

Estrategias de edu-comunicación en la sociedad audiovisual

Dr. José Ignacio Aguaded Gómez

Profesor de Comunicación y Educación de la Universidad de Huelva

Director del Grupo Comunicar

aguaded@uhu.es

Introducción

¿Hacia dónde vamos? ¿Responde el mundo educativo y cultural a las exigencias de los niños y jóvenes de hoy? ¿Se ofrecen estrategias edu-comunicativas para las nuevas generaciones? La evolución del pensamiento a raíz de los cambios científicos, tecnológicos y comunicativos que en los últimos años han acontecido, sin que haya provocado una ruptura radical con el modelo social precedente, se ha dejado sentir en los ámbitos educativos. Si bien no es posible hablar de una ideología, en el sentido de una visión postmoderna coherente y completa del mundo, sí es perceptible que los niños, adolescentes y jóvenes de hoy han nacido en una revolución cultural y tecnológica, marcada por las pantallas, que definirá y delimitará de manera distinta sus hábitos ante la vida y sus percepciones.

Las escuelas, que durante años han sido el único espacio para el control y difusión de la racionalidad y progreso, no han permanecido ajenas a los nuevos parámetros culturales y sociales. Por el contrario, han perdido su papel hegemónico y su autonomía para la transmisión del conocimiento, que se transmite por otras vías de forma más rápida y eficiente. El nuevo escenario audiovisual y tecnológico, junto al escenario social, han modificado las circunstancias de los ámbitos educativos que han vivido crisis y contradicciones: reformas, malestar docente, insuficiencia de recursos, desmotivación de los estudiantes, desorientación, incertidumbre...

El discurso de la modernidad tecnológica y audiovisual, sin lugar a dudas, ha modificado el ámbito educativo. Lo más llamativo es que la institución escolar se resiste aún a dar respuestas globales para una integración normalizada de los medios de comunicación audiovisuales y las tecnologías en sus aulas. De forma paradójica, los valores y pautas de comportamiento que ésta transmite hace mucho que dejaron de coincidir con los que en gran parte jóvenes y niños adquieren a través de los medios: la televisión, el cine, Internet...

1. Una sociedad compleja en el cruce entre dos milenios

La sociedad ha ido avanzando en estos dos últimos siglos hacia logros cada

vez más importantes para la libertad y los derechos ciudadanos, pero, como contrapartida, también ha tenido que ir soportando la realidad sistemática y repetitiva de hechos dramáticos como las guerras, los fundamentalismos, los desastres ecológicos, la radicalización extrema o el debilitamiento de las ideologías, la victoria de la «tecnociencia capitalista», las desigualdades económicas cada vez más drásticas entre Norte y Sur, entre ricos y pobres, el racismo, la xenofobia... problemas, todos ellos, para los que no se han encontrado respuestas satisfactorias desde esta visión de la cultura.

El rasgo más definidor de la sociedad en que vivimos es precisamente su carácter ambiguo y contradictorio, puesto que cualquiera de los rasgos que pueden definirla se presentan al tiempo como potencialidades y perversidades. Como ejemplos, basta citar, siguiendo a Hargreaves (1996) que junto a la flexibilización de la organización y complejidad tecnológicas, se observa la necesidad de la diversidad y la tendencia hacia la disgregación; además paralela a la globalización aparece tendencias exacerbadas del individualismo y del nacionalismo radical que traen las semillas de guerras absurdas y difícilmente justificables desde los patrones del progreso y la modernidad; frente a la ansiedad personal y búsqueda de la autenticidad, se nos revela la carencia de anclajes morales seguros, etc.

En definitiva, la sociedad en la que vivimos se identifica con una tremenda sensación de inestabilidad, de obsolescencia, donde lo que importa es el presente (presentismo), minusvalorándose todas las certezas absolutas que hasta ahora habían sido los pilares sociales (moral, religión, etc.). Incluso asistimos a cambios en los procesos de adquisición y difusión del conocimiento propiciados por las revoluciones de los paradigmas científicos, observamos avances tecnológicos que conducen al uso cada vez más mayoritario y omnipresente de la red Internet, que hacen proliferar nuevos signos y lenguajes y que, en consecuencia, generan multiplicidad de lecturas e interpretaciones, la complejidad y la fragmentación de las estructuras y significados culturales y la abundancia de la información convertida en bien de consumo. Los fenómenos culturales se suceden y superponen en una «cultura del archipiélago», en la que triunfa la heterogeneidad y el multiculturalismo desde una filosofía que acepta el todo vale.

En este contexto, lo audiovisual potencia la superficialidad desde la nueva cultura de la imagen, la apariencia, la espectacularidad y el mosaico. Paradójicamente, cuando más se consume la comunicación a gran escala, vivimos una profunda crisis de la comunicación, pues en una sociedad marcada y ensimismada por la comunicación de masas, los individuos se tornan solitarios e incommunicativos, porque, en gran parte, los medios audiovisuales son los factores clave de transmisión y reproducción de los *no valores», de la indefinición de la persona en el conjunto de la sociedad de masas.

Esta nueva sociedad aparece delimitada por una serie de características en las que de forma evidente se constata la influencia de los medios. En este sentido, es de desatacar cómo la realidad es siempre interpretada o representada por diferentes perspectivas y voces más o menos dominantes o marginales que la «construyen», haciéndola posible, y esto cada vez es más palpable en los rituales televisivos, en la información que circula por la Red, en los movimientos surgidos

por o en contra de la globalización, en las guerras mediáticas...

Una de las consecuencias de esta realidad interpretada y *ficcionada* es una cierta pérdida de fe en el progreso marcado por los avances de las tecnologías que, pese a sus promesas, no han conseguido desterrar la marginación, la pobreza, la desigualdad, la intolerancia, las dictaduras, las divisiones y fronteras... El desencanto se muestra en distintas versiones y surgen formas de inconformismo, movimientos que de alguna manera establecen un modo de vida pragmático, respuestas globales y solidarias, radicalismos, fundamentalismos, defensa de la diversidad, conformándose actitudes que denotan, por un lado, el espíritu global y la defensa de lo mundial y, por otro, el reconocimiento y la potenciación de lo local y lo propio.

Los medios de comunicación y su lenguaje icónico, fundamentalmente, construyen una realidad social más preocupada por la estética que por la ética, en la que el espectáculo sin límites hipnotiza las conciencias y promueve la homogeneización del pensamiento sin permitir la crítica de las minorías o de los disidentes de las formas culturales hegemónicas.

Este escenario cultural y social, que define de forma contradictoria a nuestra sociedad, simultáneamente con los factores de perversidad y potencialidad (Hargreaves, 1996) está especialmente condicionado, como decíamos más arriba, por un factor clave en el consiguiente nuevo orden de valores e ideas: la revolución tecnológica y electrónica y su concreción en la presencia de los medios de comunicación.

Castells (1998) ha señalado que la revolución de las tecnologías de la información es uno de los procesos más resolutivos que caracterizan al nuevo entramado social bautizado como la «sociedad red». Es, por ello, que surge un nuevo tipo de ciudadano con nuevos hábitos y valores sociales, nuevos intereses y formas diferentes de sentir e incluso de pensar. San Martín (1995) explica que los individuos *al menos como hipótesis, se puede mantener que los ciudadanos nacidos en la era de la tecnología de la información tienen estructurada su cognición de modo cualitativamente distinto a las generaciones precedentes», puesto que sus relaciones e intercambios con el entorno están mediados por alguna tecnología y, en consecuencia, las respuestas dependen más de los esquemas simbólicos y de las percepciones visuales.

Ante esta realidad surge la necesidad de, al menos tomar conciencia, de las coordenadas que rigen socialmente nuestros esquemas de vida, asumiendo que ellas mismas son descendientes de una cultura y consecuencia de una nueva época, haciendo posible la reflexión y el pensamiento del que siempre ha hecho gala la intelectualidad y que ha permitido el progreso de los pueblos.

En este contexto, la mejor estrategia, sin duda alguna, es la educación que tiene que plantearse ser punto de partida para que emerjan movimientos alternativos que al menos reflexionen sobre su realidad, se apropien de los recursos para entenderla y desarrollen los presupuestos científicos, morales y sociales que permitan recrearla. El reto de la sociedad audiovisual no es otro que integrar los

medios de comunicación en los procesos educativos para reflexionar sobre ellos, sus lenguajes, sus maneras de informar sobre el mundo, y sus poderosas armas para recrearlo y «construirlo».

2. La sociedad audiovisual

La irrupción de los medios de comunicación, con la llegada sobre todo del cine, luego de la radio y posteriormente, y de forma estelar, de la televisión –y ya en la actualidad su expansión a través de las redes y los cables– suponen la consagración de la revolución mediática. Los medios de comunicación, en su conjunto, son el pilar básico de la sociedad de nuestros días. Ellos homogeneizan comportamientos, transmiten novedades, sirven de sistemas de equilibrio y de regulación social y son también el principal escenario de muchos de los conflictos, pero sobre todo son el principal vehículo de funcionamiento del engranaje mercantilista y de consumo.

La revolución de las comunicaciones no hubiera, probablemente, tenido la implantación social presente si no hubiera sido por su apropiación total del mensaje de las formas. Lo icónico inunda, desde múltiples canales, la explosión de la información hasta convertirla en una cascada incesante, en lo que Debord (1976) ha denominado como «sociedad del espectáculo». La expansión de la vertiente simbólica y comunicativa de los productos de consumo da lugar a una hipertrofia de la significación y de la información. La comunicación se ha convertido en una forma de organización del mundo que no sólo incluye a los propios medios audiovisuales y tecnológicos, sino también a la circulación e intercambio entre las personas.

Sin duda alguna, la información es el recurso básico de la sociedad que nos ha tocado vivir, definiendo de manera característica las profundas transformaciones de nuestra cultura y los modos de producción. Toda esta revolución informativa no puede entenderse si no se vincula inexorablemente al desarrollo tecnológico, inicialmente de los medios de comunicación de masas (cine, radio, televisión...) y en las últimas décadas al protagonismo de las nuevas tecnologías de la comunicación telemática.

Estamos ante una nueva era de procesamiento de la comunicación, de conocimiento y producción de saber, que ha tenido su base en la revolución tecnológica de la informática y la telemática, y que a su vez se ha ido conectando a todos los circuitos tradicionales de la comunicación para ir haciéndola cada vez más globalizada, a través de la digitalización de los canales y el desarrollo de la interactividad. Sin embargo, el protagonismo creciente de la sociedad de la información no nos debe hacer caer en un optimismo universal del poder salvífico de la comunicación interactiva y digitalizada.

La sociedad audiovisual se define como un universo en el que los medios con sus nuevos lenguajes construyen de forma vertiginosa y distinta la realidad, de forma que el conocimiento lingüístico y cultural va dando paso a la cibercultura y al interaccionismo simbólico.

3. Un nuevo contexto para la educación

La sociedad audiovisual y su imparable influencia han propiciado un cambio en el sistema de valores. La comunicación y la educación promueven, en su relación, un proceso de cambio crítico, cargado de incertidumbres e interrogantes, de manera que se ponen en juego valores fundamentales y aparecen otros cuyo porvenir es incierto.

Los medios y las tecnologías han dejado de ser meras herramientas preparadas para servir a quienes las usan, para convertirse en parte del sistema cultural que las acoge. Así Sancho (1994: 23) afirma que «el tema no es que las máquinas hayan tomado el mando, sino que al decidir utilizarlas, realizamos muchas elecciones culturales implícitas. La tecnología no es un simple medio, sino que se ha convertido en un entorno y una forma de vida: éste es su impacto sustantivo».

La sociedad audiovisual se caracteriza por la realización de una producción a gran escala que se orienta al consumo de masas y hacia la utilización de los medios de comunicación. A partir de la década de los ochenta, la influencia de la comunicación y la información en el ámbito de la actividad económica, la gestión política, el consumo, el ocio, y en definitiva, en todas las esferas de la vida, altera el orden de los valores sociales y el estilo de vida de las colectividades.

La construcción de una sociedad más democrática, donde cada vez son más las complejas, múltiples y profundas interacciones que se producen de los ciudadanos con el universo mediático, requiere un mayor proceso de análisis e interpretación, tanto desde el ámbito de la investigación y la educación como desde los estudiosos de las ciencias de la información preocupados no tanto por los medios en sí sino por las relaciones e interacciones que éstos tienen con sus espectadores.

Se hace necesario, así, que los individuos participen de una forma más activa en sus interacciones con los medios, dada la creciente influencia de éstos en la sociedad actual, para superar el mero papel receptivo que hasta ahora se les ha asignado. En este sentido, se hace prioritario el conocimiento no sólo de los medios como hecho comunicativo, sino especialmente del proceso de recepción comunicativa, esto, en términos de Orozco (1996), desde «la perspectiva de las audiencias», de forma que se analicen cómo se producen las relaciones de los individuos con los medios y cómo son sus prácticas comunicativas dentro del complejo mundo de interacciones que éstos provocan y todo con la finalidad de desarrollar las estrategias precisas para mejorar estas relaciones y adquirir las necesarias competencias para apropiarse de forma crítica y creativa de los mismos.

Este imprescindible e irremplazable esfuerzo interpretativo por conocer el papel de las audiencias en el contexto de las sociedades contemporáneas (Cebrián Herreros, 1995; Salomon, 1984) tiene como finalidad esencial no tanto predecir o determinar objetivamente el complejo proceso del visionado mediático, sino más bien, como indica Orozco (1996), «lograr un entendimiento de la audiencia y su televidencia», como un medio necesario para su transformación, y por ende, de los sistemas comunicativos actuales y en consecuencia de los propios modelos demo-

críticos de las sociedades contemporáneas.

4. La educación en el ecosistema comunicativo

La conceptualización de la educación y los procesos de enseñanza-aprendizaje han sufrido grandes modificaciones, estrechamente ligadas a los cambios que se van originando en nuestra sociedad audiovisual conforme se van generalizando el uso de los medios y las nuevas tecnologías. Éstas no sólo tienen que ver con los medios, materiales y recursos que se emplean en la enseñanza, sino también con el análisis que se deriva de la necesidad de adaptar la escuela a los nuevos tiempos.

Muchas son las críticas que el modelo de escuela tradicional está recibiendo desde los comunicólogos de la información que alegan la impotencia de la institución escolar para adaptarse a las nuevas necesidades sociales. Martín Barbero (1999: 13-21), en un interesante artículo en *Comunicar*, afirma que «la escuela se ha negado hasta ahora a aceptar el descentramiento cultural que atraviesa», por la pérdida de su eje cultural y pedagógico –el libro– y por la ignorancia de la presencia cada vez más abrumadora de otros dispositivos de almacenamiento, clasificación, difusión y circulación de la información mucho más versátiles, disponibles e individualizables que la escuela misma. Y añade que la irrupción de los medios «ha deslocalizado los saberes, deslegitimado su segmentación, modificado el estatuto institucional de los lugares de saber y de las figuras de razón». Estamos entrando en una nueva era de conocimiento, la del «pensamiento visual», ya que los medios no sólo descentran las formas de transmisión y circulación del saber, sino que hoy constituyen el escenario decisivo de la socialización.

El modelo didáctico predominante en nuestras aulas no responde a estas necesidades y expectativas que hoy la sociedad demanda y solicita de la educación. Así, el predominio absoluto de la transmisión de contenidos conceptuales por parte del profesorado, la pasividad y acriticidad del alumnado, la evaluación sumativa y final exclusivamente de conceptos, la encorsetada organización escolar, con escasa flexibilidad de horarios, con nula movilidad de espacios, con una fragmentación en compartimentos estancos de las disciplinas, constituyen un paradigma en todos los niveles del sistema educativo (especialmente el universitario) frente a las formas del entorno exterior a la escuela.

Durante mucho tiempo la educación ha gozado de la primacía en la transmisión de los saberes y valores de cada sociedad, al principio de su historia con profundos tintes elitistas y después de la revolución industrial con un carácter más universalizador y democrático. Sin embargo, y como ha expuesto Pérez Tornero (2000) «progresivamente, en un movimiento continuo –y continuamente acelerado– que va desde la invención de la imprenta, la aparición del telégrafo –que dio lugar a la prensa y al periodismo– la radio, el cine, la televisión y la telemática, hasta Internet –y en el que sistemas de organización tribales fueron abriendo paso a la consolidación de sistemas capitalistas– las circunstancias que llevaron a fundar la escuela sufrieron una extraordinaria mutación».

De esta forma la institución educativa pierde su autonomía y la primacía en cuanto a la reserva de los valores y la cultura en una sociedad nueva y audiovisual. Y ello, porque el alumnado que accede a ella aprende ahora los valores y se educa en unos modelos de referencia y de aspiraciones que proceden de los medios de comunicación, sobre todo de la televisión, de la publicidad, y en los últimos años cada vez con más fuerza, a través de los videojuegos y de Internet. Estos valores y las pautas de comportamiento asociadas, los conocimientos y las representaciones del mundo que generan, los modos de socialización que dictan, nada o muy poco tienen que ver con los que aún sigue amparando la institución educativa. De manera que podemos decir que la sociedad audiovisual ha originado nuevas formas de percepción y construcción del conocimiento, que irremediamente están repercutiendo en la escuela.

La educación, se está quedando atrás y su incorporación a los nuevos planteamientos sociales se realiza de forma lenta y traumática. Con Pérez Tornero (2000) apuntamos una serie de claves que esenciales para esbozar de qué manera se manifiesta la relación entre la escuela y la sociedad audiovisual o, en otras palabras el papel de la educación en el ecosistema comunicativo.

1) La valoración social de la escuela como transmisora de los conocimientos precisos para la adecuada socialización ha experimentado un cambio importante en tanto que se considera una fuente más entre otras muchas, a veces más poderosas y efectivas.

2) La escuela ha perdido su posición de ámbito privilegiado para la transmisión de la educación en una sociedad en las que los medios audiovisuales transmiten de manera muy eficaz, valores, actitudes y normas.

3) La alfabetización necesaria en una sociedad audiovisual se adquiere de forma autónoma e informal fuera del ámbito escolar que sigue centrado en la alfabetización «escriturocéntrica».

4) El profesorado ha perdido su condición de garante del saber de la comunidad ante las múltiples vías de distribución del mismo en una sociedad audiovisual en la que los niños y jóvenes tienen, en consecuencia, amplias posibilidades para ponerlo en cuestión y contrastarlo.

5) El sistema escolar no facilita el ambiente de libertad necesario para incorporarse a una sociedad audiovisual en la que el saber se encuentra disperso y, por tanto, las nuevas estrategias de exploración que se requieren para su acceso, convierten en obsoletos los instrumentos para la producción y sistematización que aún ofrece como más idóneos la escuela.

7) El saber que proporciona el sistema escolar se acomoda difícilmente a las exigencias prácticas de la sociedad audiovisual, además de que cada vez se acrecienta más la distancia entre la teoría escolar y la práctica, entre el mundo escolar y el del trabajo.

Es razonable que en este contexto educativo, los medios de comunicación hayan provocado una crisis en los cimientos de la escuela que hasta ahora había

sido la forma prioritaria e incuestionable para la socialización.

La sociedad audiovisual ha dibujado un panorama muy diferente para la intervención educativa. Los saberes se han descentralizado y ampliado de forma tan abrumadora y vertiginosa que es difícil secuenciar y delimitar lo que debería incluirse en el currículum escolar. La figura del profesor a duras penas resiste el embate de unos medios que superan sus tradicionales estrategias y recursos para la transmisión de los saberes, y que además cuestionan sus capacidades y formación de forma insistente.

El lenguaje «escriturocéntrico» resiste con poca convicción la preponderancia de los nuevos lenguajes del audiovisual y la informática, por lo que la escuela sigue anclada en unos usos del lenguaje que nada tienen que ver con las capacidades comunicativas que demanda la sociedad audiovisual para unos intercambios comunicativos adecuados y pertinentes.

En definitiva, la sociedad audiovisual ha conducido a que la escuela ya no sea el modelo más eficaz para la transmisión de valores y la socialización y consecuentemente «se están quedando obsoletos los modelos de organización y gobierno basados en el control estricto del aprendizaje y en su dirección lineal, en la comunicación jerárquica, en la evaluación ajustada a criterios de repetición, y, en general, en la burocratización, ocupada más de la reproducción de lo existente que en la adaptación a los cambios, en la renovación o creación» (Pérez Tornero, 2000).

5. Los medios audiovisuales y la educación

La educación en la sociedad audiovisual debe contemplar la específica situación que hemos tratado de exponer, y, partiendo de su análisis, concretarse en un proyecto educativo concreto, con una filosofía educativa, que adecue las prácticas y actuaciones escolares a las nuevas demandas sociales (Creel y Orozco, 1993).

En virtud de esas coordenadas sociales y educativas, los medios adquieren roles específicos en sus relaciones con los procesos de enseñanza-aprendizaje. Así, los medios, en un contexto de pedagogía transmisiva, como la que hasta ahora ha impregnado prácticamente el quehacer educativo, pueden no ser más que meros auxiliares que complementan la función informativa de los profesores, ampliando sin el campo de conocimientos conceptuales a través del apoyo del lenguaje audiovisual. Éste es un primer paso, sin duda, pero muy limitado, porque donde realmente cobra sentido la dimensión comunicativa es cuando se convierte en el eje de una nueva conceptualización de la educación en la sociedad audiovisual en que nos ha tocado vivir. «La educación emancipadora tiene una epistemología alternativa que, en contraposición al conocimiento objetivo, se basa en el *conocimiento comunicado*. Este conocimiento es *generador* y no consumidor; se preocupa de la percepción y no de la recepción... En un sistema así la inteligencia constituye un proceso y no un producto» (Críticos, 1993, citando a Stanton).

De esta manera la sociedad audiovisual demanda, frente a los estilos tecnicistas y pragmáticos que han imperado como modelos educativos, el «aprendizaje experiencial reflexivo», que supere la educación bancaria (Freire) de depositar conocimientos dentro de las cabezas de los alumnos y que promueva alumnos más críticos y creativos con su entorno, conscientes de su realidad y capaces de actuar libre, autónoma y juiciosamente. Pensamos, que el papel de los medios de comunicación en esta enseñanza crítica y de valores tiene que ser necesariamente crucial.

En este sentido, se pueden citar como estrategias más válidas «el pensamiento crítico, los modelos indagadores, los enfoques de estudios culturales, la educación de los valores, las estrategias interdisciplinarias, las experiencias creativas y la pedagogía democrática y centrada en el alumno» (Tyner, 1993: 189).

Una sociedad cada vez más consumidora de medios –que de forma paradójica, apenas si se preocupa por fomentar aptitudes para el conocimiento racional de los códigos y lenguajes de éstos–, ha de poner en funcionamiento propuestas didácticas que permitan una intervención consciente del sistema educativo para «alfabetizar» a los chicos y chicas de hoy como consumidores y usuarios de los nuevos lenguajes de la comunicación y la información, con plena conciencia de uso y con potencialidad para su utilización crítica y creativa.

La importancia social y personal de la comunicación audiovisual en el marco de la vida moderna y la necesidad de desarrollar propuestas críticas y creativas en el ámbito educativo para saber comprender, interpretar y utilizar los medios, requiere la presencia de éstos en los diferentes ámbitos del saber, puesto que no se trata sólo de adquirir conocimientos, ni de promover actitudes, sino de fomentar técnicas y procedimientos que permitan al alumnado su análisis y uso como lenguajes propios.

El actual modelo curricular refleja en todas sus disciplinas y niveles el uso de los medios de comunicación tanto desde un ámbito conceptual, como desde el desarrollo de estrategias y actitudes. Así, los medios de comunicación no sólo presentan adecuadas estrategias para favorecer los objetivos del sistema educativo, sino que al mismo tiempo ofrecen propuestas metodológicas, al hilo de las corrientes didácticas en boga. En este sentido, el aprendizaje significativo, la globalización de los contenidos, la actividad del discente, la fundamentación en el entorno, la diversidad de los recursos, el inicio de los procesos a partir de las ideas previas, el carácter formativo de los procedimientos de valoración y evaluación, el rol de orientador y estimulador de los docentes, la flexibilidad organizativa, la adaptación curricular a las necesidades particulares del alumnado, la interdisciplinariedad curricular, la importancia de valores y actitudes... encuentran en los medios de comunicación unos recursos variados y de fuerte impacto y valor didáctico.

Los medios, en este contexto didáctico, acercan el proceso de aprendizaje al modelo investigador. Frente al estilo transmisivo y centrado en los contenidos, que hemos visto que no responde a las exigencias de la sociedad audiovisual, los medios favorecen la investigación y exploración de la realidad por parte de los alumnos y alumnas, que pueden aprender en un proceso de descubrimiento, al tiempo que son protagonistas de su aprendizaje.

Los medios tanto como auxiliares didácticos, como técnicas de trabajo o ámbitos de conocimiento diversifican las fuentes de información, partiendo de la «actualidad» y del entorno, ofreciendo informaciones globales que afectan integralmente a todas las áreas curriculares. Definitivamente, permiten cambiar la dinámica tradicional del aula, reduciendo la función informativa del profesor y reservándole competencias didácticas más genuinas, como la de planificación, motivación y evaluación. Coincidimos, finalmente, con Len Masterman (1993) en que exigen nuevas formas de trabajar, en la línea de una enseñanza no jerárquica, «que fomente la reflexión y el pensamiento crítico y que, al mismo tiempo, sea lo más viva, democrática, centrada en el grupo y orientada a la acción que el profesor pueda conseguir».

La sociedad audiovisual reclama un contexto educativo en el que los medios han de jugar un papel crucial. McLuhan afirmaba que la pedagogía actual no se corresponde con la era de la electricidad, sino que se quedó en la era de la escritura. Vallet, por otra parte, proclamaba nuestro analfabetismo de cara a los medios de comunicación. Si nuestra escuela ha de preparar a los alumnos de hoy a vivir en la sociedad de forma autónoma y libre, no puede seguir ignorando los medios. No queda otra alternativa que integrarlos didácticamente y sacar de ellos todo lo positivo que puedan ofrecernos. La pedagogía audiovisual tiene que entrar en la institución escolar, si se quiere potenciar las dimensiones lúdicas, críticas y creativas de las nuevas generaciones para su adecuada inserción en la sociedad audiovisual. Se trata de que la educación establezca sistemas de comunicación con su entorno y procese la información del contexto de un modo útil a sus fines y proyecte sus mensajes hacia fuera.

Los retos de la educación en la sociedad audiovisual, siguiendo a P. Tornero (2000) y en línea con lo que hemos expuesto anteriormente, deben consolidar:

- 1) Una apertura de la escuela a otras fuentes del saber.
- 2) La utilización de una didáctica de la exploración, el descubrimiento y la invención.
- 3) La participación de la comunidad entera en la educación.
- 4) La alfabetización audiovisual.
- 5) La educación multicultural que trascienda espacios y limitaciones.
- 6) La superación del modelo educativo fabril y existencial.
- 7) La renovación tecnológica.
- 8) La redefinición del papel del profesorado.
- 9) La redefinición del papel del estado.
- 10) La consideración del principio de educación continua.
- 11) La implicación de la escuela en la sociedad y en el entorno al que ha de dar respuestas.

En palabras de Martín Barbero (1996), es necesario un proyecto pedagógico que cuestione radicalmente el carácter monolítico y transmisible del conocimiento, que revalorice las prácticas y experiencias, que alumbré un saber mosaico hecho de objetos móviles y fronteras difusas, de intertextualidades y bricolaje. Y es en este proyecto de saber donde comienza a abrirse camino la posibilidad de dejar de pensar antagonicamente escuela y medios audiovisuales».

6. La competencia audiovisual/comunicativa

La mayoría de los conocimientos y aprendizajes a los que el hombre de esta sociedad puede acceder está codificada básicamente en clave audiovisual, por lo que se hace no sólo necesario, sino imprescindible saber descifrar juiciosamente sus signos y estructuras para hacer una lectura comprensiva, racional e inteligente de estos mensajes (Aguaded, 1993).

Los medios audiovisuales transmiten de forma continuada modelos y pautas de comportamiento, al tiempo que estructuras narrativas y maneras de contar historias, de organizar la información, que implican unos contenidos y formas de leer e interpretar el mundo. Por ello, si la presencia masiva de estos medios ha cambiado la manera de conocer la realidad, filtrándola a través de una nueva realidad –la realidad mediada–, parece fundamental que desde las instituciones educativas se eduque en este torrente audiovisual. La alfabetización audiovisual acerca de los mensajes de los medios entraña una relación directa con la educación en tanto que ello supone una educación audiovisual a partir del análisis de los distintos medios de comunicación y de los lenguajes que éstos utilizan.

Los conceptos clave en la alfabetización audiovisual, según Tyner (1993), deparan una serie de implicaciones en el mundo de la educación, que podríamos tomar como principios para la consideración de la formación con y sobre medios.

Conceptos clave de la comunicación audiovisual	Estrategias e implicaciones docentes
Los medios responden a una comunicación mediada, construida. Son construcciones altamente elaboradas y muy pensados sus posibles impactos.	En la enseñanza, convertirlos en objetos de estudio problematizándolos. Hay que hacer que los documentos audiovisuales sean extraños para los alumnos.
Los medios modelan las actitudes y conductas sobre el mundo, construyendo una forma de realidad.	Cuestionar la cultura audiovisual, enseñando a nuestros alumnos a pensar en la realidad frente a la información mediada.
Las audiencias no son entidades pasivas. Los medios son dotados de significado en los contextos concretos por las personas.	Pensar en la interacción persona/medio, reflexionando sobre los modos de recepción y utilización de los medios por las distintas personas.
La publicidad dirige la industria audiovisual, ya que en el actual engranaje mercantil se compran y venden audiencias.	Cuestionar las decisiones económicas que influyen en los contenidos de los productos audiovisuales, tomando conciencia del lugar que ocupan en el mercado.
Los medios no son objetivos, sino que venden un estilo de vida y unas pautas de consumo.	Descubrir los mensajes ideológicos, usando técnicas de alfabetización audiovisual, educando en valores.
La tecnología de los medios ha alterado nuestra cultura, nuestras familias y el modo de usar nuestro tiempo libre, intentando legitimar y reforzar comportamientos sociales y políticos.	Aumentar la percepción del alumnado acerca de los mensajes políticos y sociales y acerca del modo en que intentan modelar las actitudes políticas y sociales.

Cada medio tiene su propio código, sus convencionalismos, ventajas y limitaciones que influyen en sus contenidos.	Practicar la producción de documentos, la autoexpresión creativa, realizando análisis críticos de producciones ajenas.
---	--

Principios básicos de educación audiovisual e implicaciones docentes (adaptado de Tyner, 1993).

Los mensajes audiovisuales proyectan sobre la educación el concepto de competencia comunicativa que puede entenderse desde:

- El punto de vista del receptor: fomentando la selección, uso y utilización consciente y autónoma de los mensajes y contenidos mediáticos.
- El punto de vista del descodificador de mensajes: desarrollando una lectura crítica, no mistificada y libre de manipulaciones abusivas.
- El punto de vista del usuario: utilizando los medios como instrumentos prácticos para el aprendizaje, la indagación o simplemente la comunicación y la información.
- El punto de vista de la expresión: pudiendo ser un emisor/receptor activo en la confección del mensaje, que participa de modo directo o indirecto en su elaboración.

Por tanto, el análisis de los elementos configuradores de los lenguajes surgidos de los mensajes audiovisuales pretende, ante todo, la formación de los futuros ciudadanos como emisores-receptores de mensajes, al tiempo que el fortalecimiento de sus competencias interactivas y la fundamentación de la enseñanza y el aprendizaje de las capacidades expresivas con los distintos sistemas simbólicos y medios.

Consideramos que la alfabetización en cuanto a los mensajes de los medios audiovisuales se concreta en diferentes modalidades: textual, visual, informática... y debe incluirse en el currículum escolar. De ahí que el concepto de «competencia comunicativa», se perfile como la orientación más conveniente para una adecuada integración de los mensajes audiovisuales en la educación. Se trataría, en definitiva, de analizar los procesos de percepción y las estrategias cognitivas que han de desarrollar los sujetos para entender, comprender, valorar y crear con los nuevos lenguajes audiovisuales.

Referencias

- AGUADED, J.I. (1993): *Comunicación audiovisual en una enseñanza renovada*. Huelva, Grupo Pedagógico Andaluz Prensa y Educación.
- AGUADED, J.I. (1998): *Teleconsumidores activos. Consumimos televisión, aprendemos a verla*. Sevilla, Consejería de Trabajo e Industria de la Junta de Andalucía.
- AGUADED, J.I. (1999): *Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva en niños y jóvenes*. Barcelona, Paidós.
- AGUADED, J.I. (2001): *Medios de comunicación en las aulas*. Huelva, Universidad de Huelva. (Proyecto Docente. Edición electrónica).
- AGUADED, J.I. y CABERO, J. (Eds.) (2002): *Educación en red*. Málaga, Aljibe.
- CASTELLS, M. (1998): *Fin de milenio*. Madrid, Alianza. (Trilogía titulada *Era de la información. Economía, sociedad y cultura*).

- CEBRIÁN HERREROS, M. (1995): *Información audiovisual. Concepto, técnica, expresión y aplicaciones*. Madrid, Síntesis.
- CREEL, M. y OROZCO, G. (1993): «El proceso de la recepción y la educación para los medios: una estrategia de investigación con público femenino», en APARICI, R. (Coord.): *La revolución de los medios audiovisuales*. Madrid, La Torre; 199-220.
- CRÍTICOS, C. (1993): «Aprendizaje experiencial y transformación social para una enseñanza futura sin apartheid», en APARICI, R. (Coord.): *La revolución de los medios audiovisuales*. Madrid, La Torre; 79-92.
- DEBORD, G. (1976): *La sociedad del espectáculo*. Madrid, Castellote.
- HARGREAVES, A. (1996): *Profesorado, cultura y postmodernidad. Cambian los tiempos, cambia el profesorado*. Madrid, Morata.
- MARTÍN BARBERO, J. (1996): «Heredando el futuro. Pensar la educación desde la comunicación», en *Nómadas*, 5; 10-22.
- MARTÍN BARBERO, J. (1999): «La educación en el ecosistema comunicativo», en *Comunicar*, 13; 13-21.
- MASTERMAN, L. (1993): *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid, La Torre.
- OROZCO, G. (1996): *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. Madrid, La Torre.
- PÉREZ GÓMEZ, A. (1998): *La cultura escolar en la sociedad neoliberal*. Madrid, Morata.
- PÉREZ TORNERO, J.M. (2000): «Las escuelas y la enseñanza en la sociedad de la información», en PÉREZ TORNERO, J.M. (Comp.): *Comunicación y educación en la sociedad de la información*. Barcelona, Paidós; 37-57.
- PÉREZ TORNERO, J.M. y OTROS (1992): *La sociedad de la opulencia. Publicidad, moda y consumo*. Barcelona, Paidós.
- SALOMON, G. (1984): «Investing effort in television viewing», en MURRAY, J. y SALOMON, G. (Eds.): *The future of children television*. Nebraska, The Boys Town Center; 59-64.
- SANCHO, J. (1994): «La tecnología, un modo de transformar el mundo cargado de ambivalencias», en SAN MARTÍN, A. (1995): *La escuela de las tecnologías*. Valencia, Universidad de Valencia.
- SAN MARTÍN, A. (1995): *La escuela de las tecnologías*. Valencia, Universidad de Valencia.
- TYNER, K. (1993): «Alfabetización audiovisual: el desafío de fin de siglo», en APARICI, R. (Coord.): *La revolución de los medios audiovisuales*. Madrid, La Torre; 171-197.