



Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación

ISSN: 1133-8482

revistapixelbit@us.es

Universidad de Sevilla

España

Amar, Víctor

LA EDUCACIÓN EN MEDIOS DIGITALES DE COMUNICACIÓN

Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación, núm. 36, enero, 2010, pp. 115-124

Universidad de Sevilla

Sevilla, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36815128009>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

LA EDUCACIÓN EN MEDIOS DIGITALES DE COMUNICACIÓN

Víctor Amar
victor.amar@uca.es

Universidad de Cádiz (España)

El sentido de este artículo es presentar una reflexión sobre la necesidad de la educación en medios digitales de comunicación en el presente siglo XXI. Las Tecnologías de la información y la comunicación (TIC) están modificando la práctica y la investigación de la educación en su conjunto. Asimismo, en el texto lo relevante radica en establecer las relaciones entre los avances tecnológicos y la educación digital. Palabras clave: Educación en medios digitales, TIC, Educación y comunicación

The aim of this article is to present the reflections extracted about the necessary of The education in digital media of communication in de 21st century. The New Technologies (TIC) are guiding the educational practice and researcher that are developing of the education in his set. Then, in the present article the importance is exposed the relations with the technological advances and the digital education. Keywords: Digital Education, TIC, Education and communication

«¿Será capaz la educación de preparar a los ciudadanos en el dominio de la comunicación al mismo tiempo que les ayuda a preservar su personalidad propia y sus capacidades creadoras?»
Dieuzeide

1. Para presentar una necesidad

Un hecho sin precedente en la historia de la humanidad ha sido la revolución mediática que se ha experimentado en las dos o tres últimas décadas pasadas. El mensaje se recibe y se vuelve a emitir de manera instantánea y, sin género de dudas, con la particularidad de estar en red; o sea interconectados con otras personas de entornos muy diferentes y, a veces, en la distancia (lo que no admitimos que ha de ser distante). Vernos y oírnos puede ser habitual, así como la transferencia o recepción de archivos que hacen que nuestro conocimiento se actualice o se contraste. Un

complejo cambio social, político, ideológico... e inclusive educativo y económico que erigen a la educación en medios digitales de comunicación no sólo en un atractivo de la contemporaneidad sino, también, en una necesidad imperiosa para estar conectado a la realidad del siglo XXI.

Los medios de comunicación han cambiado la cotidianeidad y han modificado conductas y hábitos de la ciudadanía. El mundo se encuentra interconectado y ello es un valor en alza. La sociedad mediatizada es aquella que nos permite estar comunicados a través de dispositivos y generando discursos que inciden sobre la ciudadanía, del mismo modo

que nos permite soñar con los ojos abiertos, aproximándonos realidades, haciéndonos imaginar situaciones, etc. Algo parecido, en realidad y sin tener que imaginarlo pues es una evidencia global, a lo que el comunicólogo francés Armand Matherlar (1996) llamó la “mondialisation de la communication” (*mundialización de la comunicación*)... donde los discursos mediáticos *patinan* y cohabitan entre la población posibilitando un estado o situación anímica, de conocimiento, de sensibilidad, de conexión... en definitiva, generando un saber social dependiente de la fuente y la manera en que se difunde.

Sin embargo, en la actualidad, parte de la producción se mide por el caudal de información (a veces de conocimiento) que circula por un estado. Una de las características de esta revolución tecnológica se basa en su riqueza en el sector cuaternario, haciéndose coincidir con la producción y distribución de la información, además de las necesidades y posibilidades de comunicación que tenga la ciudadanía. Algo que ha generado una especie de cuarto mundo irreversiblemente ligado a la cotidianeidad del siglo XXI, generando bolsas de excluidos y excluidas que miran al desarrollo tecnológico de soslayo y están constituyendo un ecosistema vital alejado de la emergente comunicación e información a través de las múltiples pantallas; es decir, una especie de *ghetto* tecnológico digital y mediático que se abre camino en el día a día.

«La realidad entre infopobres e infopobres, la dicotomía social y económica entre estos dos segmentos tecnológicos es tan evidente como que el mundo, el desenvolvimiento de una parte del mundo, está en función de la cotización del índice nasdaq o de la mera inclinación de un satélite. Las fronteras ya no están en la tierra sino en los niveles de cotización y en el espacio, o sea el ciberespacio. El fraude del advenimiento de la tecnología es una

evidencia. Se habla de fisura o, tal vez, de apartheid digital. E, igualmente, se ha generado una cibercultura de clases donde el proceso de producción no es lo fundamental sino, más bien, la lucha se centra entre los que la controlan y los que desean acceder a ella, pues a la postre tecnología es poder y este poder imperioso ha generado una lucha de clases cibernética que conforma diferentes ritmos de acceso y metabolización de la información y de la comunicación» (Amar, 2005: 180).

Pero lo más grande de esto es que todavía lo mejor (para los tecnofóbicos o tecnopesimistas lo peor) queda por venir. De lo que hemos sido testigos no es más que una avanzadilla de lo mucho y variado que nos queda por conocer. Por esta propuesta de cantidad y calidad es por lo que la escuela o la Universidad (en definitiva toda la comunidad socioeducativa) no debe quedar al margen de la contemporaneidad; ha de ser consciente y tener lucidez para apuntarse al “carro” de los nuevos tiempos y aprender con y de ellos.

«Así pues, la educación en materia de comunicación ha tenido unos orígenes burgueses y profundamente paternalistas. Reacción oscura de los que contemplaban con espanto los curiosos gustos y burdos hábitos de quienes estaban por debajo de ellos en la escala social, y desaprobaban lo que ellos veían (...). Es decir, se podía asimilar la discriminación a la preferencia por los gustos intelectuales ‘serios’ en materia de comunicación de los profesores y no por lo que ofrecían los medios de comunicación populares ávidamente consumidos por sus alumnos» (Masterman, 1984: 146-147).

En todo este contexto de cambios, y si nos lo permite de confusión mediática, lo interesante ha de ser contribuir al consumo racional e inteligente de los medios digitales, así como al desarrollo de posibilidades para que el tradicional receptor pasivo se convierta en un emisor igualmente activo y crítico ante la vorágine mediática. A la postre, se vuelva un poco más responsable.

Tal vez, estemos ante una temática que no precisa de una presentación. No obstante, hemos creído pertinente hacerla para mostrar al lector nuestra predilección por la temática, así como empezar a compartir la necesidad de una idónea en educación en medios digitales y manifestar una cierta necesidad para educar en estos tipos de medios tecnológicos y emergentes.

2. Por una educación en medios digitales

Es arduo y complica incentivar un cambio en la sociedad con respecto al uso, mal uso o abuso de los medios digitales. Existe una fuerte impronta comercial y esnobista que potencia el consumo desmesurado. Han bajado los precios, las ofertas se suceden y se nos ha creado la necesidad de tener un ordenador (en ocasiones varios) en el hogar sinónimo de bienestar, interconectividad, hasta de facilidad para el aprendizaje. Todo ello, en cierto modo, tiene parte de razón, pero detrás de esta invitación subyace una intención y se obvian aspectos interesantes. Como, por ejemplo, la necesidad de una alfabetización en medios digitales, o bien el desarrollo de unos criterios para desenvolver el sentir crítico ante tanta vorágine comunicativa e informativa. Es decir, ambas secuencias apuntadas en la frase anterior quieren hacer alusión a la necesidad de contar con mecanismos de calidad frente a la propuesta de cantidad que se está extendiendo en el conjunto de la sociedad con respecto a los medios digitales de comunicación.

Ahora bien, tal vez, desde la educación reglada, es decir la escuela o la Universidad, se debe preparar y prepararse para los nuevos desafíos de la comunicación y acercarse al saber social que hay en los medios. Éstos no son meros transmisores, sino que se deben

contemplar con otros ojos más dinámicos y receptivos. No es debatir o dejarse atrapar por un nuevo canal, sino es darle sentido y utilidad, integrándolo en el curriculum. No es más de lo mismo, sino más y mejor. De qué vale introducir un nuevo medio, en este caso digital, en la escuela, en el instituto o en la Universidad si lo seguimos utilizando como un simple recurso para transmitir lo que el docente u otro aparato analógico podría hacer. Con ello, la educación en medios exige un cambio de mentalidad en el profesorado y, de este modo, un uso diferente al acostumbrado.

Probablemente, nos valga el enunciado del artículo del profesor murciano, Juan M. Escudero Muñoz (2007: 24-26) sobre la “formación del profesorado, esa asignatura siempre pendiente” para exigirnos actualización y calidad en nuestra formación, además de retomar la necesidad de un curriculum optimista y optimizado. Una idea del currículo apoyada por el catedrático gallego Jurjo Torres (2001) que nos invita a reflexionar sobre lo qué enseñamos y cómo lo enseñamos, además de a quién y dónde, así como para qué. En este sentido, no queremos cargar de más responsabilidades al profesorado que interactúa en el aula... simplemente, apuntaremos que hemos de admitir como docentes que los tiempos han cambiado y, con ello, también el currículo y las responsabilidades de y con relación a éste y, por supuesto, con la propia comunidad educativa y, asimismo, nuestro sentido en la sociedad.

Es decir, coincidimos con Area (1995: 5) cuando afirma sobre los medios (de comunicación) que nadie duda de su “poderosa influencia sobre los ciudadanos y de su importante potencial pedagógico”, lo que se necesita es utilizarlos como un arte (sinónimo de virtud, disposición y habilidad

para hacer algo). Contar con los medios como una manifestación de la actividad humana sería una actitud, mediante la cual (en este caso, la enseñanza) se expresa una visión personal que interpreta lo real o lo imaginado a través de recursos plásticos, lingüísticos o sonoros. Apartarnos del medio digital como un instrumento, exclusivista, que repite es comenzar a sacarle provecho al mismo. Mirarlo, leerlo o escucharlo sin más, es una visión apriorística y hasta poco sensata, que llega a cansar y quedar, en poco tiempo, tan manida como cualquier otro recurso de los que solemos introducir, habitualmente, en el aula.

Por otro lado, aprovechar el gusto generalizado del alumnado por los medios de comunicación ha de ser una ventaja a nuestro favor. Sacarle partido a esta inercia puede suponer hablarles en y con su propio *registro idiomático*; puede llegar a ser una experiencia grata para ellos, además de un modo de entender mejor las cosas que le pueden ser útiles para su desarrollo personal y profesional o, simplemente, para la sociedad a la que pertenecen y en la que se desenvuelven. E, igualmente, puede empezar a ser un buen pretexto para evitar todo lo relacionado con lo manipulativo y que el alumnado aprenda hacer frente a las exigencias del futuro.

En este sentido, Butts (1993: 243-244) se hace eco de las recomendaciones formuladas por los diferentes participantes en el coloquio "Education aux médias et nouvelles orientations", auspiciado por la UNESCO en la colaboración del British Film Institut (Gran Bretaña) y el Centre de liaison de l'enseignement et des moyens d'information (Francia), sobre la necesidad de la educación en medios de comunicación, señalándose:

1.La motivación de los estudiantes, de

manera que se tengan en cuenta sus gustos y preferencias, así como partir de las experiencias iniciales que tengan sobre los medios.

2.La fuerte motivación de los profesores que las impartan.

3.Su presencia notable y significativa en los planes de estudio.

4.Necesidad de formación y perfeccionamiento del profesorado.

5.Los programas de formación deben especificarse con claridad en lo que respecta al diseño y objetivos que se pretendan alcanzar.

6.La necesidad de colaboración de grupos de profesionales y de la comunicación que forman parte de la educación para los medios.

7.La necesidad de contar con recursos instrumentales convenientes y suficientes.

8.Y su concepción como algo más significativo que una simple aportación a los programas de estudio previamente establecidos.

Es por ello, que se hace más que necesaria la educación en medios digitales para que esto continúe siendo un modo de disfrute y de aprendizaje. Además de estar conectada con el currículum y, éste a su vez, con la realidad imperante. De lo contrario, se está impulsando lo meramente anecdótico y la utilización frívola.

«La implicación educativa del uso de medios tiene que ir unida en el diseño de actividades en clase. El conjunto de propuestas que se desarrollen tienen que potenciar el plano de la acción (implicación) y las actividades programadas para trabajar los contenidos deberán involucrar varios códigos a la vez. De igual modo la función del profesor como mediador es muy importante, ya que tiene que participar activamente en la construcción de los aprendizajes que realizan los alumnos. El educador tiene que intervenir sobre

todo orientando y guiando la construcción de aprendizajes significativos, conectando con el nivel de intereses y con la experiencia del alumno. Es necesario, por último, asegurar la relación de las actividades de enseñanza con la vida real» (Ballesta, 2002: 234).

Con la educación en medios digitales lo que se pretende es incentivar la mirada y no, precisamente, la prohibición, la censura, la omisión o la falta a la verdad. Desde la educación se ha de estimular el sentido crítico ante los medios impresos, audiovisuales o digitales, además de potenciar “las posibilidades de expresión creativa y de comunicación democrática más importantes que el mundo haya conocido” (Bazalgette, 1996: 136). Con el desarrollo del pensamiento crítico y la impulsión de los medios digitales en la educación se reactiva un posicionamiento activo que hace que cambie la vinculación con el conocimiento. No sólo su acceso sino, también, su manera de relacionarse y construirlo, reconstruirlo o deconstruirlo.

Con la educación en los medios digitales el conocimiento se extiende y flexibiliza a la vez. Es decir, ya no se encuentra depositado en exclusividad en las bibliotecas o lugares donde éste se encuentra alojado sino que está circulando por la red, actualizándose, además de poder contrastarse con otros documentos o puntos de vista, sea a través de un chat, en un foro, a través de una lista de distribución, con la creación y participación de un weblog, etc. Y en lo que se refiere a la flexibilización apuntaremos que el alumnado es quien decide el tiempo, el lugar (máxime a partir de los dispositivos móviles)... hasta decidir el grado de dificultad.

Ya no vale con aceptar libremente la existencia del currículo negado (aquel que no se imparte), ahora la responsabilidad del alumnado pasa por encontrar y preparárselo

con criterio y entusiasmo. Mientras que el docente ha de suscribir sistemáticamente la motivación que ha de involucrar este acto y proceder como un auténtico *maestro de ceremonia* afín y dispuesto a apoyar e incentivar. La independencia es un valor en alza y la disposición por aprender un acicate. De este modo, la escuela, el instituto y la Universidad se rescribe y adquiere una (re)dimensión con el advenimiento siglo XXI.

«(...) nos encontramos con la idea de que las tecnologías como la panacea que resolverá todos los problemas educativos. Creo que ya debe quedar lo suficientemente claro que para nosotros las tecnologías, independientemente de lo potente que sea son solamente instrumentos curriculares, y por tanto su sentido, vida y efecto pedagógico, vendrá de las relaciones que sepamos establecer con el resto de componentes del currículum. Y posiblemente, por no decir seguro, los efectos que se consigan vendrán más de las interacciones que se establezcan entre todos los elementos, de las metodologías que apliquemos sobre ellos, y del diseño concreto que se realice. El poder no está en la tecnología, sino en las preguntas y respuestas que nos hagamos sobre ella para su diseño, y utilización en investigación en la enseñanza» (Cabero, 2006: 11).

Para que este planteamiento se lleve a cabo hace falta una infraestructura previa y capacidades centradas en el hecho educativo digital. No se trata de utilizar los mismos recursos o plantear las mismas actividades, hace falta atender a las características de la enseñanza-aprendizaje en red. El hipermedia hará de anfitrión mientras que el hipertexto no es que sustituya al texto sino que lo complementa con otras funciones en pro de la lectura y la posibilidad de acceso en red a otras páginas que vinculan al saber. La heterarquía como el quehacer donde participan varios autores de un texto adquiere una extraordinaria relevancia. Ahora, la ausencia y no obligatoriedad de conclusiones

y la cohabitación de diferentes autores y medios son algunos de los ingredientes de esta nueva invitación a la lectura y a la contribución en la construcción del conocimiento sin precedentes en la historia de la humanidad. Y todo ello impulsando la descentralización de la acción docente.

«La acción docente está todavía muy centrada en la acción educativa del profesor. El alumno sigue siendo todavía sujeto pasivo, pero se aprende más desde la experiencia y la reflexión. Es decir, que hay que aprovechar la capacidad de volver a atrás y mirar hacia adelante y comparar realidades, de simultanear visiones, de sacralizar el modelo único como hiperactivo de conciencia. Lo que nos enseña la narrativa hipermedia hiperactiva es que la tarea de crear mundos es una tarea descentralizada, compartida, dialogada, reflexiva, conciente de su propia historia, no única, sino plural» (García, 2000: 38-39).

En este nuevo quehacer el profesorado ha de tramar situaciones de aprendizaje e interpretar que su aportación a la docencia es para la construcción de “una red y no una ruta” (Silva, 2003: 37); mientras que “el alumnado necesita desarrollar una conciencia crítica que le permita analizar; valorar y participar en lo que acontece y tiene que ver con su entorno sociocultural y político» (Torres, 2002: 85-86). Con todo, las tecnologías digitales son un territorio mutante repleto de intereses e impregnado por la ideología de los poderosos. Que se puede esperar de unas herramientas que poseen un indicador en la bolsa neoyorquina (Nasdaq)... que se puede decir de unos útiles que se quedan obsoletos en cuestión de muy poco tiempo. Suscribimos el pensamiento de Juana Sancho (1994: 24), quien afirma que “la tecnología no es una metáfora sino una escena de lucha”... Del mismo modo que admitimos la reflexión perteneciente a la profesora Iliana Snyder (2004: 21) cuando se cuestiona “el lugar

que ocupan éstas en la educación, así como sobre su importancia cultural general. (...), necesitamos pensar críticamente acerca de su uso y ofrecer a los estudiantes oportunidades para adquirir las habilidades necesarias para hacer lo mismo”.

Para paliar los envites de la tecnología, desde la educación hemos de presentar propuestas de choque contra la manipulación o la falacia... y es aquí donde interviene el pensamiento crítico y su relación con la acción transformadora del educador, teniendo como resorte la razón, el diálogo y la creatividad.

3. Una cierta necesidad para educar en medios digitales

Educar en medios digitales no es, simplemente, conocerlos. Es una acción organizada pedagógica y didácticamente con la pretensión de desenvolver criterios para su disfrute y aprendizaje e, igualmente, es un modo de acceder a la comprensión de su lenguaje, discurso y tecnología, además de posibilitar la facilidad de convertirse en receptor-emisor. Es decir, estamos ante una propuesta que sea un modo de contribuir al desarrollo de personas creativas, activas y responsables.

La llamada por Manuel Castells (1995: 13) mediocracia es algo parecido a la iconosfera de Gubern (1987)... O sea, un manto de medios que cubre la faz de la tierra y mediatiza a todo cuanto encuentra a su paso. Tal vez, por ello, la educación en medios digitales se haga indispensable de acuerdo con la tendencia de la actual cultura comunicativa de la cual, sin género de dudas, la ciudadanía conforma parte.

Para glosar algunas ideas referidas a la necesidad de la educación en medios (para nosotros digitales), nos valemos de los ocho

puntos señalados por Kathleen Tyner (1997: 34 y ss.) quien apunta ideas por las cuales se debería contemplar y comprender la educación para los medios:

1. Todo lo que comunican los medios son construcciones: Los medios no reproducen ni reflejan la realidad, ofrecen construcciones cuidadosamente realizadas que han sido sometidas a numerosas pruebas y decisiones.

2. Los medios de comunicación construyen la realidad: Una parte importante de las observaciones y experiencias en las que basamos nuestra representación de lo que es el mundo y cómo funciona, nos llega previamente construido por los medios, con actitudes, interpretaciones y conclusiones incorporadas.

3. Las audiencias negocian el contenido de los medios de comunicación: Cada uno de nosotros busca o “negocia” el significado de manera diferente dependiendo de muy diversos factores: necesidades y ansiedades personales, placeres y problemas cotidianos, actitudes raciales, regionales o sexuales, medio familiar y cultural.

4. Los medios tienen implicaciones comerciales y económicas: La educación para los medios integra el análisis de aspectos tales como quiénes son los dueños de los medios, a qué grupos pertenecen, cuáles son sus compromisos comerciales y publicitarios y cuáles son los efectos que de éstos se derivan.

5. Los medios de comunicación contienen mensajes ideológicos: Todos los productos de los medios son, en cierto modo, publicidad de sí mismos y también de valores y formas de vida; los grandes medios transmiten de manera implícita o explícita valores ideológicos.

6. Los medios tienen implicaciones sociales y políticas: Los medios están íntimamente

vinculados al mundo de la política y los cambios sociales. La televisión o los periódicos pueden influir, y lo hacen en la elección de determinado candidato a través de la imagen.

7. Forma y contenido están íntimamente relacionados: Cada medio tiene su propia gramática y codifica la realidad bajo su propio formato. Así pues, los diferentes medios de comunicación informan del mismo acontecimiento pero crean diferentes impresiones y mensajes.

8. Cada medio tiene su propia estética y fórmula de seducción. Del mismo modo que disfrutamos de la belleza de la música, de la literatura poética o en prosa, debemos ser capaces de apreciar las formas y efectos agradables con que nos atrapan los medios de comunicación.

A las cuales, nosotros añadimos el siguiente decálogo, con la intención de presentar de manera gráfica y visual diez reflexiones que inviten a pensar en la necesidad de educar en medios digitales (Amar, 2005: 220):

- 1.- Educar en la contemporaneidad.
- 2.- Presentarse como un activador del conocimiento.
- 3.- Introducirse como un aliciente motivador para el saber y poner al alumnado en relación con su realidad.
- 4.- Contemplarse como hacedores de preguntas más que como una herramienta que facilita respuestas o un recurso donde se obtengan soluciones.
- 5.- Promover el acceso a la información y a la constatación de ésta.
- 6.- Favorecer el manejo autónomo y crítico de la información, promoviendo el pensamiento crítico y reflexivo (describir, comparar, relacionar, clasificar, etc.) con la

finalidad de que posibilite la adquisición o mejora de habilidades intelectuales para seleccionar, analizar y comprender la información y a los medios.

7.- Contribuir al aprendizaje significativo y atender a la diversidad cultural y ritmos de aprendizaje.

8.- Facilitar mecanismos que permitan la integración y el diálogo teórico-práctico.

9.- Incentivar la participación real (y no sólo simbólica) del estudiante en su proceso de aprendizaje. Para ello, es aconsejable que los estudiantes creen materiales producto de su acción investigativa, con el propósito que los medios active la relación entre los que enseñan y los que aprenden.

10.- Presentar la posibilidad de establecer una relación interactiva con la mayoría de los componentes del curriculum.

A raíz de todo lo expuesto hasta el momento, sería pertinente realizar un pequeño esquema para apuntar qué entendemos por la educación en medios, ya que “desconocer la urdimbre que la tecnología, el saber tecnológico y las producciones tecnológicas y los medios tejieron y tejen en la vida cotidiana de los estudiantes-, nos haría retroceder a una enseñanza que, paradójicamente, no sería tradicional sino ficcional” (Litwin, 1995: 23). En este sentido, a la pregunta qué entendemos por educar en medios digitales, cabría apuntar su pertinencia pues:

- Amplía las capacidades de análisis y criticidad.

- Se deja de ser un espectador oyente/lector pasivo para desarrollar estrategias activas y participativas.

- Incrementa la responsabilidad del espectador oyente/lector.

- Contribuye el desenvolvimiento del sentir creativo.

- Se potencia la selección de los mensajes mediáticos.

- Fomenta las posibilidades de generar sus propios mensajes.

- Se ve en los medios digitales un recurso más allá de lo meramente instrumental.

- Facilita el hecho de enseñar a aprender y aprender a aprender.

- Evalúa con autonomía el valor del texto, la imagen y el sonido.

En otro ámbito de cosas, la nomenclatura en torno a la educar en medios digitales tiene diferentes interpretaciones, pero cabría referirse a ellas como:

- Educar en materia de educación digital.

- Educación para la comunicación digital.

- Educación para la recepción activa.

- Educación en materia de comunicación digital.

- Educación de la recepción.

No obstante, nosotros sostenemos las ya clásicas:

- Educación para los medios digitales

«Una educación en medios no se contenta con el análisis de los textos; propone una reflexión crítica sobre los medios y sobre las relaciones sociales representadas en sus mensajes.

Una educación en medios significa desafiar las representaciones tal como aparecen en los medios» (Morduchowicz, 2003: 44).

- Educomunicación

«considerar a la comunicación no como un mero instrumento mediático o tecnológico sino ante todo como un componente pedagógico. En tanto interdisciplina y campo de conocimiento, en la “comunicación educativa” así entendida convergen

una lectura de la pedagogía desde la comunicación y una lectura de la comunicación desde la pedagogía» (Kaplún, 1998: 158).

La aceptación de estas dos (Educación para los medios digitales y Educomunicación) engloban perfectamente el ideario de lo que entendemos como la educación en medios digitales de comunicación ya que es, a veces, el alumnado quien maneja o conoce mejor estas herramientas que el profesorado desenvolviéndose en una intuición bastante cercana a ellos y por la que no presentan demasiados rechazos. Estos aspectos nos llevan a considerar la pertinencia de una educación que se acerque al fenómeno comunicativo desarrollando la capacidad crítica y analítica, además de reflexiva y participativa; a la vez que vinculamos la comunicación al hecho del proceso que genera discursos -algo a lo que ya hemos apuntado que el alumnado está habituado- pero, sobre todo, a la comprensión del ámbito comunicativo e informativo en que se desenvuelven. Estamos ante una manera de hacer que el receptor adquiera también la calidad de emisor, y viceversa, además de compartir la intención de que con “los medios se puede tener un conocimiento objetivo del mundo y de la gente, así como de su forma de pensar y valorar las cosas. (...)” (Aparici, 1996: 22).

Con todo, hemos intentado sostener un cambio en la mentalidad de las personas implicadas en la educación con medios digitales, ya que mantenemos este cambio a raíz de la necesidad de educar para la contemporaneidad, pues se han producido importantes transformaciones y el futuro se avecina en esta línea además de que “la humanidad emigra de la pantalla del televisor a la pantalla del ordenador conectado a Internet. En el televisor la recepción es solitaria

y contemplativa. En el ordenador personal la actuación es solitaria y operativa. En el ordenador *on-line* la actuación es participación colectiva e interactiva” (Silva, 2005: 21).

En estas líneas hemos intentado poner de relieve la importancia que tiene la educación en medios digitales y las necesidades de la inclusión de éstos en los diferentes contextos educativos; del mismo modo que nos hemos detenido en establecer una sutil diferenciación en cuanto a la terminología. Todo con el propósito de que educar en medios digitales significa para nosotros un hecho de suma relevancia y un gesto de lucidez que supone una implicación, en el amplio sentido del término, del quehacer y la función educativa.

Por último y si tuviésemos que acabar el presente texto con una cita, que en vez de cerrarlo dejará abierto el discurso para que el lector lo pudiera concluir, ésta no sería otra que la pronunciada por el gran pedagogo brasileño Paulo Freire, cuando afirma que “Es necesario desarrollar una pedagogía de la pregunta. Siempre estamos escuchando una pedagogía de la respuesta”. En ello estamos y por ello trabajamos con la intención de contribuir a una sociedad más justa y democrática.

Referencias Bibliográficas

Amar, V. (2005). Tecnología y educación: el resurgir del cuarto mundo. *HAOL*, 8. 175-182.

Amar, V. (2005). Educar en medios: educar par las pantallas. *Tavira*, 21. 215-227.

Aparici, R. (1996). Educación y nuevas tecnologías, en *La revolución de los medios audiovisuales. Educación y nuevas tecnologías*. Aparici, R (Coord). Madrid. De la Torre.

Area, M. (1995). La educación de los

medios de comunicación y su integración en el currículum. *Pixel Bit*, 4. 5-19.

Ballesta, J. (2002). *Educación y medios de comunicación, en Medios de comunicación para una sociedad global*, en Ballesta, J. (Coord). Murcia, Universidad de Murcia.

Butts, D. (1993). Des stratégies pour l'éducation aux médias, en L'éducation aux médias dans le monde: nouvelles orientations, en Bazalgette, C. y otros. París. UNESCO.

Cabero, J. (2006). *Las nuevas tecnologías en la sociedad de la información, en Nuevas tecnologías aplicadas a la educación*, en Cabero, J. (Coord.). Madrid. McGraw-Hill.

Castells, M. (1995). *La mediocracia*. El País 24 de enero.

García, F. (2000). La narrativa hipermedia aplicada a la educación: la creación compartida entre el autor y el lector, entre el profesor y el alumno, en Perez, R. (Coord): *Redes, multimedia y diseño virtual*, Oviedo, Universidad de Oviedo.

Kaplún, M. (1998). Procesos educativos y canales de comunicación. *Comunicar*, 11. 158-165.

Litwin, E. (1995). *Tecnología Educativa*. Buenos Aires: Paidós.

Masterman, L. (1984). *Problemas teóricos y posibilidades concretas, en La educación en materia de comunicación*. UNESCO. París: UNESCO.

Matterlart, A. (1996). *La mondialisation de la communication*. París: Presses Universitaires de France.

Morduchowicz, R. (2003). El sentido de una educación en medios. *Revista iberoamericana de educación*, 32. 35-47.

Sancho, J.Mª. (1994). *Para una tecnología educativa*. Barcelona: Horsori.

Silva, M. (2003). *Educación interactiva. Enseñanza y aprendizaje presencial y on-line*. Barcelona: Gedisa.

Snyder, I. (2004). *Alfabetismo digitales. Comunicación, innovación y educación en la era electrónica*. Archidona: Aljibe.

Torres, J. (2001). *Educación en tiempos de Neoliberalismo*. Madrid: Morata.

Torres, J. (2002). Sin muros en las aulas: el currículum integrado, en *Sacristán. A.* (Coord): *Lecturas de Didáctica* Madrid, UNED.

Tyner, K. (1997). Conceptos claves de la educación para los medios de comunicación, en APARICI, R. (Coord): *La educación para los medios de comunicación*. México, SEP-ILCE.

Webgrafía

Roberto, A. Mitos de la educación a distancia y de las nuevas tecnologías según (<http://www.revele.com.ve/pdf/extramuros/vol1-n12/pag11.pdf>).

Tecnología y educación: el resurgir del cuarto mundo (<http://www.historia-actual.com/HAO/Volumes/Volume1/Issue8/eng/vli8c14.pdf>).

Planteamientos críticos de las nuevas tecnologías aplicadas a la educación en la sociedad de la información y de la comunicación. (<http://www.sav.us.es/pixelbit/articulos/n27/n27art/art2706.htm>).

Declaración de Madrid, del 9 de febrero de 2005, sobre Educación y Medios de Comunicación. (<http://www.declaraciondemadrid.org/>).

La educación para los medios en la era de la tecnología digital según David Buckingham. (http://www.signis.net/IMG/pdf/Buckingham_sp.pdf).

Fecha de recepción: 20-11-2009

Fecha de revisión: 9-12-2009

Fecha de aceptación: 12-12-2009