y habilidades de producción. Comunicaciones Daum ha organizado la «Escuela de Medios Daum» desde 2006, con el objeto de promover el uso creativo de los medios como herramienta para que la gente joven se exprese y distribuya sus opi-

niones. La educación en medios generada por los medios y los portales de Internet es muy diferente con respecto a los participantes y los contenidos. Mientras las compañías de difusión se enfocan en el público en general y producción de vídeo, los portales de Internet apoyan a los niños y adolescentes en su producción y distribución de contenidos multimedia. Sin embargo, a pesar de intentos innovadores y diversos, la educación en medios en las empresas de comunicación parece tener limitaciones en términos de poner demasiada atención en brindar habilidades de entrenamiento para la producción mediática. Parece que la industria de medios necesita hacer mayores esfuerzos para proveer un mejor ambiente para la comunicación; esto será alcanzado con la activa y crítica participación de sus usuarios.

6. Conclusión

La educación en medios en Corea emergió con el movimiento civil para defender la libertad de prensa y los derechos de la audiencia de televisión a programas de calidad. Debido a este único antecedente histórico, la alfabetización mediática parece haber sido vista como parte de una educación en medios más amplia que puede abarcar a niños y adultos para su aprendizaje a lo largo de toda la vida, así como en escenarios formales de educación. Las comunidades de prácticas de maestros de educación en medios también han surgido voluntariamente y tienen un magnífico potencial para mejorar la educación en medios en las escuelas.

Actualmente, la educación en medios en Corea está marcada por diversas iniciativas e impulsores, desde organizaciones gubernamentales hasta la industria de los medios, incluyendo asociaciones de la sociedad civil y grupos de educadores voluntarios. El Acta de Difusión, revisada en 2000, ha brindado las bases legales para que la educación en medios proteja los derechos de los espectadores de televisión. Bajo este Acta, las organizaciones gubernamentales han apoyado económicamente y mediante infraestructuras para la educación en medios.

El Acta también ha sido importante para los productores; les ha apremiado a crear programas de educación en medios y les ha proporcionado programas de entrenamiento en producción para la audiencia para propósitos de acceso público.

Las asociaciones de la sociedad civil se han beneficiado de los fondos de varias organizaciones gubernamentales para llevar a cabo sus programas de educación en medios. Los educadores también se han beneficiado de los programas de formación continua para la educación en medios, proporcionados por dife-

rentes organizaciones gubernamentales. Las escuelas también contaron con educadores mediáticos enviados por organismos del gobierno tales como KPF y KACES, organizaciones de la sociedad civil como Mabius y la Liga de Mujeres Coreanas, así como empresas de comunicación, tales como los Centros de Comunidad Mediática de MBC y los programas de la Escuela de Medios Daum de Comunicaciones Daum. En contraste con las contribuciones de organizaciones gubernamentales relacionadas con los medios, el Ministerio de Educación, responsable de la educación en las escuelas, ha hecho pocos esfuerzos, excepto incluir algunas acciones de alfabetización mediática.

A pesar de que ha habido una gran variedad de esfuerzos y buenos ejemplos de políticas y prácticas en educación en medios, se percibe la necesidad de una política más consistente y sistemática para la alfabetización mediática, de establecer claramente una definición de alfabetización mediática y educación en medios considerando la diversidad de prácticas que han llevado a cabo diferentes organizaciones y grupos.

Se demanda también la urgencia de desarrollar una política para la investigación en educación en medios, con el fin de evaluar los logros, impactos y la efectividad de los programas, partiendo de la responsabilidad de los agentes implicados: gobierno, escuelas y padres.

Aunque es positivo que las entidades gubernamentales se hayan involucrado en el desarrollo de políticas de educación en medios, ha habido problemas presupuestarios entre ellas. Por ejemplo, KPF, KACES y los Centros de Comunidad Mediática de MBC tienen programas similares de entrenamiento y envío de expertos mediáticos (ex-periodistas, artistas de películas y animación, y expertos en difusión, respectivamente) como instructores en las escuelas. Por consiguiente, hay una necesidad de que el gobierno desarrolle una política más sistemática y efectiva de formación y envío de expertos mediáticos, para conectar la educación en medios con las escuelas. También es necesario un apoyo más sistemático para la formación permanente de educadores y sus comunidades de prácticas. Parece que es el momento para que el gobierno establezca un «Comité de Educación en Medios», que pudiera desarrollar políticas más consistentes y tomar decisiones en acciones y actuaciones, más allá del conflicto de intereses de las organizaciones.

También ha habido una fuerte demanda de desarrollo de redes y colaboración entre todos los diferentes colectivos de educación en medios, tales como responsables políticos, industria de medios, profesionales mediáticos, líderes de la sociedad civil, educadores, y

profesores, con el fin de forjar una política de alfabetización mediática más consistente. Además, es necesario una mayor investigación académica en la conceptualización y pedagogía de la educación en medios. Recientemente, se ha creado un nuevo foro para tales discusiones, el KRE@ME (Investigadores y Educadores de Educación en Medios), en que participan los autores de esta contribución.

Las actividades de participación civil enraizadas en la historia de la educación en medios coreana son la base dinámica para tal foro, considerando particularmente el incremento en la cultura participativa que la Corea contemporánea está experimentando a través de los medios digitales.

Referencias

- AHN, J.-I. (2000). A Study on the Development of Korean Media Education model. *Korean Journal of Diffusion & Telecommunication Studies*, 14(2); 37-79.
- AHN, J.-I. & JEON, G. (1999). *An Understanding of Media Education*. Seoul (Korea): Han-Narae.
- CHOI, M. (2006). *Media Education in Korea*. Seoul: Korea Press Foundation.
- DAEJEON RESEARCH GROUP FOR ARTS AND CULTURAL EDUCATION (2008). *Reading and Thinking with the Cameras*. (Unpublished workshop material): Korea Arts and Cultural Education Service.
- DIVISION OF MEDIA STUDIES OF THE ASSOCIATION OF KOREAN LANGUAGE TEACHERS (Ed.) (2005a). *Finding the Ways into Media Teaching*. Seoul (Korea): Naramal.
- DIVISION OF MEDIA STUDIES OF THE ASSOCIATION OF KOREAN LANGUAGE TEACHERS (Ed.) (2005b). *Reading the Media in Korean Language Classroom*. Seoul (Korea): Naramal.
- FOUNDATION OF BROADCAST CULTURE (Ed.) (2008). *MBC Community Media Centers White Paper*. Seoul (Korea): MBC.
- JEONG, H.-S. (2008). Media Education in South Korea: History, Dynamic and Challenges, en CHEUNG, C.K. (Ed.). *Media Education in Asia*. Hong Kong (China): Springer (forthcoming).
- KIM, K.T. (2004). *Viewer's Sovereignty and Viewers' Movement*. Seoul (Korea): Han-Narae.
- KIM, K.T. (2007). The Analysis of the Nature of Media Education in Korea. *Journal of the Korea Association for Communication and Information Studies*, 37; 139-167.
- KIM, K.-T.; KANG, J.; SIM, Y. & OTROS (2007). *Study on the Law and Legal System for the Promotion of Media Education*. Seoul (Korea): Korea Press Foundation.
- KIM, Y. (2001). Prospects on Diffusion Policy Studies. *Journal of Diffusion Research*; 52; 7-32.
- KIM, Y.E. (2001). *The Study of Media Education in Changing Media Environment*. Unpublished Doctoral Dissertation: Chung-Ang University, Seoul (Korea).
- KIM, Y.E. (2008). Study on Curriculum Construction of Game Literacy. *Korean Journal of Journalism & Comm. Studies*, 52; 58-84.
- MEDIA STATISTICS INFORMATION SYSTEM (2007). *Media Audience in Korea* (<http://mediasis.kpf.or.kr>) (26-09-08).
- MEDIACT (Ed.) (2007). *New Practice in Media Education 2: Concept, Framework and Direction*. Seoul (Korea): MediaCT.
- MINISTRY OF EDUCATION AND HUMAN RESOURCES (Ed.) (1997a). *The National Curriculum for Elementary School*. Korean: Ethics and Social Studies.

MINISTRY OF EDUCATION AND HUMAN RESOURCES (Ed.) (1997b). *The National Curriculum for Middle School*. Korean: Ethics and Social Studies.

MINISTRY OF EDUCATION AND HUMAN RESOURCES (Ed.) (2007a). *The National Curriculum for Elementary School*. Korean: Ethics and Social Studies.

MINISTRY OF EDUCATION AND HUMAN RESOURCES (Ed.) (2007b). *The National Curriculum for Middle School*. Korean: Ethics and Social Studies.

MINISTRY OF EDUCATION AND HUMAN RESOURCES (Ed.) (2007c). *The National Curriculum for Elementary School: Overview*.

NATIONAL INTERNET DEVELOPMENT AGENCY (Ed.) (2007). *Fact-Finding Survey OnInformatization in First half of 2007* (www.nida.or.kr) (26-09-08).

RESEARCH GROUP FOR MEDIA LITERACY ACROSS THE CURRICULUM (2006). *Teachers Meet with Students' Cultures through the Media*. (Unpublished Workbook and Teachers' Guide). Korea Arts and Cultural Education Service.

SEOUL YMCA (Ed.) (2007). *Sourcebook of Youth Video Festival*. (Unpublished report).

TEACHERS' MOVEMENT FOR CLEAN MEDIA (2003). *Weird Lessons an Alternative Textbook for Media Education*. Seoul: Good Teachers.

TEACHERS' MOVEMENT FOR CLEAN MEDIA (2007). *Thinking Trees, Essay Fruits*. Seoul (Korea): Han-Narae.

Useful websites

CITIZENS' COALITION FOR ECONOMIC JUSTICE (www.ccej.or.kr).
DAEJEON RESEARCH GROUP FOR ARTS AND CULTURE EDUCATION (http://cafe.daum.net/djcaec).

DIVISION OF MEDIA STUDIES OF THE ASSOCIATION OF KOREAN LANGUAGE TEACHERS (http://medianaramal.or.kr).

GOVERNMENT YOUTH COMMISSION (GYC) (www.mw.go.kr).

KOREA ARTS & CULTURE EDUCATION SERVICE (KACES) (www.arte.or.kr).

KOREA ARTS AND CULTURE EDUCATION SERVICE (www.arte.or.kr).

KOREA INTERNET SAFETY COMMISSION (KISCOM) (www.kocsc.or.kr).

KOREA PRESS FOUNDATION (KPF) (www.kpf.or.kr).

KOREAN DIFUSIÓN INSTITUTE (KBI) (www.kbi.re.kr).

KOREAN COMMUNICATION COMMISSION (KCC) (www.kcc.go.kr).

KOREAN WOMENLINK (www.womenlink.or.kr).

MEDIA SCHOOL (http://mediaschool.daum.net/chan/press/intro.do).

MEDIACT (www.mediact.org).

TEACHERS' MOVEMENT FOR CLEAN MEDIA (http://cleanmedia.nj-school.net).

YOUNG MEN'S CHRISTIAN ASSOCIATION (www.ymcakorea.org).

YOUNG WOMEN'S CHRISTIAN ASSOCIATION OF KOREA (YWCA) (www.ywca.or.kr).

YOUTH VOICE (http://youthvoice.daum.net).