

POLÍTICAS EDUCATIVAS Y ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA PARA UNA EDUCACIÓN DE CALIDAD EN ESPAÑA EN EL SIGLO XXI: CONSULTA A EXPERTOS

Juan-Miguel Margalef Martínez

Resumen

En 2005, el Centro de información y documentación educativa(CIDE) del Ministerio de Educación español, puso en marcha el programa **Mediascopio**, que pretendía reactivar la **Educación en medios** en España. Esta iniciativa ponía fin al “silencio clamoroso” de más de diez años de la administración educativa central española con respecto a un tema fundamental en el contexto de la sociedad de la información en la que nos encontramos.

Introducción

El programa **Mediascopio** se orientó en su primera fase, que ya se ha desarrollado, hacia la prensa escrita, en una línea de “continuidad matizada” de lo que fue el **Programa Prensa-Escuela**, que coincidió con la fase experimental de la Logse en los años 90 y que se interrumpió al producirse las transferencias educativas a las Comunidades Autónomas.

Hablamos de “continuidad matizada” porque **Mediascopio** ha pretendido romper desde un principio con la división de la Educación mediática por soportes (escrito/audiovisual/informático) que se adoptó en los años 90 como estrategia de experimentación e implantación de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación por parte del Ministerio de educación del Gobierno de España.

El nombre dado a este programa –el neologismo **Mediascopio**- pretende responder a esa orientación “vertebrada” en la **Educación en Medios**, que ya había quedado indicada en uno de los últimos documentos publicados por el Programa Prensa Escuela, concretamente en la **Guía para el uso de los medios de comunicación**, (MEC 1993), en línea con la recomendación lógica y unánime de todos los expertos en la materia.

Desde el principio **Mediascopio** se propuso enmendar una de las carencias básicas de los programas experimentales de **Educación en medios**: la falta de un marco teórico común respecto a la educación en medios. Con el fin de clarificar el marco teórico de referencia una de las estrategias adoptadas por **Mediascopio** fue realizar una **consulta a expertos**. Al mismo tiempo se pretendía establecer el momento histórico que atravesaba la Educación en medios en España, en el mundo y, muy especialmente, en el espacio europeo, en cuyo sistema educativo estamos integrados.

La consulta, que se realizó entre los años 2005 y 2007, fue proyectada por el equipo de **Mediascopio** y dirigida por Juan-Miguel Margalef Martínez, profesor de secundaria y exdirector del Programa Prensa Escuela. En la consulta participó un selecto número de consultores organizados en dos bloques: profesores españoles en ejercicio y con práctica docente en educación en medios en secundaria y bachillerato; y expertos nacionales e internacionales de Educación en medios. El objetivo de la consulta era esencialmente operativo y orientado a formular recomendaciones de implementación para la administración central y para generar buenas prácticas de alfabetización mediática.

Simultáneamente a la consulta se establecieron contactos con la Comisión Europea, que estaba desarrollando un programa de educación en Medios, y con la UNESCO, que en junio de 2007 celebró una reunión en París centrada en el mismo tema. Las conclusiones del programa de la Comisión europea materializadas en una comunicación a los gobiernos y las conclusiones de la reunión de la UNESCO en París fueron incorporadas por su pertinencia a la consulta.

De esta consulta a expertos hablaremos en esta comunicación.

1.- Estructura, contenidos y participantes en la consulta “Retos y perspectivas de la Alfabetización mediática en España”

1.1.- Participantes en la consulta

Los profesores españoles que participaron en la consulta fueron:

Manuel Martín González (Andalucía)
Nicanor García Fernández (Asturias)
Rafael Miralles Lucena (Valencia)
Lluís Miquel Segrelles i Martínez (Valencia)
Pedro Luengo Tolosa (Aragón)
Mercedes Ruiz Casas (Londres)
Aurora Gil Bohórquez (Murcia)
Domingo Planchuelo Martín (Madrid)
Natalia Bernabeu Morón (Madrid)

Los expertos nacionales e internacionales consultados fueron:

- David Buckingham, del Instituto de educación de la Universidad de Londres. Miembro del grupo de expertos en Alfabetización mediática de la Comisión Europea
- Cary Balzaguette, Asesora de educación del British Film Institute de Londres. Miembro del grupo de expertos en Alfabetización mediática de la Comisión Europea

- Julio Cabero Almenara, Catedrático de Didáctica y Organización Escolar de la Universidad de Sevilla. Director de la revista "Pixel-bit"
- Joan Ferrés, Catedrático de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona.
- Bernard Dumont, Consultor del Consejo de Europa.
- Susanne Krucsay, directora del Departamento. de pedagogía de los medios y del servicio de producción del Ministerio federal de Educación, ciencia y cultura. Austria. Miembro del grupo de expertos en Alfabetización mediática de la Comisión Europea.
- Jacques Gonnet, fundador y director del Clemi desde 1982-2004. Profesor de la Sorbona III
- France Renucci, Profesora de la Sorbona y directora actual del Clemi
- Geneviève Jacquinet Delaunay, profesora de la Sorbona VIII y directora de la revista Media-morphoses. Consultora de la Unesco
- Evelyne Bevort. Directora de relaciones internacionales del CLEMI. Miembro del grupo de expertos en Alfabetización mediática de la Comisión Europea.
- Roxana Morduchovich, Directora del programa de medios de comunicación. Argentina. Consultora de la Unesco
- Natalia Bernabeu Morón, Catedrática de Lengua y Literatura española y ex directora del Programa Prensa escuela (España).

Los profesores de secundaria y bachillerato respondieron a una encuesta y los expertos nacionales e internacionales pudieron escoger entre un cuestionario y una reflexión monográfica. A la primera opción se acogieron seis expertos: David Buckingham, Julio Cabero, Evelyn Bevort, Bernard Dumont, Susanne Krucsay y Geneviève Jacquinet. La segunda opción fue escogida por siete expertos: Jacques Gonnet, Geneviève Jacquinet, France Renucci, Roxana Morduchovich, Cary Balzaguette, Joan Ferrés y Natalia Bernabeu.

1.2. Principales conclusiones de la encuesta a profesores españoles

Sin pretensión de exhaustividad las principales conclusiones de los profesores consultados han sido las siguientes.

1.- Con respecto al concepto de "Educación en medios" preferido por la mayoría de los encuestados es aquel que *se refiere a todos los medios de comunicación e incluye la palabra escrita, los gráficos, el sonido, la imagen estática y en movimiento presentada a través de cualquier tipo de tecnología;*

2.- Con respecto a la situación actual de la Educación en medios en España:

- ✓ La mayoría de los encuestados consideran que el sistema educativo español en este momento sólo educa parcialmente para los medios de comunicación y presta más atención al fomento de las nuevas tecnologías que a la educación

para los medios de comunicación. Así mismo consideran que el fomento de las tecnologías tiene que ver solo parcialmente con la educación para los medios, pero que no la implica por principio. También consideran que la introducción de las tecnologías en las aulas no han cambiado las prácticas docentes y que tampoco han repercutido en la Alfabetización mediática ó Educación en medios del profesorado.

- ✓ Los consultados estiman que, además de la tecnología, se ha fomentado en alguna medida el análisis de contenidos mediáticos y el estudio de los lenguajes y retórica de los medios. Los estudios e investigaciones sobre los medios y el fomento de la producción mediática no han merecido todavía suficiente atención por parte del sistema educativo. La distribución de responsabilidades por fomentar en exceso la tecnología y por no educar en medios se distribuye por igual entre el Ministerio de educación y las comunidades autónomas.
- ✓ Con respecto a la efectividad general de las actividades con medios de comunicación que se han realizado estos últimos años los consultados estiman que no han producido el efecto que era de esperar porque los alumnos no son más críticos frente a la TV y que no leen mejor la prensa; fundamentalmente porque leen poca prensa.
- ✓ Pese a la importancia dada a las nuevas tecnologías los alumnos no son más diestros en el manejo del lenguaje audiovisual ni en el uso de las nuevas tecnologías. Aunque la dotación informática de los hogares ha crecido, la formación de los usuarios no ha mejorado lo suficiente para convertirlos en productores o usuarios creativos.

3.- Respecto al “modelo Educación mediática” que predomina en España los encuestados consideran que prevalece la “Educación con medios” frente a la “Educación en medios” y que rara vez se educa el espíritu crítico de los alumnos. Se considera que el estudio de los medios de comunicación a través de las áreas de conocimiento o de las materias del currículo es insuficiente para llegar a formar un pensamiento crítico en los alumnos.

4.-Respecto a las diferencias entre centros públicos y privados los consultados estiman que la situación de la educación para los medios es igual en el sistema público español que en el privado

5.- Respecto a las causas de la situación de la educación mediática en España

- Los consultados estiman que las causas de que no se eduque más en medios en España son, por orden, las siguientes:
 - la falta de formación del profesorado,
 - la falta de promoción específica por parte del Mec y las comunidades autónomas;
 - el déficit legislativo,
 - la falta de marco teórico de educación en medios
 - y el hecho de que los libros de texto no han contemplado la educación para los medios en si misma (Es decir: sólo han contemplado los medios como elementos auxiliares de las materias)

- Con perspectiva histórica se valoran muy positivamente las experiencias promovidas por el Ministerio de educación en los años 80 y 90 y en concreto la formación de profesores, pero la mayoría de los consultados opina que la LOGSE no tenía un marco teórico de educación en medios.
- Como aspectos menos interesantes de las experiencias LOGSE se señalan:
- La poca consistencia de algunas propuestas y la falta de continuidad de las mismas. Se diría, llega a decir un consultor, que obedecieron más a una moda que a una convicción
- La falta de financiación para extender la formación, dotar de recursos, editar mas materiales e investigar
- La educación en medios no tuvo continuidad ni se llegó a generalizar. Quedó en un limbo en el que sólo entraba el profesorado inquieto y consciente de la trascendencia del tema.
- Que no se contó con la biblioteca escolar como centro de recursos aglutinador de audiovisuales, tic y otros medios.
- La razón principal de que no funcione la educación en medios a través de las materias del curriculum estiman los consultados que es que el profesorado de las distintas áreas no es consciente de la tarea que se les encomienda cuando se reclama su colaboración en la educación para los medios.
- Con respecto a la pregunta de si la consideración de la “Educación para los medios” como tema transversal habría cambiado su efectividad educativa en la LOGSE, la mayoría de los consultados estiman que no habría cambiado la situación porque los restantes temas transversales tampoco prosperaron.
- La valoración de la utilidad de las optativas “Procesos de comunicación” y “Educación audiovisual” contempladas en la Logse es también muy negativa. Se estima que su impacto ha sido escaso debido a su desigual implantación y a la falta de formación del profesorado. Los consultados opinan también que el sistema educativo español no ha hecho nada para mejorar esta optatividad, tampoco en la LOE.
- 6.- Respecto a si el sistema educativo español se está anticipando a los nuevos fenómenos y necesidades derivadas del desarrollo de la sociedad de la información, la respuesta casi unánime es que no se está anticipando y que incluso está siendo rebasado por la sociedad que hace más uso de la tecnología que el propio sistema educativo.
- 7.- Respecto a la formación del profesorado en materia de alfabetización mediática, la falta de la misma y en especial de la formación del profesorado en ejercicio es reconocida unánimemente. Muchos profesores no han recibido otra formación que la inicialmente impartida por los programas Mercurio y Prensa Escuela hace quince años o, posteriormente, a través de los CEPS y de algunas universidades. Los Ceps parecen el sitio más adecuado para impartir formación en Educación en medios
- 8.- Respecto a los materiales didácticos accesibles la mayoría de los consultados estima que existen materiales didácticos suficientes de Educación en Medios en

España pero creen que hay que actualizarlos, promocionarlos y difundirlos mejor. Algún consultor recurre a materiales del programa Canadiense ó Francés.

- 9.- En lo que se refiere a las propuestas de implementación, las propuestas más destacadas son:
- Relanzar la Educación en Materia de Comunicación en el sistema español por medio de acuerdos entre el Ministerio y las comunidades autónomas siguiendo las indicaciones de la Unesco y de la Comisión europea
- El método preferido por los consultados para revitalizar la Educación en medios es a través de una materia específica o una optativa de educación en medios; en segundo lugar, a través de todas las materias del programa pero mejorando el diseño curricular para que no se pierdan de vista los objetivos básicos de la Educación en medios y previa formación del profesorado.
- Las acciones que se consideran prioritarias son:
- Programa de formación inicial y permanente del profesorado;
- Lanzamiento de un programa global de educación en medios que enmarque todos los medios en un marco teórico común;
- Diseño de materiales ejemplares;
- Adaptación o reforma del currículo para integrar la Alfabetización mediática;
- Según los consultores las competencias básicas de los alumnos a las que debería contribuir la Alfabetización mediática serían:
- La formación de buenos ciudadanos que conozcan la realidad y participen conscientemente en ella;
- El aprendizaje de la búsqueda, selección, análisis, interpretación y reutilización de la información;
- La identificación del impacto social y cognoscitivo que tienen los medios en las personas, la neutralización de ese impacto y la reflexión sobre la influencia de los medios en nuestros días;
- La competencia para analizar y neutralizar las técnicas emocionales que a veces utilizan los medios;
- Al análisis de la intencionalidad de los textos mediáticos y el reconocimiento y neutralización de los mensajes manipuladores;
- La neutralización de los estereotipos que se difunden a través de los medios;
- La formación de buenos consumidores
- La mayoría de los consultados piensa que debe vincularse la Alfabetización mediática a la educación en valores y en concreto a
 - Educación para el consumo
 - Coeducación
 - Educación para la ciudadanía
 - Educación del espíritu crítico; respeto a las diferencias; pluralismo
 - Educación en la libertad y la responsabilidad
 - Educación medioambiental
- La mayoría de los encuestados cree que la Educación en Materia de Comunicación debe atender a la totalidad de los medios y no solo a algunos en especial, preferentemente la TV, Internet y Prensa escrita
- La mayoría considera también que los nuevos fenómenos mediáticos como las videoconsolas o el teléfono móvil también precisan de atención educativa

1.3 Principales conclusiones de la encuesta a consultores nacionales e internacionales

Las respuestas más destacadas de los expertos nacionales e internacionales pueden agruparse en seis temas especialmente relevantes para el objeto de la consulta:

1. Concepto de Alfabetización mediática
2. Marco teórico
3. Adecuación de profesores y alumnos a la cultura mediática
4. Repercusión de la implantación tecnológica en la Alfabetización mediática
5. Previsible evolución futura de la alfabetización mediática
6. Recomendaciones generales

1.3.1 El primer aspecto que destaca es la práctica unanimidad en el concepto de alfabetización mediática y en sus objetivos.

Los consultados prefieren Alfabetización mediática a Educación en medios y que aproximan a la alfabetización tradicional o consideran como una segunda alfabetización.

- ✓ En este sentido se propugna que la alfabetización mediática se ocupe de todos los medios de comunicación independientemente del soporte que utilicen, desde los medios escritos a los digitales.
- ✓ También existe unanimidad en señalar que no se deben instrumentalizar los medios en la enseñanza y que se debe educar a cerca de los medios y no a través de los medios
- ✓ También existe acuerdo en el sentido que la alfabetización mediática este relacionada genéricamente con la formación para la ciudadanía y con las habilidades sociales; así como con el desarrollo de la autonomía personal de los alumnos.
- ✓ Otro punto de acuerdo es que la alfabetización mediática debe estimular tanto el análisis de medios como la producción de los mismos por los alumnos.
- ✓ Joan Ferrés no acepta renunciar al término “audiovisual” en favor del concepto mediático o digital y reivindica su utilización.
- ✓ Cary Balzaguette considera que la Alfabetización mediática es una extensión de la Alfabetización tradicional a la que hay incorporar los nuevos textos que van apareciendo en soporte digital.

1.3.2 Respecto al marco teórico en el que debe desenvolverse la alfabetización mediática

Que consideramos fundamental para la implementación educativa de la Alfabetización mediática, son muy relevantes las opiniones de algunos consultores:

Para David Buckingham el marco teórico existente es válido todavía y gira en torno a cuatro conceptos clave:

- *Producción*: ¿Quién produjo este documento y por qué?
- *Lenguaje*: ¿Cómo crean significado los medios a través de lenguajes de varios tipos, incluyendo los “lenguajes” visuales y musicales?
- *Representación*: ¿Cómo describen o representan el mundo los medios de comunicación?
- *Audiencia*: ¿Cómo captan los medios a la audiencia y cómo responde la audiencia? ¿Cómo se usan los medios?

Para David Buckingham la alfabetización mediática tiene que ver con lo que la autoridad reguladora de los medios en el Reino Unido, Ofcom, ha definido como “la habilidad de acceder, comprender y comunicar en una variedad de contextos”. Como se puede deducir de esta definición, estar alfabetizado en medios es, en parte, ser capaz de localizar y usar medios; pero también afecta a la comprensión, la evaluación y la opinión crítica; y consiste en *crear* medios, usando los medios para el propósito de la comunicación y de la expresión personal”.

En definitiva para David Buckingham la alfabetización en los medios tiene que ver con “atender las desigualdades básicas de la gente con respecto a los medios” y tiene que tener las tres “C”: es decir debe ser creativa, cultural y crítica.

Julio Cabero piensa que la alfabetización mediática debe ser abordada de forma transversal y no como materia específica y señala pormenorizadamente algunas disciplinas teóricas que podrían contribuir a la formación de los profesionales que practiquen la Alfabetización mediática:

1. la psicología cognitiva,
2. la psicología de la percepción,
3. las teorías de la comunicación,
4. la tecnología educativa,
5. la ingeniería;

Evelyne Bevort piensa que la distinción fundamental entre educación por los medios de comunicación, educación con medios de comunicación y educación para los medios de comunicación está mucho más clara ahora.

Evelyne Bevort completa la lista de disciplinas teóricas con las que tiene que ver la alfabetización mediática según Julio Cabero:

- a. La sociología de los medios de comunicación,
- b. las ciencias de la lengua,
- c. la historia de las mentalidades,
- d. el derecho de los medios de comunicación,
- e. la economía de los medios de comunicación
- f. las ciencias de la educación y de la formación,
- g. la semiología,
- h. algunas escuelas de pensamiento que tienen enfoques específicos. Por ejemplo, la escuela de Frankfurt y su crítica de los medios de comunicación;

i. los estudios culturales y la relación con la cultura popular.

G. Jacquinot cree que el marco teórico de la educación en medios del que nos servimos ahora está bien pero es aún clarificable. Indica que es necesario salir al encuentro de las teorías socio constructivistas del aprendizaje y las de la comunicación interactiva y que se debe partir del entorno mediático de los jóvenes para ayudarles a distanciarse del mismo

1.3.3 Respecto a la adecuación de la escuela actual a la nueva cultura mediática (Profesores y medios técnicos)

Susanne Krucsay cree que en lo concerniente a habilidades y preparación técnica para manejar los medios los estudiantes van por delante de los profesores.

J. Cabero retoma la metáfora de Marc Prensky y opina que en materia de formación hay una brecha mediática porque los alumnos son “nativos digitales” y los profesores son “emigrantes digitales” y carecen de la formación necesaria. El ritmo de renovación tecnológica es tan trepidante que incluso quienes trabajan con tecnologías tienen dificultades para adaptarse: apenas hemos llegado a la web 1 y ya estamos en la web 2;

J. Cabero recuerda que con la tecnologización de los centros no se consigue todo, que hacen falta medidas complementarias: formación del profesorado; apoyo al profesorado para que las utilice; constitución de grupos y comunidades (virtuales o no) de trabajo; y transformación de las estructuras organizativas de los centros para acoger nuevas actividades interdisciplinarias”.

G. Jacquinot opina que la escuela se ha adaptado a la nueva cultura mediática a pesar del retraso del que partía.

Evelyn Bevort insiste en subrayar que es un error muy común preocuparse sólo de llenar de tecnología los centros; recuerda también que no hay que volver la espalda a la cultura mediática de los jóvenes. Menciona como ejemplo países como Estonia o Finlandia.

1.3.4 Respecto a la repercusión de la implantación tecnológica en los métodos de enseñanza.

Que es otra cuestión básica por el auge que ha adquirido en los últimos años y porque se confunde con la verdadera Educación en medios las reflexiones de los profesores consultados son bastante esclarecedoras:

Según David Buckingham, la tecnología no ha transformado los métodos de enseñanza en los centros docentes por una parte y por otra tampoco forma a los jóvenes porque lo que se les enseña en las aulas son habilidades técnicas que nada tienen que ver con el uso de los medios que hacen en la calle. Los medios son un elemento de la cultura popular de los jóvenes en la actualidad.

Julio Cabero también cree que no se han modificado los métodos de enseñanza gracias a las tecnologías y dice que las diferentes investigaciones que se han realizado han puesto de manifiesto siempre una serie de hechos:

- El profesorado se encuentra capacitado para manejar tecnológicamente e instrumentalmente las tecnologías, o por lo menos la gran mayoría.
- El profesorado no se encuentra capacitado para utilizar desde un punto de vista didáctico las tecnologías.
- El profesorado no se siente preparado para producir objetos de aprendizaje de calidad.
- Los profesores suelen reconocer que han aprendido mediante la autoformación.

Una vez pasado los momentos iniciales de euforia por la llegada de la tecnología, progresivamente las esperanzas e ilusiones iniciales fueron desapareciendo.

Su incorporación ha tenido pocas consecuencias para los cambios en las prácticas educativas, y cambios a diferentes niveles: metodológicos, de estrategias de transmisión del conocimiento, de las prácticas evaluativas

Julio Cabero considera que debemos de aprender, que no consiste sólo en introducir cacharros en la escuela sino en formar al profesorado para que sepa crear entornos de comunicación diferentes con ello. Y ello también pasa por un cambio en las estructuras organizativas y en las visiones culturales en las que se apoya la escuela como institución de formación”.

Susanne Krucsay piensa que los medios pueden ser procedimientos para mejorar los contenidos de las asignaturas específicas. El E'learning es un método que contribuye a mejorar el aprendizaje y, en este sentido, es básico para los métodos de enseñanza. Los medios también desarrollan habilidades sociales y amplían el alcance de los materiales tradicionales de enseñanza/aprendizaje.

1.3.5 Con respecto la previsible evolución de la alfabetización mediática

David Buckingham piensa que se debe responder a los retos digitales en particular de los medios de comunicación participativos que ofrecen nuevas oportunidades (Redes sociales, Archivos compartidos, Web 2.0)

J. Cabero resalta que hay que avanzar en la dimensión comunicativa de la Educación en medios, es decir en la adquisición de la competencia para manejar los medios en tanto que medios de comunicación y menos en el conocimiento de la tecnología; es decir que la formación no debe ser mecánica e instrumental sino más bien comunicativa.

J. Cabero (Como también Tornero y Bevort) pone mucho énfasis en señalar que la Educación en medios es “un prerrequisito de la sociedad del conocimiento”

J. Cabero recomienda que se desarrolle especialmente el ámbito de las competencias y las capacidades de formación buscando la estandarización.

Bertrand Dumont llama la atención hacia la importancia de la interactividad en la comunicación entre jóvenes

G. Jacquinet subraya la mayor relevancia que tendrá la autonomía de los alumnos frente a los medios y mayor capacidad de creación.

Evelyn Bevort llama la atención sobre el hecho de que las fuentes y los soportes estarán potencialmente más disponibles que ahora pero que no podrán ser utilizados por todos los ciudadanos y sobre la circunstancia de que los consumos se dispersaran y serán itinerantes.

J. Cabero y Evelyn Bevort subrayan especialmente el peligro inminente de que se abra una brecha digital en la sociedad que pondría en riesgo de exclusión a aquellas personas que no adquieran determinadas destrezas o no estén capacitadas para vivir en la sociedad de la información.

S. Krucsay piensa que el aspecto que más se desarrollará es el de la “capacitación” (empowerment) que considera un enfoque positivo, afirmativo, crítico y autónomo

1.3.6 Por último los expertos consultados formulan algunas observaciones de carácter general:

G. Jacquinot propone no reinventar la rueda, aprovechar lo ya hecho y adaptarlo al contexto sin olvidar los aspectos esenciales.

David Buckingham se remite a las conclusiones del informe que elaboró, junto con Kate Domaille, en 2005 para la UNESCO cuyas líneas esenciales eran:

- Declaraciones claras y serias acerca de los objetivos y las bases de la educación en materia de comunicación: de hecho, nosotros tenemos algunas de estas declaraciones, aunque no estoy seguro de que suficiente gente influyente las conozca y las lea.
- Formación continua y especializada para el profesorado, que les proporcione tanto conocimiento conceptual como práctico, al mismo tiempo que comprensión de las experiencias y perspectivas de sus alumnos.
- Recursos de enseñanza de calidad, probados por profesores y alumnos y no solamente escritos por los llamados expertos.
- Investigaciones y evaluaciones formales que contemplen la realidad de la educación en materia de comunicación en la práctica, que estudien con detenimiento si la educación en materia de comunicación tiene alguna repercusión actualmente.

1.3.7 Colaboraciones en forma de artículo

Además de las respuestas a los cuestionarios el informe final incluye las respuestas de los consultores en forma de artículo en los que se abordan distintos aspectos de la Alfabetización en medios con mayor detalle. Los títulos de los artículos son:

- ¿Hay que formar a los jóvenes en la actualidad?, Jacques Gonnet
- ¿Aprender de los media?, Geneviève Jacquinot
- “La educación en medios forma parte de la historia de la escuela” France Renucci
- “Cuatro reivindicaciones en torno a la educación en comunicación audiovisual”,

Joan Ferres

- “Convirtiendo a los adultos en nativos digitales”, Cary Bazalgette
- “Una educación en medios al servicio del capital cultural de los alumnos”, Roxana Morduchowicz (*)
- “Educar para la comunicación. Reflexiones sobre la educación y los medios de comunicación”, Natalia Bernabeu Morón

2.- Documentación complementaria incorporada a la consulta: Comunicación de la Comisión Europea sobre alfabetización mediática y conclusiones de la agenda de Paris (UNESCO).

Como ya hemos dicho con anterioridad, paralelamente a la consulta se realizaron viajes a Bruselas y Paris que sirvieron para establecer contactos y documentar iniciativas muy importantes relacionadas con la Educación en Medios que ya estaban en marcha y que coincidían básicamente con la intención de la consulta promovida por el CIDE.

Concretamente nos referimos al “Media programme and media literacy” de la Comisión Europea, y al encuentro internacional de la UNESCO sobre educación en medios que tuvo lugar el 21 y 22 de junio de 2007 en Paris.

De estas dos iniciativas sin duda la más trascendente para los propósitos de nuestra consulta es, sin duda, la de la Comisión europea por la repercusión directa que está teniendo en todos los ámbitos de la acción de gobierno relacionados con los medios de comunicación y en especial con el ámbito educativo.

Por todo ello nos pareció pertinente incorporar las recomendaciones de ambos organismos, a las aportaciones de los expertos consultados, muchos de los cuales formaban parte también del grupo de trabajo de la Comisión Europea o son colaboradores asiduos de la UNESCO.

Brevemente, reseñaremos algunos de los aspectos más destacados de la importante labor desarrollada por ambos organismos.

2.1 Política europea de Alfabetización mediática

En el marco general de las políticas relacionadas con los medios de Comunicación (Audiovisual and media Policies) la Comisión Europea ha venido prestando atención preferente desde el año 2000 a la Alfabetización mediática de los usuarios de medios a través del programa: “Media programme and media literacy” integrado en “Information society and media directorate-general”. Las actuaciones de la Comisión europea empezaron en el año 2000 en el marco de la Agenda de Lisboa y han sido básicamente las siguientes:

- Creación de un grupo de expertos especialistas en educación en medios ¹
- Realización de diversos talleres y convocatoria de proyectos de Media Literacy (en 2002 y 2003) con el fin de formar una red de organizaciones y países implicados en la educación para los medios y facilitar el intercambio de experiencias con una inversión de 3,5 millones de euros.²

Los objetivos principales de estos trabajos han sido:

- Analizar las representaciones de los media desde una perspectiva multimedia;
- Animar a la producción y distribución de contenidos relacionados con la alfabetización mediática;
- Estimular el uso de los media para fomentar la participación social en la vida comunitaria;
- Intensificar la creación de redes de trabajo relacionadas con la educación para los media

- a. Realización de una consulta pública (2006) ³ En esta consulta se recibieron 106 respuestas de 23 estados miembros de la Unión Europea, y además China, Rusia y USA. El 26% de las respuestas procedían de la sociedad civil, el 25% de gobiernos e instituciones públicas, el 24% de industrias, el 18% de individuos, y el 7% del sector educativo.
Las conclusiones de la consulta han sido tenidas en cuenta por la Comisión en las siguientes iniciativas de educación en medios, principalmente la definición de Alfabetización mediática que obtuvo el 85% de acuerdo.
- b. Realización de distintos estudios y trabajos de investigación. Entre ellos: un sumario ejecutivo, los perfiles de alfabetización mediática de varios países europeos, una bibliografía de referencia y el informe final titulado: "Tendencias actuales y enfoques sobre alfabetización en medios en Europa". ⁴
- c. Comunicación "Un planteamiento europeo de alfabetización mediática en el entorno digital" presentada en diciembre de 2007 dirigida al Parlamento Europeo, al Consejo, al comité económico y social y al comité de las regiones y a los distintos países de la Unión. Esta Comunicación aspira a convertirse en una recomendación. ⁵

En su conjunto estas iniciativas de la Comisión Europea a favor de la Alfabetización mediática han conseguido consolidar una línea y una metodología de trabajo que nos parece la iniciativa política más ambiciosa y decidida para incentivar la educación en medios de los ciudadanos europeos.

2.2.- La UNESCO y la Educación en Medios en el mundo en 2007

¹ Puede consultarse en la página: http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/act_prog/index_en.htm

² Puede consultarse en la página: http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/act_prog/index_en.htm

³ Puede encontrarse el cuestionario y el resultado de la consulta en la siguiente página:

http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/report_on_ml_2007.pdf

⁴ Véase: http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/studies/index_en.htm

⁵ Véase: http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/com/es.pdf

Por su parte la reunión de La UNESCO en Paris sirvió para hacer balance de una labor en la que este organismo es pionero y que comenzó en los años 70: el fomento de la Educación en medios.

Los participantes reafirmaron básicamente la pertinencia de la declaración de Grünwald (1982) cuyas constataciones se consideraron revalidadas en el contexto de la sociedad de la información y de la compartición de saberes en un mundo globalizado; en especial se apreció :

- a) que se ha reforzado el papel que juegan los medios de comunicación en nuestras sociedades;
- b) que el ciudadano precisa más que nunca analizar la información que recibe de forma crítica sea cual sea el sistema simbólico que utilice (Imagen, sonido, texto); y que necesita también producir el mismo contenidos y adaptarse a los cambios profesionales y sociales;
- c) La Unesco considera también que todos los “actores afectados” deben asociarse a la educación para los medios. (Periodistas, empresarios, padres...)

La pertinencia de la Declaración de Grünwald es una prueba para la UNESCO de la exactitud del análisis efectuado en su momento y de la falta de reconocimiento persistente a propósito de la Educación en medios en la mayoría de los países.

Pese a todo ello la UNESCO considera que en los 25 años pasados se han llevado a cabo tanto dentro como fuera de la escuela numerosas y ricas experiencias. Los trabajos de investigación teórica y empírica han permitido identificar un campo preciso en todas las regiones del mundo. Estas experiencias e investigaciones son suficientemente conocidas y compartidas aunque se reconozca que la Educación para los medios no ha pasado de la fase de experimental a la fase de adopción generalizada.

Los participantes de la reunión de Paris señalaron la urgencia de una movilización internacional a favor de una potenciación de la educación para los medios y la necesidad de prever evaluaciones regulares para asegurarse de la puesta en práctica y de la actualización de las recomendaciones formuladas.

Los participantes en el encuentro recordaron igualmente que esas acciones eran coherentes con los compromisos internacionales y se inscribían en el marco de la agenda de la Comunidad internacional relativa a los Objetivos del milenio para el desarrollo y a la Cumbre mundial sobre la sociedad de la información.

El análisis del estado de la cuestión efectuado durante las dos jornadas de trabajo sirvió para establecer **doce recomendaciones de acción prioritarias** para favorecer la puesta en práctica operacional de las cuatro grandes orientaciones de Grünwald que se consideraron vigentes:

- El desarrollo de programas integrados en todos los niveles de la enseñanza
- La formación de educadores y la sensibilización de diferentes actores de la esfera social

- La investigación y la creación de redes de difusión
- La cooperación internacional en acciones concretas

En la reunión de trabajo de la UNESCO se utilizaron también las recomendaciones generales de Buckingham y Domaille del informe de 2002 para la propia UNESCO a las que hemos aludido anteriormente.

3.- Conclusiones y recomendaciones de la consulta: “Retos y perspectivas de la alfabetización mediática en España en el siglo XXI

Las conclusiones de las dos consultas a expertos más las conclusiones del programa Media Literacy y las de la reunión de la Unesco en Paris contribuyeron a articular 15 propuestas de actuación en el ámbito educativo español:

1ª propuesta: Inclusión de la Alfabetización mediática en la agenda política del Ministerio de Educación y del Gobierno español

2ª propuesta: Creación de un Programa específico ó Centro de coordinación nacional para la Alfabetización mediática.

3ª propuesta: Diseño de una competencia, sub-competencia o meta-competencia básica de Alfabetización mediática, vinculada preferentemente a la educación cívico-social y al desarrollo cognitivo.

4ª Propuesta: Desarrollo de un currículo específico de alfabetización mediática de referencia

5ª Propuesta: Ampliación o desarrollo de ciertas materias del programa para que contribuyan mejor a la Alfabetización mediática.

6ª Propuesta: Diseño de estrategias educativas basadas en medios, y de módulos o talleres de alfabetización mediática.

7ª Propuesta: Revisión de la optativa “Educación audiovisual”

8ª Propuesta: Fomentar el desarrollo de “proyectos inter-disciplinares temáticos” que incluyan la Alfabetización mediática como objetivo prioritario.

9ª Propuesta: Diseño de un protocolo de explotación de documentos mediáticos para uso de profesores no especializados en esta materia que utilicen documentos mediáticos en sus clases

10ª Propuesta: Creación de la figura del profesor coordinador de alfabetización mediática en los centros docentes

11ª Propuesta: Fomento de la creatividad mediática de los jóvenes a través de webs educativas, blogs, periódicos escolares, radios o televisiones de centro que fomenten la expresión juvenil.

12ª Propuesta : Potenciación de la web de Mediascopio como ventana informativa y como foro participativo dinamizador del sistema educativo respecto a la alfabetización mediática

13ª Propuesta: Diseño y planificación de cursos de formación básica y continua para todo el profesorado

14ª Propuesta: Diseño de un plan de investigación

15ª Propuesta: Actividades de promoción de la alfabetización mediática ante la sociedad y la familia