



Educación en medios: perspectivas y estrategias

José Manuel Pérez Tornero

Master Internacional de Comunicación y Educación
Universidad Autónoma de Barcelona
tornero@mizarmultimedia.com

Introducción

La educación en medios, entiende la UNESCO, «enables people to gain understanding of the communication media used in their society and the way they operate and to acquire skills in using these media to communicate with others» (UNESCO, 1999)¹. Desde mi punto de vista, esta tarea consistiría en promover pedagógicamente el diálogo –y la crítica, consciente y constructiva– con los medios de comunicación y las posibilidades (antiguas y nuevas) que éstos nos ofrecen.

La educación en medios, entendida como diálogo, debería tener como consecuencia, a corto y medio plazo, un doble proceso. En primer lugar, la formación de una conciencia crítica –y participativa– en relación con los medios. En segundo lugar, la progresiva aceptación, por parte de los medios, de un compromiso profundo con la educación. Pero, a largo plazo y en sentido amplio, la tarea de la educación en medios tiene que ver

con la inteligencia colectiva y con los modelos de conocimiento y de entendimiento que desarrolla nuestra cultura.

En este sentido amplio, escribía el escritor mexicano Carlos Fuentes, a propósito de los libros –que son, al fin y al cabo, medios de comunicación– que «un libro nos enseña a extender simultáneamente el entendimiento de nuestra propia persona, el entendimiento del mundo objetivo fuera de nosotros y el entendimiento del mundo social donde se reúne la ciudad– la polis –y el ser humano– la persona» (Fuentes, 2002: 171). Desde este punto de vista, los *media* –como los libros– actúan como extensiones de nuestro entendimiento (o sea, de nuestras percepciones, como decía McLuhan, pero también de nuestro lenguaje y de nuestra razón). En consecuencia, la educación en medios, lejos de ser únicamente un aprendizaje referido a los medios de comunicación como instrumentos, se convierte en una tarea filosófica, epistemológica de primera magnitud y que afecta a nuestra conciencia como seres humanos y a nuestra faceta de ciudadanos: «Media education is part of the basic entitlement of every citizen, in every country in the world, to freedom of expression and the right to information and is instrumental in building and sustaining democracy» (UNESCO, 1999)². Siendo así, ¿podría la educación desinteresarse de los *media*? O, ¿podrían los medios desinteresarse de la educación? Podrían, ¡claro que podrían! Pero no deberían, porque ese desinterés ocasionaría un empobrecimiento de la inteligencia humana –o sea: de la percepción, de la imaginación y de la razón– y un abandono del lenguaje y del diálogo –o sea, del sentido, de la expresión y de la cooperación–, y un desprecio a nuestra dimensión de ciudadanos de sociedades democráticas.

Volviendo a Fuentes (2002: 172), «si nosotros no hablamos, el silencio impondrá su oscura soberanía».

1. Los medios de comunicación como espacio cognitivo y de ciudadanía

Implícitamente, en esta concepción de la educación en medios como pedagogía del conocimiento y la ciudadanía estamos defendiendo la idea de que los *media* son en nuestros días un aspecto clave en el conocimiento del mundo y una de los principales ámbitos en que se forjan las relaciones ciudadanas. Esto supone,

en cierta forma, superar la idea de que los medios de comunicación son meros instrumentos de determinados actores sociales que se plantean resolver, a través de ellos, determinados objetivos pre-existentes.

Desde nuestro punto de vista, la situación es mucho más compleja. Los medios de comunicación crean en la actualidad, por su extensión y por el modo en que se han implicado en la vida cotidiana y social, un entorno, un ambiente, un espacio muy absorbente y específico que es capaz de establecer un régimen de conocimiento –una episteme– específico. Que, a la vez, crean las condiciones para la emergencia y la constitución de un cierto tipo de actores sociales que no existirían –o al menos, no alcanzarían su plena constitución– al margen de ellos. Y, al mismo tiempo, establecen un sistema de relaciones sociales, y de procesos de causalidad social, que hacen que muchas de las dimensiones de nuestra realidad sólo sean posibles a partir de la existencia de los medios de comunicación.

Concepciones y teorías como la de la sociedad de la información, sociedad-Red (Castells, 1999), sociedad del conocimiento, sociedad post-moderna, etc. encuentran en el desarrollo de la esfera mediática gran parte de su justificación y su razón de ser. Todas ellas nos hablan del poder constitutivo de los *media*, de su capacidad para fijar nuevas condiciones y nuevas circunstancias para el conocimiento y la relación social. Todas ellas nos insisten en que los *media* han dejado de ser –por su abrumador peso social– un mero instrumento, para pasar a convertirse en condición de nuestra existencia específica, y en nuestro entorno social y cultural.

Vivimos, pues, los medios de comunicación más como espacio, atmósfera y clima en los que nos desenvolvemos que como instrumentos que pueden ser utilizados para fines funcionales. Los medios son, pues, nuestro medio de existencia. En todo caso, y si los medios son también instrumentos, no se puede olvidar que estos instrumentos han acabado por construirnos a nosotros mismos y que podemos estar transformándonos en apéndices humanos de esos mismos instrumentos.

Por tanto, la educación en medios que requerimos en estos momentos no puede considerarse sólo como una pedagogía instrumental, sino, insistimos, como un esfuerzo de conciencia por aprehender y, en la medida de lo posible, mejorar las condiciones en que desarrollamos nuestras facultades sociales de comprensión, inteligencia, diálogo y relaciones cívicas.

2. El programa máximo de educación en medios

La educación del siglo XXI tiene, por tanto, que estar interesada profundamente en los *media* y éstos no pueden, de ningún modo, olvidarse de la educación. Medios y educación tienen, pues, que dialogar y cooperar. Los fines de ese diálogo y de esa cooperación, es decir, de la educación en medios (educación mediática), en definitiva, serían:

- ◆ Aumentar la inteligencia personal y colectiva a través de los *media*, y con ellos.
- ◆ Lograr una mejor comprensión/entendimiento del mundo –del natural (ecología)– y una mejor comprensión de nosotros mismos, o sea, de la persona –aprender a ser– y de los otros, lo social.
- ◆ Potenciar el diálogo entre las personas, o sea, las relaciones equilibradas, es decir, aprender a convivir, y promover la cooperación entre los grupos, o sea, la resolución conjunta de problemas: participación cívica.
- ◆ Aprender a crear nuevos mundos posibles, es decir, a imaginar críticamente y a pensar futuros alternativos.

Éste ha sido, de hecho, explícitamente o no, el programa máximo de la larga evolución de los lenguajes humanos –que con crisis, caídas y recaídas– viene produciéndose desde hace siglos. También ha sido el programa de lo que, a través de la historia, podríamos denominar la educación en medios «avant la lettre», o sea: la retórica, la enseñanza de la escritura, de la expresión plástica, de la estética y de la creación artística, disciplinas todas ellas que han sido y son condición y causa de la aparición de los nuevos medios de comunicación.

3. Encuentros

A partir de la aceptación de estas finalidades, la educación en medios debe ser, en la actualidad, el fruto de un doble encuentro.

- ◆ Por un lado, el encuentro en lo que podríamos denominar la posibilidad humana de construcción del sentido, que reúne, de hecho, todas las capacidades e instrumentos con que la Humanidad ha ido ensanchando su conciencia, haciendo progresar su razón, sus lenguajes –su

capacidad de nombrar e interactuar con el mundo— y sus capacidades imaginativas, simbólicas y expresivas.

- ◆ Por otro lado, un segundo encuentro, en el campo cognitivo del saber aplicado a la construcción del sentido: el encuentro entre las disciplinas que se aplican al lenguaje y la expresión humanos, es decir, de todas aquellas ciencias o saberes que, desde antaño hasta hoy, se han venido ocupando de comprender, dirigir, organizar o potenciar las capacidades humanas de expresión y de entendimiento. Desde la escritura a la hermenéutica; desde la filosofía del lenguaje a la estética; desde la retórica a la informática; desde la lingüística a la teoría de la información.

Este doble encuentro se debería producir, siempre desde mi punto de vista, en el terreno de la pedagogía socrática, o sea la del diálogo capaz de sacar a la luz lo que cada persona tiene dentro., un diálogo capaz de extender la libertad desde el interior de la persona al exterior de la «polis».

La primera apariencia de estos objetivos y de estos encuentros es, tal vez, su ambición y su heterogeneidad. ¿Cómo será posible reunir y conjuntar capacidades tan dispares habilidades cognitivas, relacionales, expresivas o imaginativas, por un lado, y, por otro reunir y hacer compatibles disciplinas y saberes tan heteróclitos como la retórica, la hermenéutica, la estética, la semiótica, la crítica literaria, la informática, la teoría de la información, etc.?, ¿no estaremos ante un sueño imposible de la razón?

Creo que no, no es un sueño sino una posibilidad real, que se hace ahora, en este preciso momento de la historia, más viable que nunca, porque los progresos ligados a la sociedad de la información, a las nuevas tecnologías y simbologías de la información están creando las condiciones que permiten que estos encuentros sean posibles.

4. La convergencia y unificación de los lenguajes

La definición de educación en medios de la UNESCO se propone ya como un esfuerzo por abordar unificadamente la pluralidad de lenguajes y medios: «Deals with all communication media and includes the word and graphics, the sound, the still as well as the moving image, delivered on any kind of technology»

(Recomendaciones de la Conferencia de Viena, 1999; Seminario de Sevilla, 2002).

Hoy día es un hecho la unificación de los lenguajes y medios que permiten la digitalización, la informática y la telemática. Por primera vez en la historia, sea cual sea la naturaleza de un lenguaje o una expresión –sonora, visual, lingüística, numérica o espacial– éste puede ser convertido en fórmulas digitales, es decir, sus expresiones pueden ser digitalizados, y así transformadas, transmitidas, y modificadas virtualmente. Se ha logrado, pues, la convertibilidad y, en cierto sentido, la unificación de los lenguajes. Esto permite intuir y afrontar seriamente la naturaleza profundamente homogénea y unitaria de todos los lenguajes. Nos permite descubrir y conocer sus estructuras, sus sistemas de significación, nos permite también enriquecer unos con otros y combinarlos, y es posible, también, encontrar nuevas relaciones y crear nuevas situaciones expresivas y comunicativas. Esto quiere decir que se está dando ya este encuentro de muchos lenguajes en la construcción del sentido.

Este mismo encuentro se da, también por obra de la unificación digital, en el terreno de los soportes y los medios de transmisión. Las fronteras entre los antiguos soportes y tecnologías se diluyen. Ya no están, por un lado, las tecnologías de la pintura y la escultura, de la imprenta y del libro; de la prensa, de la radio y del sonido, del cine y la televisión y la informática, sino que todas tienden a unificarse en la tecnología del multimedia, que es capaz de reunir y conjugar todas las posibilidades de los medios pre-digitales y los post-digitales. Tecnología multimedia que se potencia a causa de los progresos de la telemática que nos permite trascender las limitaciones que se imponían a los antiguos soportes y que le conceden ahora una versatilidad y una flexibilidad desconocidas; lo cual ayuda a potenciar la unificación de la comunicación en el tiempo y en el espacio (eso que, desde otro punto de vista, se denomina globalización de las comunicaciones). Esta unidad nos empieza a recordar, el *Aleph*, aquella idea del argentino Borges que nos presenta la existencia de un punto (el *Aleph*) en el que se da una unificación singular, el encuentro y la coincidencia de todos los tiempos, todos los lugares, todas las imágenes y todas las realidades.

También encuentro y convergencia de las disciplinas y saberes que tratan el sentido. Cuando estas disciplinas han ido surgiendo a lo largo de la historia, lo hicieron –de modo más o menos consciente– acompañando a un medio de comunicación, a un

soporte concreto y en un contexto determinado: la retórica a la palabra del ágora y del foro; la hermenéutica a los textos sagrados; la crítica literaria a la poesía y otros géneros literarios y al libro, la estética a las artes primigenias; la semiología al lenguaje oral y otros sistemas de signos; la informática a las numeraciones digitales, etc. Pero desde el momento en que se intuye y se comprende, de un modo racional, pero también tecnológico y práctico, que todas esas disciplinas comparten una misma base común, que todas ellas tienen un mismo objeto de estudio –el sentido y la comunicación– en ese mismo instante, el camino hacia el encuentro y la convergencia está ya anunciado. Es cuestión de tiempo y supone un avance decisivo. De hecho, se va produciendo de un modo tanto práctico –infografía, programación, creación multimedia– como teórico-semiótica, estudios culturales, etnometodología, epistemología, etc. Permite una nueva comprensión de los fenómenos de la comunicación y del proceso de construcción del sentido.

Este doble encuentro –de los lenguajes y los sistemas de transmisión, por un lado, y el de las disciplinas que estudian la construcción del sentido y la comunicación–, lejos de ser el fruto de una unificación forzada, se ha producido de un modo espontáneo y responde al «esprit du temps» de nuestra modernidad informacional. No se trata de una unificación homogeneizadora que aplastaría las posibilidades específicas y singulares de cada lenguaje-medio o de cada disciplina, sino que se presenta como un progreso del diálogo y la interdisciplinaridad, como un enriquecimiento que respeta los valores singulares al tiempo que hace avanzar nuestro conocimiento. Diálogo entre lenguajes, medios, soportes y disciplinas que se enriquecen en su contacto mutuo y en el juego de intertextual (como un enfrentamiento entre espejos) que producen perspectivas y una «mise-en-abîme». En conjunto, una convergencia que abre posibilidades de sincretismo, de pluralidad y flexibilidad que marca el estilo conveniente para la educación en medios.

En esta convergencia plural puede fundarse la educación en medios de nuestros días: como un punto de encuentro y colaboración que se basa en un nuevo punto de vista epistemológico y tecnológico y que puede permitir la formación de una nueva conciencia.

5. Una política: el equilibrio entre la protección y la autonomía

Pero, además de una singular filosofía del conocimiento y de una concepción de la conciencia humana como posibilidad de entendimiento y de discernimiento, la educación en medios implica también determinadas concepciones cívico-políticas. En este sentido, conviene situar la educación en medios en relación a dos polos de actuación que, a veces se presentan como contradictorios, y a veces como complementarios. Por un lado, el que se centra en la consideración de la libertad y autonomía del individuo y por otro, el que pone el acento en la necesidad del establecimiento de normas sociales de protección de los derechos individuales y colectivos.

En el cruce de estos dos polos ha surgido la educación en medios. De hecho, se ha desarrollado, como veremos, en situaciones ambivalentes. Por un lado, se relaciona con el deseo de aprovechar las potencialidades que –tanto desde el punto de vista instrumental como cognitivo– despierta la existencia de nuevos medios de cara a la realización del individuo y de la Humanidad. Cada vez que ha aparecido un nuevo medio de comunicación en la historia, se han despertado utopías y profecías optimistas sobre sus potencialidades.

Por otro, se relaciona también con la prevención, incluso con el temor que suscita el poder que se atribuye a estos nuevos medios y la consiguiente necesidad de regular y controlar su expansión y su uso. En este segundo sentido, por ejemplo, es frecuente encontrar asociadas la educación en medios y el sentimiento de la vulnerabilidad –del niño o del ciudadano– ante los medios, y, como consecuencia, la necesidad de regular y proteger.

Generalmente, el discurso sobre la confianza en el progreso de la libertad, autonomía de la persona y en el desarrollo de sus potencialidades se corresponde con una actitud optimista sobre los desarrollos de la comunicación, que los medios no dejarían de acrecentar. Por otro lado, la actitud de reserva y defensa de una acción protectora ante los posibles efectos negativos de los *media* se corresponde con una actitud pesimista ante algunos desarrollos de los nuevos medios.

Esta ambivalencia se cruza, habitualmente con los impulsos que provienen del mercado y de los estados. Generalmente, las fuerzas del mercado, que promueven nuevas tecnologías, y,

sobre todo, los nuevos consumos que se asocian a éstas, se alían con los impulsos optimistas y liberalizadores de innovación, con la voluntad de aprovechar las nuevas posibilidades mediáticas, y suelen convertir el discurso sobre los media en una profecía de bienestar y felicidad. Como es obvio, tienden a minimizar las posibles disfunciones y subrayan los aspectos positivos. En este contexto, cualquier regulación, limitación o reserva al desarrollo mercantil de los medios, les parece una barrera. Son, por tanto, contrarios a cualquier medida de protección en relación con los grupos o individuos ante los *media*.

Por otro lado, habitualmente, los estados, por su parte, atentos a cualquier laguna o falla del mercado, subrayan la existencia de derechos de los ciudadanos ante los *media* y tienden –con énfasis variable– a actitudes de corte regulador y normativo que se basan, a menudo, en la necesidad de establecer áreas de protección (esto, por ejemplo, es bien evidente en relación a niños y jóvenes ante los *media*) de los derechos de los ciudadanos.

Sin abundar demasiado en el tema, desde nuestro punto de vista, la educación en medios debe situarse en el punto medio de ambas tendencias. La educación en medios, que tiene como objetivo final el ensanchamiento de la conciencia individual y colectiva y su liberación de restricciones, es una apuesta en favor del enriquecimiento de las potencialidades críticas del individuo, por su capacidad de discernimiento y de elección. En este sentido, la apuesta por la autonomía y sus postulados son compatibles con el énfasis –teórico o práctico– puesto por los defensores del mercado en la soberanía del los individuos y en su capacidad de elección. Ahora bien, salvaguardando el valor de la búsqueda de autonomía, la educación en medios se ve enriquecida, tanto en sus objetivos como en sus procedimientos, de la existencia de políticas reguladoras de protección. De hecho, la educación en medios se ve favorecida por los por la consolidación de los principios en que se suelen amparar estas políticas de protección y de regulación. Es frecuente, que tales políticas pongan el acento en asegurar, en la práctica, los derechos del individuo ante los *media* y en tutelarlos mediante legislaciones que ofrezcan garantías concretas. Con su actitud vigilante de los derechos y de la protección de los elementos vulnerables, acaban suscitando debates, conceptos e ideas que contribuyen a la toma de conciencia sobre los problemas mediáticos en general y favorecen la educación en medios.

En este sentido, podemos afirmar que la tensión entre el discurso propio del mercado y el discurso propio de estado favorece, aunque desde puntos de vista diversos, el desarrollo de la educación mediática y, en este punto, resultan compatibles. De hecho, la búsqueda de autonomía que pretende la educación en medios se concibe, no sólo como un fin en sí misma, sino como una respuesta útil ante probables situaciones de vulnerabilidad que deben ser protegidas si se quieren salvaguardar derechos fundamentales.

La condición para que esto se produzca es que la educación en medios a) sepa guardar un equilibrio saludable entre el aprovechamiento que brinda a la realización de la persona las oportunidades positivas de los nuevos desarrollos mediáticos –pregonados con mucho énfasis por el discurso del mercado– y b) sepa, al mismo tiempo, poner de relieve mediante la crítica y el análisis los aspectos negativos de éstos y, consiguientemente, potenciar acuerdos y consensos sobre su autocontrol y regulación.

Guardando este equilibrio, la educación en medios será un ejercicio crítico de análisis y de discernimiento, equidistante del optimismo del mercado y, al mismo tiempo, de la crítica de carácter defensivo.

El estilo de la educación en medios debiera, pues, combinar el reconocimiento realista de lo que son las nuevas posibilidades mediáticas con la crítica y la búsqueda de alternativas ante algunos riesgos que presentan los medios.

6. El desarrollo de la educación en medios

Conocidos los principios filosóficos y políticos de la educación en medios, concretemos, ahora, su desarrollo preciso: ¿Cómo situar y desarrollar la educación en medios en el amplísimo espacio de la educación en las sociedades actuales?

Desde nuestro punto de vista, el terreno prioritario de la educación en medios es, sin lugar a dudas, el sistema educativo, pero no puede dejar de abarcar otros campos como son la familia, la sociedad civil y el propio espacio mediático.

La incorporación de la educación en medios al sistema educativo afecta, en primer lugar, a los programas de estudio, a los currícula, pero no es sólo cuestión de programas de estudios, de objetivos curriculares o de elaboración de contenidos, sino que

afecta profundamente al tiempo-espacio-contexto educativo. Cuando se trata de la educación en medios en la familia, nos estaremos refiriendo no sólo a la instrucción que pueden proporcionar los padres o tutores, sino a los usos y a los contextos de uso referidos a los medios, a las posibilidades que suscitan y a las posibilidades que cierran. Nos estaremos refiriendo a la cotidianidad del hogar y a su estructuración mediática. Cuando nos refiramos a la sociedad civil, estaremos señalando la relación entre asociacionismo y educación en medios, a las condiciones de acceso y participación mediáticos y a los climas de opinión que pueden producir estas condiciones. Hay que reconocer que, los propios medios pueden jugar un papel fundamental a la hora de potenciar la educación en medios.

Finalmente, al referirnos al espacio mediático en que puede desarrollarse la educación en medios habaremos de la reflexividad, de los medios, es decir, de la capacidad (o incapacidad) que tienen para referirse a sí mismos, para ser, en sí mismos objetos de interrogación y de diálogo y, en fin, de las posibilidades que tienen de potenciar corrientes educativas en relación con los lenguajes, las tecnologías y los procedimientos que les son propios.

A continuación nos iremos planteando las estrategias de desarrollo posible en cada uno de estos campos.

7. Currículum y educación en medios

¿Cómo impulsar en las escuelas la educación en medios?, ¿cómo crear programas relacionados con ella?, ¿con qué recursos contar?, ¿con qué profesorado?, ¿y en qué tiempos y contextos? Una respuesta precisa debería partir de la consideración pormenorizada de cada currículo particular (Domaille y Buckingham, 2001)³, pero es posible tomar en cuenta algunas consideraciones de tipo general.

Empecemos por la educación escolar (queremos referirnos aquí a la educación primaria y secundaria). La incorporación de la educación en medios, desde mi punto de vista, tiene que hacerse en un doble movimiento:

- ◆ De un lado planteando la *transversalidad y la convergencia* de contenidos en diferentes disciplinas (ya consolidadas en la mayoría de los currícula educativos europeos). O sea, reforzando, ampliando o focalizando contenidos

ya existentes en asignaturas con larga tradición entre nosotros. A saber, y sin ánimo de citar todas: la enseñanza de la expresión oral y la escritura, la educación plástica, la educación musical, la enseñanza de la lengua y la literatura, las asignaturas relacionadas con el conocimiento social, la informática, la expresión estética, la historia del arte, las tecnologías, la filosofía, la enseñanza de idiomas clásicos o segundas y terceras lenguas, etc. En todas y cada una de ellas habrá contenidos que tienen que ver con los medios de comunicación. Se trata entonces de lograr una auténtica sistematización de todos esos contenidos. Alcanzar que el conjunto de esas enseñanzas sea coherente y, en cierta manera, completo. O sea, que estructuren un cuerpo de conocimientos compatibles y progresivos que aseguren un itinerario pedagógico adecuado a los estudiantes.

- ◆ De otro lado, abriendo *espacios de integración y unificación*, es decir, incorporando progresivamente al currículo: a) asignaturas específicas de educación en medios (o comunicación), b) actividades curriculares de síntesis de conocimientos que se relacionen con la educación en medios, es decir, por ejemplo, producción de medios de comunicación escolares (web-site de centros educativos, periódicos, radios o televisiones escolares, producción audiovisual y multimedia, plataformas de relación con medios de comunicación existentes, etc.).

La transversalidad supone un esfuerzo combinado de localización, comparación, homogeneización, eliminación de redundancias, planificación, en definitiva de sistematización.

No es una tarea fácil. Tiene que suponer, de hecho una revisión vertical y horizontal de los currícula existentes. Implica un esfuerzo de integración conceptual y terminológica que dista de estar resuelta. Y supondrá, sin duda, la proposición de cambios, ajustes y modificaciones en las materias de larga tradición, así como en otras de reciente implantación. Pero la dificultad que se plantea se ve compensada, en todo caso, con un aliciente estimulante: puede implicar a profesores y expertos de muy diferentes materias que van a encontrar satisfacción en la búsqueda de entendimiento y relación con otras asignaturas, otros puntos de vista y, sobre todo, con la inmersión en la modernidad.

En lo que se refiere a la creación de nuevos espacios, las dificultades son de otro tipo. El espacio curricular es caro y está siempre muy disputado en todos los programas escolares. Hay siempre poco tiempo para muchas tareas y si los nuevos temas pugnan por encontrar sitio, las materias de siempre se resisten a perder el espacio ocupado.

En este sentido, crear asignaturas o materias de educación en medios –como parecería aconsejable– no será fácil y se hará lentamente. Ocasionalmente, puede aprovecharse un movimiento de reforma o algún cambio legislativo, pero lo probable será encontrar bastantes resistencias. La opción puede ser entonces ensayar un doble camino. Por un lado aprovechar la existencia, si las hubiere, de materias optativas o de libre creación programación por parte de los centros y los profesores. Con el paso del tiempo, si estos espacios se aprovechan se pueden ir dando las condiciones para la instauración de asignaturas relacionadas con la educación en medios.

De cualquier modo, y sea cual sea la estrategia posible, lo cierto es que la educación en medios tiene que desarrollarse desde la escuela primaria y tiene que alcanzar hasta los niveles secundarios. Cada edad requiere un tratamiento y un desarrollo de contenido específico. Muy probablemente, en los primeros niveles de enseñanza, la formación en medios deba relacionarse con los hábitos y estilo de consumo, con las modalidades de expresión; más adelante, se tratará de estudiar y analizar los diferentes lenguajes y, progresivamente, habrá que procurar introducir enseñanzas críticas y recomendaciones para el acceso y la participación en relación con los *media*. También es probable que dada la naturaleza de la organización de los estudios primarios y su flexibilidad, será más fácil introducir la educación en medios en las primeras etapas escolares que en la enseñanza secundaria donde los currícula son más apretados y menos flexibles,

Más factible, en una primera instancia, nos parece lograr espacios prácticos en relación con la educación en medios. Éstos se presentarán en la forma de actividades complementarias, talleres de producción, medios escolares, acceso a medios locales, etc. Será una forma de introducir el conocimiento y la práctica de los medios en los centros escolares. Tendrá la ventaja de que constituirán actividades que favorecerán la visibilidad de la escuela y la motivación de los alumnos, pero, como contrapartida, presentan el inconveniente de su escaso reconocimiento académico en forma de créditos o evaluación. De este modo, sin

duda, alcanzarán a proporcionar a las escuelas un buen entorno para la educación en medios, pero de manera periférica, sin que quepa esperar de él lo que sí supondría una consolidación de una materia concreta. Sin embargo, son de todo punto imprescindibles dentro de una estrategia global de educación en medios.

8. Educación en medios e info-alfabetización

La constitución de la sociedad de la información está imponiendo un nuevo entorno comunicativo: nuevos medios y lenguajes que imponen nuevas competencias. La educación en medios será un espacio educativo que permitirá una mejor adaptación a este nuevo medio y facilitará y estimulará las habilidades necesarias para el desarrollo personal y colectivo.

En este sentido, se da un amplio campo de intersección entre la educación en medios y lo que podemos denominar la info-alfabetización, es decir, el conjunto de competencias propias del medio informático en la sociedad de la información. Pero conviene tener en cuenta que la enseñanza de habilidades informáticas no puede confundirse con la educación en medios, porque esta última abarca un campo más amplio y porque la info-alfabetización, generalmente, tiene un carácter meramente instrumental que no se corresponde con la orientación que desde nuestro punto de vista debemos dar a la educación en medios. Recuérdese el énfasis en el aspecto de conciencia crítica que señalan las sucesivas definiciones de educación en medios de la UNESCO: «Identify the sources of media texts, their political, social, commercial and/or cultural interests, and their contexts: a) Analyze, critically reflect upon and create media; b) Interpret the messages and values offered by the media; c) Gain, or demand access to media for both reception and production; d) Select appropriate media for communicating youngsters' own messages or stories and for reaching their intended audience» (UNESCO, Conferencia de Viena, 1999).

La info-alfabetización, contemplada en su aspecto funcional, constituye, de hecho, un saber instrumental que permite realizar nuevas tareas en el marco de la sociedad de la información. Pero la educación en medios es algo más que una formación instrumental y práctica, es una adquisición de conciencia, permite la construcción del sentido y, de este modo, orientar las capacidades operativas que se exigen en la sociedad de la información.

Las exigencias sociopolíticas y de mercado están potenciando el rápido desarrollo de la info-alfabetización, pero con la adquisición de la info-alfabetización no acaba lo que sería una educación en medios. La primera pertenece al paradigma de las necesidades tecnológicas, en la medida en que las tecnologías informáticas requieren en los usuarios ciertas competencias técnicas. La ecuación forma parte del paradigma de los saberes que ensanchan la conciencia cívica y humana.

Una reducción de la educación en medios a la info-alfabetización sería un reduccionismo tecnocrático. Mientras que la inclusión de la info-alfabetización en el paradigma de la educación en medios supondría la inclusión del aprender a hacer dentro del campo más amplio y significativo del aprender a ser, o sea, la inclusión del saber tecnológico en el campo más amplio de la adquisición de la conciencia y del sentido.

En todo caso, la educación en medios en la actualidad tiene que aprovechar el enorme potencial de cambio, de estímulo y de cambios de perspectiva que está imponiendo la obligada info-alfabetización como un medio ideal para la adquisición de una conciencia crítica adecuada. El pensamiento crítico puede desarrollarse con mayor facilidad en los momentos en que las seguridades establecidas empiezan a cuestionarse y los modos de hacer se someten a cambios bruscos. Justamente esto es lo que está ocurriendo en nuestros días.

9. Los medios escolares

Un camino que debe ser explorado y experimentado con objeto de potenciar la educación en medios es el desarrollo de medios escolares. Llamamos aquí «medios escolares» a los medios que surgen en el entorno escolar y son realizados por los escolares: periódicos y revistas, publicaciones-web, radios escolares, televisiones, etc. Estos medios surgen en el ámbito de las actividades escolares o extra-escolares e implican a los estudiantes en prácticas y producciones que, de algún modo, se asemejan a las tareas de los medios profesionales. Pero están dirigidos a los públicos que componen el entorno escolar y tratan, generalmente, de problemas que les afectan. Muchos de ellos sirven de auténticos campos de experimentación de aprendizaje mediático. Ayudan a los estudiantes a familiarizarse con los procesos de producción y les involucran en los circuitos de difusión y consumo, les proporcionan auténticas experiencias de comunica-

ción mediada y les acercan, así, a la lógica de los grandes medios.

Los medios escolares hasta hace bien poco estaban restringidos en su difusión e impacto a espacios locales y a comunidades próximas. Con Internet han superado ese espacio y han alcanzado potencialidades planetarias. Esto está permitiendo relaciones y contactos entre escolares alejados entre sí, con lenguas y culturas diferentes que pueden compartir, sin embargo, experiencias cercanas. Además está dando lugar a la aparición de comunidades virtuales que enriquecen los procesos educativos y confieren nuevas perspectivas a los jóvenes dándoles un sentido de pluralidad, y de integración internacional hasta ahora difícil de adquirir. Obviamente, estos procesos enriquecen las tareas educativas, al tiempo que suponen una potenciación de la educación mediática.

En su conjunto, los medios escolares pueden constituir nuevas formas de proyección de la escuela en su entorno cercano –y lejano– y se convierten en plataformas de relación y de contacto que requieren –y, consiguientemente, potencian– habilidades de educación en medios. Es posible que un impulso sistemático de estos medios, por parte de las autoridades educativas, junto a las nuevas posibilidades que brindan las nuevas tecnologías –cada vez más ligeras y accesibles– pueda hacer de los medios escolares una de las mejores herramientas de la educación en medios en el futuro inmediato.

10. Familia y educación en medios

Otra dimensión de la educación en medios pasa por el hogar y la familia. La educación familiar no sólo precede al tiempo escolar, sino que, en casi todo momento acompaña la influencia de éste. Los hábitos, modos y estilos de consumo de medios en el hogar son decisivos para forjar la actitud mediática de los niños y jóvenes. Y casi cualquier esfuerzo de educación en medios que se haga desde la escuela será vano si no se compatibiliza con el contexto familiar. Aquí, el papel de los padres es fundamental.

Recientes estudios llevados a cabo en diversos países europeos –como modelo el de Livingston, 2002–⁴ ponen de manifiesto que los padres, en un hogar que dispone cada vez de más acceso a los *media*, tienden a desentenderse del consumo mediático de sus hijos, intervienen poco en la elección de programas, y acompañan me-

nos el consumo mediático de sus hijos. La incorporación del ordenador, de los juegos interactivos y, sobre todo, de Internet está encerrando a los adolescentes y jóvenes cada vez más en sus propias habitaciones, separándoles del salón común en la casa y conduciéndoles, cada vez más, hacia consumos solitarios e intensivos. En todos estos casos, la educación en medios en el hogar está casi totalmente ausente.

Los niños y adolescentes prefieren conducir ellos mismos la relación con los *media*. Soportan difícilmente el control de sus padres y encuentran en ellos pocas oportunidades de diálogo y referencia, sobre todo en lo que se refiere a nuevas tecnologías. Por otro lado, la agregación de los tiempos de consumo dedicados a la música, Internet y televisión, además de juegos de ordenador, ofrece cifras en constante aumento. Y si a esto se añade la tendencia a la privatización personal y doméstica de los *media* –cada vez es más frecuente que los niños dispongan de un completo aparato mediático en su propia habitación– es obvio que entramos en un nuevo tipo de hogar. Sobre cómo deba, en este contexto, procederse a la educación en general y a la mediática en particular, hay poco escrito y experimentado. Los padres se sienten, así, desconcertados y no alcanzan a encontrar posibilidades de diálogo con los hijos. Además, en la medida en que las condiciones de la vida cotidiana se hacen difíciles, aumenta el tiempo de trabajo, y el tiempo dedicado a la casa se reduce, los progenitores tienen pocas posibilidades de resistir los conflictos con los hijos que, inevitablemente, genera la educación y tienen tendencia en confiar a los medios la tutela de sus hijos. De nuevo, la educación en medios tiende a desaparecer y, paradójicamente, nos encontramos con una tendencia innegable: voluntaria o involuntariamente, los padres tienden a delegar la formación de sus hijos a los *media*; en lugar de educación en medios nos solemos encontrar con una educación mediada.

En este contexto, el objetivo y el esfuerzo por recuperar el sentido de la educación en medios nos parece muy importante. Es preciso crear condiciones para que los consumos mediáticos de los hijos estén participados por el conocimiento y la actuación de los padres, para que éstos puedan controlar los malos hábitos de consumo y sus excesos, y para que puedan participar activamente en relación con los contenidos de riesgo de los *media*, especialmente la televisión: contenidos violentos, pornográficos, sexistas, discriminatorios, consumistas, etc. Finalmente, es preciso potenciar el que los padres y las madres conduzcan la

riqueza mediática de que gozan sus hijos hacia contextos educativos y satisfactorios en sentido amplio.

Para crear estas condiciones, hay que suponer que los padres estén informados de la importancia de su función en relación con los medios, que dispongan de algún tipo de estrategia pedagógica al respecto y, finalmente, que tengan de las posibilidades prácticas de llevarla a cabo. No es, en general, el caso de muchas familias. Lo habitual es que en los hogares se confíen los hábitos mediáticos a la improvisación, las rutinas y los comportamientos pasivos y que, en ese contexto, a los hijos se les abandone pronto a su propia suerte mediática.

Para cambiar esta situación será preciso hacer un amplio esfuerzo que tendrá que combinar campañas educativas con tareas de sensibilización y orientación. En este esfuerzo habrán de intervenir tanto los poderes públicos como la sociedad civil, y su articulación con la educación en medios que se practique en las escuelas jugará un papel fundamental.

11. Sociedad civil

Este tercer sector social, que no es estado y no interviene en el mercado, y que se denomina «sociedad civil» tiene que jugar un papel fundamental en la educación en medios. De hecho, está ya jugándolo. Cada vez es más notorio la presencia en diferentes países europeos de asociaciones profesionales de educadores, asociaciones de padres, de profesionales, de movimientos políticos y religiones, y de jóvenes que tienden a denunciar situaciones de riesgo en relación con los *media* y a impulsar la concienciación y la educación sobre los mismos. En general, cada una de estas asociaciones tiene un estilo propio y tiende a ocuparse de aspectos diferentes, pero en su conjunto alcanzan a constituir un tejido de inquietudes y actitudes ante los medios cada vez más sistemático y completo.

Tales asociaciones van acrecentando su poder en relación a los *media*. Empiezan a constituirse como una especie de *lobby* en relación a temas específicos (educación, contenidos violentos, sexismo, etc.) se hacen paulatinamente más influyentes. Recientemente es apreciable la tendencia a crear plataformas de relación entre ellas y a participar en cuantas instancias de tutela o regulación tienen oportunidad. En este proceso es evidente que su capacidad para denunciar riesgos o abusos, para despertar

debates y polémicas, y para presentar propuestas y sugerencias de actuación está contribuyendo a la creación, en el campo de la opinión pública, de una especie de currículo de educación en medios. Sus intervenciones, sus documentos y declaraciones, aunque aún no hayan logrado una notoriedad suficiente, van a representar, sin duda, una de las dimensiones de mayor actividad de educación mediática en un tiempo no muy lejano.

12. Instancias de regulación

A los diversos, consejos, autoridades, ministerios, foros y otras plataformas que se encargan, en diferentes países de la regulación, control o supervisión de los medios de comunicación les corresponde también un papel fundamental en la educación en medios. Hemos conocido recientemente y en diversos países informes, estudios y documentos que, realizados en relación con los medios, han despertado vivas polémicas y han amparado determinadas acciones legislativas o de regulación: obligación de señalar los programas de televisión que no sean recomendables para jóvenes; el señalamiento de ciertos horarios de exclusión de contenidos de riesgo en televisión; potenciación de programas infantiles, culturales y educativos; la creación de códigos específicos para el tratamiento de ciertos temas; la protección obligada de los menores ante ciertos contenidos mediáticos, etc. Buena parte de ellos, no sólo promueven la educación en medios, sino que son en sí mismos instrumentos privilegiados para la educación social en medios. Y ello, con independencia de la polémica que puedan suscitar y de la discusión sobre la aplicabilidad o no de sus normas, porque, en su conjunto, contribuyen a sensibilizar a la opinión sobre temas obligados de cualquier programa o acción de educación en medios.

Por otro lado, la mayoría de estas instancias de regulación constituyen o promueven la existencia de cauces de participación social con respecto a los *media*. Tienden a la creación de acuerdos generales entre los diferentes actores mediáticos y fomentan la aceptación de códigos de auto-regulación. Muchas de estas acciones están aún en ciernes, no han llegado a alcanzar una tradición suficiente o, incluso, son sólo testimoniales. Pero, en su conjunto, suponen una iniciativa sólida, cualitativamente importante, que potencia la participación y el acceso y que estimula el diálogo y el acuerdo en relación con los *media*, o sea, suponen un

estímulo provechoso para el desarrollo de la educación en medios.

13. Estrategia de aplicación

¿Cómo desarrollar el cambio en los programas educativos que necesita la educación en medios en Europa? Para que el cambio no sea sólo nominal, son necesarios: a) cambios legislativos que introduzcan modificaciones curriculares y sus correspondientes cambios en el espacio-tiempo-contexto escolar; b) Un clima social favorable al cambio; c) La existencia notoria de un cuerpo de conocimientos y de los materiales didácticos correspondientes para el ejercicio de la educación en medios; d) Un cuerpo de profesores con voluntad y capacidad suficiente para desarrollar estas nuevas enseñanzas.

Los cambios legislativos son lentos y costosos y dependen de las reglamentaciones y protocolos establecidos en cada país. Suelen ser, en la mayoría de los casos, el resultante de un proceso que el detonante de un cambio. Desde mi punto de vista, para llegar a ellos hay que poner en marcha, previamente, una serie de procesos desencadenantes que tienen que ver con el resto de las dimensiones señaladas. Los enumeraré con brevedad:

- ◆ Es preciso potenciar la existencia de *colectivos, asociaciones, y grupos de trabajo*, tanto de profesores como de estudiantes y de tutores y de profesionales interesados en el diálogo con los medios. Estos grupos van a ser los actores más dinámicos en relación con la introducción del cambio curricular y educativo en general. En estos momentos, con mayor o menor intensidad, estos grupos existen en casi todos los países de Europa. Pero para estimular su desarrollo se hace necesario promover plataformas de relación y de contacto entre ellos, con el objeto de intercambiar experiencias, puntos de vista y compartir estrategias de actuación.
- ◆ Es necesario impulsar *cambios curriculares dentro del sistema educativo*. Para ello será preciso un estudio detallado de las posibilidades y limitaciones que ofrecen los diferentes currículos de los diferentes países y estudiar los diferentes medios de conseguir resultados equivalentes.

- ◆ Es preciso, impulsar una *conciencia pública de educación en medios* que vaya más allá de la escuela, que implique a otras instancias culturales y educativas de la sociedad y a los mismos medios de comunicación. En este sentido, cualquier instrumento que ayude a la creación de conciencia resulta positivo: manifiestos, compromisos públicos, acuerdos institucionales, campañas, etc.
- ◆ Hay que *incorporar la educación en medios en la familia*. Se trata, pues, de impulsar iniciativas de educación formal y de educación informal; de promover actividades en los centros educativos, tanto como de potenciar actividades que impliquen a las familias y a los jóvenes fuera de los recintos escolares.
- ◆ La *educación para el ocio de los jóvenes* tiene que tener una dimensión específica para la educación y deben crearse oportunidades para que las experiencias de participación y acceso a los medios enriquezcan el ocio juvenil
- ◆ Los *medios locales* tienen que prestar una atención destacada a la relación con el sistema educativo y a los medios escolares, deben amparar y estimular cualquier acción de educación mediática que contribuya a estimular la educación en medios.
- ◆ Las *autoridades de regulación* deben buscar potenciar la existencia de una dimensión de educación en medios en relación con sus diferentes iniciativas. Esto contribuirá a la afirmación de sus políticas y a la creación de una conciencia pública adecuada.
- ◆ Los *medios de comunicación*, sea cual sea su carácter – público o privado–, tienen que estimular la creación de espacios destinados a la educación mediática y al acceso y participación de las audiencias. Naturalmente esto corresponde con mayor responsabilidad a los medios públicos y dentro de ellos a los que cumplen funciones educativo-culturales.
- ◆ Las autoridades políticas deben establecer medidas de impulso, promoción y financiación de medios y productos mediáticos que contribuyan a crear *un entorno mediático adecuado a las necesidades educativas y culturales* de la ciudadanía. Este entorno será la mejor contribución a una educación mediática positiva.

- ◆ Los parlamentos y las autoridades deben asegurar cuantas medidas correspondan a una adecuada *protección de niños y jóvenes* en materia de medios de comunicación.

Notas

¹ UNESCO (Ed.) (1999): *Educating for the media and the digital age*. Vienna, Conference.

² Id.

³ DOMAILLE, K. y BUCKINGHAM, D. (2001): *Youth media education survey*. París, UNESCO, Sector of Communication and Information, noviembre.

⁴ LIVINGSTON, S. (2002): *Young people and new media*, Londres, Sage.

Referencias

FUENTES, C. (2002):

CASTELLS, M. (1999): «La sociedad en la Red», en *La era de la información*. Madrid, Alianza.