

La Educación en Medios de Comunicación y las Nuevas Tecnologías en la escuela

Jacques Piette
Sherbrooke (Canadá)

La llegada y expansión de las llamadas nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC) debe obligarnos a repensar la Educación en Medios de Comunicación. Por un lado, la vieja disyuntiva producción/análisis se ha quedado obsoleta. Por el otro, se abren nuevas posibilidades para la mejora de la competencia comunicativa de los niños en edad escolar, lo que afectará a sus relaciones de comunicación con padres y profesores, entre otros. En el artículo se comentan los resultados de una investigación sobre los usos de Internet llevada a cabo en Quebec.

1. La onda de choque del desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación

Hoy en día, es casi un tópico decir que la escuela, tanto en sus procedimientos educativos como en su funcionamiento diario, no está preparada y prepara bastante mal el futuro, para aceptar los desafíos que plantea la aparición de la sociedad de la información y de las comunicaciones y también lo es, decir que necesita cambiar radicalmente su modo de plantear y de impartir la enseñanza.

El desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación (NTIC) ocasionó una verdadera onda de choque sobre el mundo de la enseñanza, una onda cuyo impacto apenas empezamos a apreciar. Y esta onda golpeó de lleno todos los niveles de la

enseñanza, hasta tal punto que no exageramos al decir que, desde la primaria hasta los ciclos superiores de la enseñanza universitaria, la integración de las nuevas tecnologías de la comunicación se ha convertido, por lo menos aquí, en Quebec, en la prioridad en educación y que cada cual intenta sacar el máximo provecho del potencial educativo de esos «nuevos medios de comunicación», en función de su público estudiantil.

Así pues, el desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación, y especialmente la expansión de la red Internet, ha confirmado claramente que la escuela ya no puede seguir comportándose como si fuera todavía el lugar primordial de adquisición y de difusión del saber social. La evolución tecnológica en el

ámbito de las comunicaciones y las posibilidades de acceso al saber que nos deja entrever, resaltan negativamente el retraso cada vez más importante que padece la escuela en relación con los cambios tecnológicos actuales, al estar totalmente estancada en su concepción primitiva de la cultura y de las relaciones con el saber.

El consenso, en cuanto a la urgencia de la escuela para poner en marcha un proceso de reforma que la prepare para dar mejores respuestas a las exigencias de la sociedad de la información que se caracteriza, entre otros, por un mercado del trabajo en evolución constante, supera ya el círculo restringido de los especialistas en educación y en comunicación. Numerosos integrantes de los sectores de la economía, de la política, de la vida cultural y social también son conscientes del retraso de la escuela y se organizan en el seno de nuevas alianzas –que algunos juzgan por otra parte contra natura– para presionar el sistema escolar y que éste emprenda decididamente «el cambio tecnológico que da acceso a los recursos ilimitados de las autopistas de la información», para usar la jerga de moda.

2. El proyecto educativo de la Educación en Medios de Comunicación

Sin embargo, afirmar que la escuela debe transformarse para adaptarse a la evolución de una sociedad cada vez más mediatizada no es ni mucho menos un discurso nuevo. Desde hace más de veinte años, el movimiento para la educación en medios de comunicación se dedica a denunciar la desidia de la escuela en este tema y demuestra, mediante sus iniciativas innovadoras en materia de enseñanza para los medios, la conveniencia de su enfoque. De esa manera, el proyecto educativo impulsado por

el movimiento internacional de la educación en medios ha determinado claramente cuáles deben ser los «nuevos cometidos» de la escuela: llevar al alumno a explorar, mediante el estudio sistemático de los medios de comunicación y

de los mensajes que difunden, el universo de la cultura contemporánea, ampliamente configurada por la cultura de masas, para favorecer el desarrollo del pensamiento crítico de los jóvenes. La Educación en Medios de Comunicación propone pues un proyecto educativo ambicioso. No sólo pretende la introducción, en la escuela, de un nuevo ámbito de conocimiento respecto a estos medios: su misión fundamental es transformar la naturaleza misma de las relaciones que mantienen los jóvenes con los medios de comunicación y la cultura de masas, ámbitos que la escuela siem-

pre ha contemplado con inquietud, aunque sólo sea por la omnipresencia de la cultura mediática en la vida de los jóvenes y por los placeres estimados fáciles que esta cultura les proporciona. La Educación en Medios de Comunicación pretende desarrollar en el alumno nuevas competencias cuando actúa como espectador y nuevas destrezas de comprensión, de análisis y de creatividad que favorezcan la aparición de un distanciamiento crítico respecto a los mensajes mediáticos en una perspectiva de enseñanza en valores, que prepare al alumno a comprender mejor la sociedad de la información. Y es precisamente porque propone cambiar radicalmente la relación de la escuela con la cultura mediática que este movimiento para la educación en medios de comunicación suscita tal entusiasmo en todos aquellos que se preocupan por la oposición de la escuela en preparar los jóvenes a la sociedad de la información –para un análisis de los fundamentos teóricos de la enseñanza del pensamiento crítico

La misión fundamental de la Educación en Medios de Comunicación es transformar la naturaleza misma de las relaciones que mantienen los jóvenes con los medios de comunicación y la cultura de masas.

co respecto a los medios de comunicación, ver Piette (1996)–.

Ahora bien, si hasta ahora la educación en medios de comunicación seguía constituyendo el eje de la necesaria modernización de la escuela, no es del todo seguro que ésta se haya preparado adecuadamente para aceptar los desafíos que plantean el desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación. En efecto, la llegada de los «nuevos medios de comunicación», y sobre todo de Internet, provoca que se tenga que replantear la enseñanza de los medios en sus fundamentos, sus procedimientos y sus estrategias de implantación.

3. Las nuevas tecnologías de la comunicación y la Educación en Medios de Comunicación

Todo el campo de la investigación y de las prácticas didácticas en la educación en medios de comunicación descansa sobre una teorización y una modelización que se articulan esencialmente alrededor de la noción de los jóvenes como receptores y consumidores de medios –para una presentación de los fundamentos teóricos de la educación en medios de comunicación ver Piette y Giroux (1995)–. Ahora bien, en sus relaciones con las nuevas tecnologías de la comunicación, los jóvenes ya no son simples receptores y consumidores sino actores, los «interactores» y en algunos casos incluso los «hiperactores» de un proceso de comunicación que se vive en función de las propias interacciones que permite y que genera.

Eso explica que el despliegue rápido de las nuevas tecnologías de la comunicación en las diferentes esferas de las actividades sociales y su integración en el medio escolar obliguen a la Educación en Medios de Comunicación a revisar sus nociones sobre las relaciones entre los jóvenes y los medios,

debido a la implantación de los «nuevos medios de comunicación», y esto, tanto en la escuela como fuera de ella. Es de hecho esta preocupación la que está en el origen de un proyecto de investigación que llevo a cabo desde hace dos años con mis compañeros de la Universidad de Sherbrooke y de la Universidad de Montreal. Este proyecto pretende realizar una descripción del uso de Internet por los alumnos quebequeses de Secundaria. Se refiere a las tres dimensiones principales de esta relación: la representación, el uso y la apropiación de esta nueva tecnología por los jóvenes y esto, con arreglo a tres contextos de uso: en la escuela, en casa y en la biblioteca municipal. El estudio se proseguirá de hecho el año próximo en Francia, Bélgica, Suiza, Portugal y España. Los datos de la encuesta nos ayudarán, posteriormente, a desarrollar con nuestros socios europeos (entre los que se encuentran especialmente el profesor Mariano Sánchez Martínez

de la Universidad de Granada y el profesor Ignacio Aguaded Gómez de la Universidad de Huelva, ambos del Grupo Comunicar) un marco teórico en vistas a desarrollar intervenciones pedagógicas sobre la educación en los «nuevos medios de comunicación».

No voy a reiterar aquí los resultados de esta investigación, lo cual me alejaría de mi tema demasiado. Quisiera más bien compartir algunas observaciones acerca del desafío que plantea la integración de las nuevas tecnologías de la comunicación para la Educación en Medios de Comunicación. En relación con la pro-

blematía de la educación en medios, una constante se desprende muy claramente de nuestros datos de investigación: los alumnos no perciben Internet de manera «problemática», entendiendo, en este caso, «problemática» en el sentido en que lo entiende la educación en

La llegada de los «nuevos medios de comunicación», y sobre todo de Internet, provoca que se tenga que replantear la enseñanza de los medios en sus fundamentos, sus procedimientos y sus estrategias de implantación.

medios de comunicación. En efecto, el enfoque principal de la educación en medios es convertir en problemática la relación de los jóvenes con los medios de comunicación. El postulado principal sobre el que se apoya toda la metodología de la educación en medios es que merece la pena estudiarlos en clase, precisamente porque rara vez aparecen como problemáticos para los jóvenes. Al contrario, los medios de comunicación se perciben como ventanas al mundo y sus mensajes se ven como el simple reflejo de una realidad exterior. Tanto es así que, para los jóvenes, medios de comunicación y realidad se confunden en una unidad que «cae por su propio peso» —para utilizar los términos de Roland Barthes— una unidad «natural», «no problemática»: el telediarío se convierte así en el simple reflejo objetivo de la actualidad en el mundo, el partido de hockey representa el mundo del deporte, los programas de variedades emitidos en la televisión constituyen un simple reflejo objetivo de la realidad cultural nacional, etc. Los jóvenes no se dan cuenta de que, en su mayoría, los mensajes de los medios de comunicación, constituyen construcciones, representaciones que proponen determinadas visiones y determinadas interpretaciones del mundo que remiten a posiciones ideológicas particulares, que son «problemáticas» en su esencia misma, sobre las cuales debemos interrogarnos y tenemos que ejercer una mirada crítica y más aún cuando los propios medios de comunicación niegan el hecho que sus mensajes sean «construcciones», pretendiendo, al contrario, que sólo se trata del reflejo de una realidad exterior que intentan transmitir lo más fielmente posible —sobre el principio de la «no transparencia» de los medios de comunicación como fundamento teórico de la educación en medios de comunicación, consultaremos Masterman (1985)—. Para los jóvenes, los medios

La escuela ya no puede seguir comportándose como si fuera todavía el lugar primordial de adquisición y de difusión del saber social.

de comunicación constituyen esencialmente fuentes de diversión con respecto a las cuales no son muy dados a reflexionar o a cuestionarse desde una perspectiva crítica. Lo mismo nos sucede a la mayoría de nosotros en el consumo cotidiano de los medios de comunicación. No se nos ocurre espontáneamente estudiar un partido de hockey o los Juegos Olímpicos de Nagano. Los miramos, los consumimos por lo

que aparentan ser, el simple reflejo de una realidad no problemática. Es necesario que un acontecimiento inesperado venga a perturbar ese reflejo, como cuando un surfista canadiense se encuentra en el centro de una polémica sobre el uso de marihuana o cuando un esquiador quebequés se rebela contra la proliferación de banderas canadienses y el poco sitio otorgado al idioma francés en el seno de la delegación canadiense, por ejemplo, para des-

cubrir de pronto que quizá existan motivos para reflexionar o cuestionarse.

Uno de los aspectos interesantes que sobresale de los datos de nuestra encuesta sobre Internet y los jóvenes es una constatación análoga a la que se puede hacer con respecto a la relación de los jóvenes con los medios de comunicación tradicionales: los alumnos no creen que Internet, ni las informaciones que en ella se encuentran, tenga una naturaleza «problemática». Una de las frases que se repite incansablemente en los jóvenes que hemos entrevistado es «en Internet lo encuentras todo, todo está en Internet, todo está ahí... el mundo entero está en Internet... o casi». Nos da la impresión de que, para el alumno, todas las informaciones que se encuentran en la red tienen el mismo valor, ya provengan de fuentes gubernamentales, de individuos, de corporaciones o de grupos de ciudadanos. Para ellos, se trata de informaciones que tienen todas la misma credibilidad, la misma veracidad y la

misma fiabilidad, exceptuando las páginas ilícitas y pornográficas que los jóvenes perciben claramente como «problemáticas», distinción que, por otra parte, aprenden a hacer muy pronto, por ejemplo, en el caso de los contenidos pornográficos presentados en el cine o en la tele. Sin embargo, Internet, al igual que las demás nuevas tecnologías de la comunicación, no se percibe en absoluto como problemática.

4. La enseñanza actual de los nuevos medios de comunicación

Cuando evaluamos la naturaleza de la formación que se ofrece actualmente en las escuelas con respecto a los nuevos medios de comunicación, constatamos que ésta se presenta esencialmente según dos perspectivas. La primera, que podríamos llamar «tecnicista», intenta iniciar al alumno en las nuevas tecnologías: cómo funcionan y cómo usarlas de manera óptima en cuanto a rendimiento y eficacia. La segunda perspectiva es la de la utilización de las nuevas tecnologías de la comunicación desde el punto de vista de la enseñanza *mediante* los medios de comunicación. Un buen ejemplo de esta perspectiva nos lo ofrecen las actividades pedagógicas que nacieron en el marco de los numerosos proyectos de creación de páginas educativas dirigidas al medio escolar. En el caso de estas innovaciones, el trabajo intenta desarrollar iniciativas pedagógicas que permitan utilizar el potencial educativo de Internet en el marco de la formación escolar, es decir, en el aprendizaje de asignaturas como Francés, Ciencias, Matemáticas o las Enseñanzas Artísticas.

Se entiende lógicamente que estas dos perspectivas no se excluyen mutuamente. De hecho, incluso se complementan en múltiples

aspectos: el uso de Internet en el marco de actividades didácticas de una clase de francés pasa a menudo por una introducción a la técnica y, del mismo modo, el dominio de las técnicas de uso de Internet revierte a su vez en la producción de trabajos escolares en francés y en las demás asignaturas.

Sin embargo, nos vemos obligados a constatar que esas dos perspectivas no constituyen un método de enseñanza de los medios en el sentido en que lo entiende la Educación en Medios de Comunicación. Internet no se enseña como una materia de estudio en sí; no hay enseñanza de Internet. Lo que existe es una formación para el uso de Internet, lo que es muy

distinto. En resumen, lo que estas dos perspectivas complementarias intentan desarrollar es un conjunto de destrezas que permitan a los alumnos utilizar de forma óptima las nuevas tecnologías de la comunicación. Con la integración de las nuevas tecnologías de la comunicación, nos encontramos de hecho ante una nueva versión de la vieja dicotomía entre enseñanza *mediante* los medios de comunicación y enseñanza *de* los medios de comunicación, tan familiar a los investigadores en Educación en Medios de Comunicación. Hoy en día, las numerosas iniciativas que nacen en materia de integración de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación se orientan

Más que limitarse al único análisis de los mensajes que ya están «mediáticamente estructurados», la enseñanza de los «nuevos medios de comunicación» debe invitar a los alumnos a explorar sus propios criterios de selección y de articulación de la información.

mayoritariamente hacia el uso de éstas como auxiliares de la enseñanza. Actualmente, mediante la elaboración de guías didácticas, de páginas educativas en Internet o de cursos de formación para docentes, se intenta determinar cómo ayudar al docente a utilizar estas nuevas tecnologías para mejorar y enriquecer sus prácticas de enseñanza, asegurándose a la vez de

que el alumno adquiere conocimientos prácticos sobre el funcionamiento y la utilización de esas herramientas. De esa manera, las nuevas tecnologías de la información y la comunicación se consideran esencialmente como herramientas, del mismo modo que los docentes percibían tradicionalmente los medios de comunicación como auxiliares de enseñanza.

Por su parte, la educación en medios, que se presenta como un enfoque de la integración de los medios de comunicación en la enseñanza, considera las nuevas tecnologías como nuevos medios de comunicación: unos medios ciertamente diferentes de los medios de comunicación tradicionales, porque integran y transmiten contenidos mediáticos de todo tipo en un proceso de interacción que transforma la relación habitual con los medios. Sin embargo, la educación en medios de comunicación nos invita a abordar estos nuevos medios como materias de estudio que la enseñanza debe impartir.

Una vez más, por lo tanto, se ponen de manifiesto las nuevas formas que adopta hoy en día la vieja oposición paradigmática fundamental entre la enseñanza *mediante* los medios de comunicación y la enseñanza *de* los medios de comunicación.

5. Una enseñanza centrada sobre el concepto de información

Sin embargo, la integración de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación plantea, a nivel conceptual, un nuevo desafío para la educación en medios de comunicación. Anuncia el paso de una enseñanza centrada en el «mensaje mediático» a una enseñanza centrada en la información. La unidad de análisis básico, la unidad fundamental de referencia en el proceso de la enseñanza para los medios de comunicación ha sido hasta ahora la del «mensaje mediático» –ya se presente bajo forma de texto, de imagen, de sonido o de una combinación de estos elementos–; lo que analizamos, lo que cuestionamos, lo que sirve de punto de comparación para la realización por el alumno de producciones originales

son los «mensajes mediáticos». El mensaje mediático se ha convertido pues en la unidad de base a partir de la cual se han desarrollado nuestras prácticas didácticas en la educación en medios de comunicación.

En efecto, tradicionalmente, la educación en medios de comunicación trabaja con materiales estructurados, organizados como mensajes mediáticos, unidades «construidas» que se inscriben en un sistema bien organizado de producción, de difusión y de recepción. De hecho, es en la exploración de estas diferentes dimensiones donde se articulan los marcos de referencia teórica de la educación en medios de comunicación como el que propone el British Film Institute con el estudio de sus seis *Key aspects* (Bazalgette, 1992). Dado que los mensajes se nos presentan como construcciones, podemos abordar la educación en medios de comunicación como un fenómeno de deconstrucción y de exploración de esas construcciones, que se perciben, todas ellas, como representaciones (o fragmentos de representaciones) particulares del mundo.

Las nuevas tecnologías de la comunicación, por su parte, introducen en el aula elementos híbridos formados por mensajes organizados y estructurados que se pueden emparentar con construcciones mediáticas tradicionales; sin embargo, también transmiten una multitud de elementos no estructurados (datos de todo tipo, fragmentos de sonido, de imágenes fijas o animadas, programas informáticos, etc.) que se estructuran y se organizan en función de las utilizaciones que de ellos hace el usuario. Por lo tanto, más que limitarse al único análisis de los mensajes que ya están «mediáticamente estructurados», la enseñanza de los «nuevos medios de comunicación» debe invitar a los alumnos a explorar sus propios criterios de selección y de articulación de la información. Del mismo modo, en la exploración de las redes de comunicación, debe también incluirse diferentes tipos de información que correspondan a sectores de actividades muy variadas: público, institucional, privado, comercial, artístico, etc.

6. El desarrollo del pensamiento crítico respecto a las «nuevos medios de comunicación»

Cuando está en contacto con las nuevas tecnologías de la comunicación, el alumno tiene ante sí mucha información pero muy pocos conocimientos y saberes. La escuela tiene que convertirse en el lugar privilegiado para ayudar al alumno a darle un sentido a la información con la que se relaciona. Debe invitarle a cuestionar esta información para que se transforme en conocimiento y en saber. Por eso, hay que revisar las antiguas categorías conceptuales de la educación en medios de comunicación que se basaban en los diferentes tipos de mensajes producidos por los medios de comunicación. La Educación en Medios de Comunicación debe reorientar su enfoque de la aprehensión y la comprensión de las informaciones que proporcionan las nuevas tecnologías de la comunicación y debe adaptar sus procedimientos y sus metodologías para ayudar al alumno a comprender y a cuestionar las formas de relación que le ofrecen los nuevos medios de comunicación.

Por lo tanto, la enseñanza de las nuevas tecnologías de la comunicación no debe limitarse a la simple transmisión de conocimientos sobre las tecnologías y a las maneras de usarlas, debe intentar crear las condiciones de una relación con el saber que favorezca la aparición del espíritu crítico. La educación en medios de comunicación debe esforzarse en desarrollar estrategias de integración de los nuevos medios de comunicación que se inscriban de forma decidida en un proyecto educativo centrado en el desarrollo del pensamiento crítico con respecto a los medios de comunicación. La educación en nuevos medios de comunicación no debería limitarse a la única

adquisición por parte del alumno de un conjunto de competencias de orden técnico, sino que debe ser motivo para sensibilizarlo con un amplio repertorio de procedimientos y de planteamientos destinados a favorecer el desarrollo de destrezas de pensamiento de nivel superior: capacidad de reunir, de seleccionar, de organizar y de analizar la información en situaciones abstractas; capacidad de identificar y resolver problemas complejos; capacidad de planificar y de concebir estrategias de comunicación eficaces en la producción de documentos multimedia cada vez más complejos que integren a la vez el texto, la imagen, el sonido y el movimiento y que establezcan, en su propia concepción, conexiones y aperturas a otras redes y a otras producciones mediante enlaces hipertextuales. Esta manera de interactuar con

la tecnología exige el dominio de un gran número de operaciones lógicas y de destrezas de expresión creadora, al mismo tiempo que estimula el desarrollo de nuevas destrezas sociales mediante la relación, el intercambio y la comunicación con sus iguales y con el docente.

Debido al propio proceso interactivo continuo que las caracteriza, las nuevas tecnologías de la comunicación ofrecen al alumno la oportunidad de conseguir una mayor autonomía y control sobre esos modos de aprehensión del conocimiento y del saber, lo que puede redundar en la instauración de una relación totalmente nueva entre el profesor y el alumno, semejante a la que desea desa-

rrollar la educación en medios de comunicación. En el seno de esta renovación pedagógica que propone la educación en medios de comunicación, encontramos en efecto esta voluntad de destruir la relación autoritaria con el saber

Debido a la propia interactividad que caracteriza el uso de las nuevas tecnologías, el alumno se ve constantemente implicado en un proceso en el que confluyen íntimamente las operaciones de selección, de análisis y de creación de producciones mediáticas.

tal y como se vive tradicionalmente entre el profesor y sus alumnos. El propósito de desarrollar las condiciones que permitan establecer una relación de «investigación compartida»

—para utilizar los términos tan queridos por Len Masterman— entre el profesor y el alumno en su exploración compartida de la cultura mediática, encuentra a mi parecer su cauce mucho más naturalmente en la integración de las nuevas tecnologías de la comunicación en el aula.

7. Superar el eterno dilema análisis/producción

La integración de las nuevas tecnologías de la comunicación en el marco de una verdadera práctica docente debería permitirnos superar por fin el famoso debate que opone desde hace años a los partidarios de una Educación en Medios de Comunicación centrada en el análisis de los mensajes y a los que abogan más bien por una enseñanza centrada en la iniciación de los jóvenes a las dimensiones prácticas de la producción mediática.

Con la llegada de las nuevas tecnologías de la comunicación, este debate se vuelve totalmente obsoleto porque la distinción análisis/producción aparece ahora como una diferencia de orden puramente conceptual.

Debido a la propia interactividad que caracteriza el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación, el alumno se ve constantemente implicado en un proceso en el que confluyen íntimamente las operaciones de selección, de análisis y de creación de producciones mediáticas. Esta confluencia es de hecho uno de los principales atractivos que representan para la escuela estas nuevas tecnologías que permiten un acceso rápido, y barato, a un amplio repertorio de materiales didácticos de todo tipo.

Aún resulta difícil para la escuela planificar la integración de las nuevas tecnologías de la comunicación en un contexto cambiante; en efecto, las nuevas formas de comunicación y de

interrelaciones que surgen no están todavía estabilizadas. Eso explica que sea prioritario para la escuela considerar esas otras realidades que se reflejan en las relaciones que mantienen los jóvenes con su entorno mediático, dimensión sobre la cual siempre ha insistido la Educación en Medios de Comunicación y de la cual intenta aprovecharse. Creo que una de las cosas que más pueden perjudicar el desarrollo del potencial educativo de las nuevas tecnologías de la comunicación es la falta de reconocimiento por la escuela de la pluralidad de los usos y de las apropiaciones que mantienen los jóvenes con ese nuevo entorno mediático.

El principal peligro es que la escuela, con el fin de conservar su hegemonía sobre los modos de adquisición del saber, intente a cualquier precio atajar el flujo de interacciones que ofrece, por ejemplo, Internet y se dedique a canalizarlo en unos usos limitados para que se integre en la manera tradicional de concebir el aprendizaje escolar. A lo largo de mi investigación sobre *Internet y los jóvenes* he podido constatar que ese peligro era del todo real. Incluso en las aulas que poseen un gran número de herramientas informáticas y en las que, por lo tanto, las nuevas tecnologías de la comunicación se usan ya como una realidad diaria, se excluyen muchos de los usos que, sin embargo, simbolizan para los jóvenes el interés y la especificidad misma de Internet. La mayoría de las veces, el uso que se hace de Internet en el medio escolar se limita de esa forma a lo que llamamos la dimensión enciclopédica, es decir, la búsqueda de informaciones y de páginas edu-

En el seno de esta renovación pedagógica que propone la Educación en Medios de Comunicación, encontramos en efecto esta voluntad de destruir la relación autoritaria con el saber tal y como se vive tradicionalmente entre el profesor y sus alumnos.

cativas en la red. La dimensión relacionada con la comunicación (el uso del chat, el servicio de correo electrónico, la participación en grupos de debate, la creación de producciones originales de documentos multimedia de comunicación, etc.) se descarta totalmente en la escuela, excepto durante el tiempo libre al mediodía o por la noche después de las clases, en algunas escuelas. Incluso cuando se autoriza, el uso de Internet con perspectivas de comunicación con otros usuarios sigue siendo muy limitado. Por su parte, la educación en medios de comunicación nunca ha temido enfrentarse al conjunto de aspectos ligados a la cultura de los medios y a la cultura de los jóvenes. Muy al contrario, podemos incluso afirmar que ése es su signo distintivo; no

duda en apropiarse de las producciones que algunos consideran triviales para utilizarlas como impulso para la exploración de la cultura contemporánea. Por eso le corresponde a la educación en medios de comunicación invertir el ámbito de las nuevas tecnologías de la comunicación para evitar que la escuela intente desvirtuar o limitar las posibilidades ofrecidas por ese nuevo entorno tecnológico.

Hoy en día, es algo evidente afirmar que la escuela no posee ya el monopolio de la enseñanza y que los medios de comunicación juegan en ese campo un papel determinante para los jóvenes. El movimiento para la educación en medios de comunicación promueve esta consciencia de la importancia de los medios en la vida y en la cultura de los jóvenes. Con la implantación y la generalización de las nuevas tecnologías de la comunicación, el fenómeno se ha vuelto aún más evidente y, al igual que ocurre con los medios de comunicación tradicionales, es a menudo fuera de la escuela donde los jóvenes efectúan el aprendizaje de las nuevas tecnologías: en casa, en casa de amigos, en bibliotecas, en tiendas especializa-

das, y la escuela debe tener en cuenta las modalidades de relación que los jóvenes establecen con esos nuevos medios de comunicación en esos otros lugares si quiere presentar estrategias pedagógicas que aúnen el interés y las expectativas de la totalidad de los jóvenes y si quiere que el aula sea uno de los lugares

importantes de esas nuevas redes de comunicación tejidas por las autovías de la información.

El papel de la escuela del siglo que viene no debería ya estancarse esencialmente en una perspectiva de transmisión de conocimiento que de todos modos escapa cada vez más a su control; debe favorecer en el alumno una mejor comprensión del universo hipermediatizado que será el suyo, alentar la adquisición de destrezas

intelectuales de nivel superior, despertar el espíritu crítico y la capacidad creadora de los jóvenes alentando el desarrollo de una mayor consciencia social. En efecto, las disparidades que encontramos actualmente en el acceso a las nuevas tecnologías de la comunicación plantean con fuerza la cuestión de los factores que contribuyen al desarrollo del fenómeno de la exclusión en nuestras sociedades. De esa manera, la integración en el aula de estas tecnologías debería ofrecer al alumno la oportunidad para que advierta los desafíos que plantean a la sociedad la exclusión o el acceso a las nuevas formas de comunicación entre los ciudadanos, y también para que evalúe correctamente esos desafíos. Por eso, la educación en medios de comunicación, tanto de los tradicionales como de los nuevos, debe inscribirse de manera explícita en un proceso integrado de educación en valores.

Referencias

BAZALGETTE, C. (1992): «Key Aspects of Media Education», en ALVARADO y BOYD-BARRET (Eds.): *Media Education: An Introduction*. London, British Film Institute en colaboración con The Open University; 199-219.

Las nuevas tecnologías anuncian el paso de una enseñanza centrada en el «mensaje mediático» a una enseñanza centrada en la información.

MASTERMAN, L. (1985): *Teaching the Media*. Londres, Comedia.

PIETTE, J. (1996): *Éducation aux médias et fonction critique*. París, Ediciones L'Harmattan; 361.

PIETTE, J. y GIROUX, L. (1995): «The Theoretical Foundation of Media Education Programs», en KUBEY (Ed.): *Media Literacy in the Information Age: Current Perspectives*. Information and Behavior, Volume Six. New Brun-

wick/London, Transactions Publishers; 89-134.

PONS, C.M.; PIETTE, J.; GIROUX, L. y MILLERAND, F.

(1998): *Les jeunes québécois et Internet: Représentation, utilisation et appropriation*. Informe de investigación presentado al Ministerio de la Cultura y de las Comunicaciones del Gobierno de Quebec. Sherbrooke, Departamento de Letras y de Comunicaciones, Universidad de Sherbrooke (en Internet: <http://www.mcc.gouv.qc.ca>).

- **Jacques Piette** es profesor Departamento de Letras y Comunicaciones de la Universidad de Sherbrooke, en la provincia canadiense de Quebec.
- Traducción del francés al castellano realizada por Marie-Carmen Redondo Úbeda y José Redondo Úbeda.

