

LA FORMACIÓN EN COMPETENCIAS MEDIALES: URGENCIAS A LA DIDÁCTICA

Training in media competences: Didactics' urgent needs

*La formation en compétences médiales: des urgences
à la Didactique*

María Luisa SEVILLANO GARCÍA

Profesora de Didáctica y Organización Escolar de la UNED

BIBLID [0212 - 5374 (2002) 20; 159-174]

Ref. Bibl. SEVILLANO GARCÍA, MARÍA LUISA. La formación en competencias mediales: urgencias a la Didáctica. *Enseñanza*, 20, 2002, 159-174.

RESUMEN: La complejidad de los medios de comunicación y sus organizaciones urgen la competencia medial de los ciudadanos y por tanto la preparación para ello en su etapa de estudiantes. A la Didáctica le incumbe la tarea de descubrir modos y formas de entender este nuevo fenómeno de relación entre mundos de los medios y mundos de formación superando los marcos descriptivos o implicativos de los elementos tecnológicos. Este artículo pretende exponer y argumentar un concepto superador de lo que en la investigación empírica, experimental, elaboración de teorías y publicaciones en España viene entendiéndose por educación en medios de comunicación. Representa una reflexión positivista con implicaciones políticas, comunicacionales, formativas y didácticas. Superando posiciones ideológicas simplistas planteo un nuevo modo de entender la relación didáctica con los medios de comunicación.

Palabras clave: enseñanza, Didáctica, medios, competencia medial.

ABSTRACT: The complexity of media and its organizations urge the media competence of the citizens and therefore the preparation for that in their students time. It is a task of the Didactics to discover ways and manners of understanding this new phenomenon of relationships between media worlds and educative worlds, overcoming the descriptive or implicative frames of the technological elements. This papers intends to explain a new concept on what has been empirically and experimentally researched, theories developed and published in Spain about educational media training. It represents a positivist reflection with political, communicational, educative and didactic implications. By surmounting simplistic ideological positions I suggest a new way of understanding the didactic relationship with the media.

Key words: training, Didactics, media, media competence.

RÉSUMÉ: La complexité des moyens de communication et ses organisations ont besoin de la compétence médiat des citoyens et pourtant la préparation pour cela des leur époque d'étudiants. C'est le rôle de la Didactique de découvrir des nouvelles façons de comprendre ce nouveau phénomène de relations entre les mondes des media et les mondes de formation, surpassant les marques descriptives ou d'implications des éléments technologiques. Cet article voudrait exposer et argumenter un concept surpassant de ce que dans l'investigation empirique, expérimental, élaboration des théories et publications en Espagne on comprend comme éducation en moyens de communication. L'article représente alors une réflexion positiviste avec des implications politiques, communicationnelles, formatives et didactiques. Je présente, devant des positions idéologiques simplistes, une nouvelle façon de comprendre la relation didactique avec les moyens de communication.

Mots clefs: formation, Didactique, moyens de communication/media, compétence médiat.

1. APROXIMACIÓN AL CONCEPTO COMPETENCIAS MEDIALES

El concepto de competencia medial surgió en Alemania en los años sesenta y se le vinculó, en opinión de Baacke (1999: 32), a las controversias entre Habermas como teórico interaccionista y Luhmann, representante de la teoría de sistemas. Nace y se afianza el concepto en la búsqueda de modelos de integración competente, consciente y crítica de los medios de comunicación en la vida total, superando científicamente planteamientos anclados o derivados de las teorías marxistas o liberales, también de los encubiertos por la conocida como de responsabilidad social.

El debate se relacionó mucho con los trabajos del lingüista Chomsky quien, siguiendo el pensamiento de Descartes y Humboldt, integró la competencia de generar una línea de pensamiento y creaciones ilimitada como fruto de un sistema de reglas inmanente y distanciándose del principio de Estímulo-Respuesta-Reacción-

Aprendizaje. Se trataría de la creación y organización de nuevas estructuras mentales, que no sólo se logran mediante el desarrollo y madurez biológicas.

Fue precisamente el mismo Baacke en 1973 quien, cuando introdujo en la competencia medial el concepto de competencia comunicativa, lo fundamentó en la gramática universal de Chomsky, en la pragmática universal de la teoría y acción comunicativa de Habermas, en la teoría de sistemas de Luhmann. Para él la competencia verbal, debe formar la competencia comunicativa que, a su vez, será el punto de partida y referencia de la competencia medial (Theunert, 1999: 51).

Junto a elementos de las teorías cognitivistas de la percepción se reelaboran también teorías de la comunicación y se integran las dimensiones de las teorías de la psicología evolutiva de Piaget. El pensamiento y la acción pedagógica tendrían aquí las funciones de prevenir e intervenir en el desarrollo de las estructuras mentales influyentes con los acontecimientos externos conocidos y comunicados en los medios de comunicación, mediante las acciones dirigidas a lograr la competencia sobre los mismos. El tema de la competencia medial es de gran actualidad en Alemania. De una reciente obra titulada *Medienkompetenz* publicada en 1999 bajo la dirección de Fred Schell, enumero algunos de sus apartados.

1. Competencia medial. Faceta y fundamentos de un concepto.
2. Competencia medial. Dimensiones de un término.
3. Competencia medial en la niñez y juventud.
4. Fundamentos de psicología evolutiva en la socialización medial.
5. Recepción y apropiación de medios.
6. Condiciones, métodos, modelos y fines de actividades mediales con niños.
7. Fortalecimiento de la competencia medial en la escuela media y en los trabajos con jóvenes.
8. Atención a la juventud versus competencia medial.
9. Tesis sobre las competencias mediales de los jóvenes.
10. Potenciación de la competencia medial en las instituciones de tiempo libre.
11. Presupuesto de una formación universitaria de profesores en competencia medial.

Como sugiere Castell (1997: 55-56): «vivimos uno de esos raros intervalos de la historia. Un intervalo caracterizado por la transformación de nuestra cultura material por obra de un nuevo paradigma tecnológico organizado en torno a las tecnologías de la información». Los medios, por tanto, nos interesan porque constituyen el eje alrededor del cual gira nuestra estructura social contemporánea.

Existe una controversia sobre los campos de la competencia medial tanto en su dimensión metodológica como de investigación. Representantes de la psicología, sociología, politólogos y lingüistas, publicistas, pedagogos sociales, tecnólogos, filósofos, todos quieren aportar su visión sobre este fenómeno bastante reciente y que ha penetrado, tal vez no excesivamente, en la profundidad, pero sí en los planteamientos en muchos ámbitos del saber.

Dicho concepto, ya clásico en los ámbitos de influencia alemana, entra poco a poco en la literatura española, pero marcado especialmente por un carácter pedagógico y reducido de forma empobrecida a los ámbitos escolares. Es por tanto mi propósito recuperar su primigenio y actual sentido para enriquecer los planteamientos que del mismo se derivan, también para las ciencias de la comunicación. Y como la investigación, en palabras de Cebrián Herreros (1998: 22) está —o debería de estar— al servicio de la sociedad, creo que ésta es una premisa a cumplir de forma urgente y continuada y además con una proyección social. En coherencia con tal principio sitúo esta aportación en el umbral más genuino de investigación para el progreso de medios, públicos y servicios, recobrando así la investigación su dimensión de servicio.

Watling (2001) comenta en un estudio publicado en el volumen 12 de la revista *The Curriculum Journal* cómo con el fin de integrar las nuevas tecnologías en el Reino Unido y Gales, el Gobierno realizó una investigación para detectar las nuevas formas de comunicación tecnológica y llegó a la conclusión de que su integración es necesaria y urgente y se debe hacer de forma coherente en todos los aspectos de la docencia-aprendizaje.

Larisa Kreiner (2001: 37), periodista y docente en la Universidad de Klagenfurt dice que este término genera desde hace algún tiempo mucha reflexión y se ha convertido en nuclear y de referencia en la pedagogía, la sociología y las ciencias políticas. La tesis de Kreiner es que también el público, los usuarios y consumidores de medios de comunicación tienen una responsabilidad en los procesos mediales en el sentido en que con su elección y selección acrítica, irreflexiva, participan en la creación o mantenimiento de medios y programas de baja calidad. El concepto busca por tanto el logro de competencias que superen el saber informaciones y la acción concreta de encontrar lo pretendido, para llegar a la capacidad crítica de valoración y enjuiciamiento. Se trata en definitiva de una competencia comunicativa que debe llevar a la participación activa en la construcción social desde la base de las capacidades verbales.

Competencia medial por tanto representa una aportación importante dentro de un conjunto de competencias que describe la imagen de la persona en sus relaciones sociales, históricas y culturales (Moritz, 2001: 41). La competencia medial entendida como la capacidad para establecer y practicar una relación crítica con la calidad mediada y transmitida por los medios de comunicación y no sólo con éstos, tiene como efectos positivos la capacidad de formarse un juicio crítico que se traduce en una mayor comprensión de la política y un crecimiento en la disponibilidad para la participación política y social. Tales conocimientos llevan a la disposición de valorar en todo momento la credibilidad que cada medio ofrece. El investigador en comunicación define la credibilidad en los medios como la cualidad que alguien (los receptores) conceden a esos medios con relación a los acontecimientos, hechos y opiniones que comunican. La credibilidad se construye y fortalece mediante las frecuentes y reiteradas experiencias positivas en torno a cualidades de lo informado como independencia de los intereses particulares del medio o los

informadores, presentación seria de los contenidos, etc. Esta credibilidad actúa como un filtro en el proceso de información social que simultáneamente impulsa este proceso.

2. UN NUEVO PANORAMA MEDIAL

Los mundos de los medios, son mundos de vida y los mundos de vida son mundos de los medios (Baacke, 1999: 14). Los medios de comunicación y nuevas tecnologías nos fascinan, a veces nos irritan. Sin duda alguna actúan con tal extensión e intensidad en nuestra vida diaria que determinan nuestra acción y nuestro pensamiento mucho más de lo que creemos. Nos dominan más y mejor que nosotros a ellos. Queramos o no estamos bajo su potente influencia. Nuestra tarea por tanto será aprender cómo podemos decidir formas y tiempos para utilizar sus tecnologías, potencialidad, prácticas comunicativas, creativas y cuándo de forma seria y prudente renunciamos a ellos.

Los medios presentan informaciones, orientaciones y juicios de valor. De esta manera compiten con la función encomendada al sistema educativo de formar y educar. Como medios de información conforman el saber de nuestros estudiantes. En el aprovechamiento del tiempo libre cubren las necesidades de niños y jóvenes (Sevillano García, 2002) y marcan sus posturas y esperanzas frente a los medios. En este sentido, y como coeducadores ocultos, representan una urgencia a la función educativa de la escuela.

Si además nos sentimos familiarizados con la denominación de Sociedad de la Información, el mandato educativo se amplía a cuestiones relativas a los medios de comunicación. Se trata de facultar a los estudiantes para utilizar los medios de forma consciente, crítica, responsable y activa en su propia comunicación. Ante la evolución de las telecomunicaciones, esta competencia medial recibe el valor y la significación de cultura tecnológica y que debe contemplar aspectos fundamentales de los medios de comunicación y sus imbricaciones e implicaciones sociales, políticas, culturales, científicas, etc.

No faltan tampoco quienes en esta época de la nueva Multimedia-Técnica pronostican una nueva competencia medial funcionalista-tecnocrática. En esa corriente lo primero y fundamental serían los conocimientos y habilidades instrumentales y lo secundario, los saberes en torno a la competencia medial exigidos por un conocimiento y un uso crítico-analítico de los medios. Es preciso estar vigilantes y alerta ante el peligro teórico-práctico de que la competencia medial se deje seducir y fascinar y se sitúe acríticamente al lado del desarrollo tecnológico, ofreciendo sólo o primordialmente saberes funcionales sin unirlos a los orientadores.

La evolución de la industria de los medios de comunicación transcurre según medidas y determinaciones de la racionalidad técnica-económica calculada. Las consecuencias sociales que se derivarán de esto se notarán en un futuro. Y este futuro es ya presente en los jóvenes que se entienden por códigos. El mundo es cada vez más un mundo de medios. Son los nuevos intermediarios sociales (Schorb, 2001).

3. TENDENCIAS EN EL CONCEPTO DE LA COMPETENCIA MEDIAL

Una aproximación a categorizar tendencias manifiestas o latentes en escritos e investigaciones sobre este particular nos permite hacer el siguiente agrupamiento:

1. Competencia medial entendida como *control preventivo pedagógico* de la juventud en el uso de su tiempo libre en relación con los medios. Los modelos preventivos intentan sobre todo un control de los medios, una selección de éstos y potenciar alternativas en su utilización. El receptor es contemplado como sujeto en crecimiento que debe ser protegido.
2. Competencia medial como *análisis y crítica* a las industrias mediáticas. Los modelos informacionistas pretenden en primer término elaborar un saber cognitivo, razones estructurales, posibilidades técnicas, y describir, valorar críticamente y transmitir consecuencias culturales derivadas de los desarrollos en el campo medial.
3. Competencia medial entendida como *introducción y orientación* para actividades educativas con los medios. En los modelos activos, participativos, se busca el desarrollo de intereses y necesidades mediante estrategias de producción propia.
4. Competencia medial entendida como *análisis social* de las formas de utilización habitual de los medios. Los modelos orientados a la práctica habitual normal toman en consideración la observación y problematización del contacto con los medios e intentan ofrecer ayudas para la reflexión y racionalización en la costumbre de uso medial.
5. Competencia medial como una forma de *cualificación informativa* y comunicacional. Los modelos de cualificación pretenden definir y transmitir conocimientos y habilidades instrumentales necesarias en la utilización y consumo de nuevos sistemas y técnicas mediáticas.

Hay estudios como los de Schorb (1992) que hablan de tendencias en la competencia medial agrupadas en torno a conceptos como:

- Competencia medial reflexiva.
- Competencia medial analítica.
- Competencia medial productiva.

Con la ayuda de las teorías críticas que explicarían las estructuras de poder e influencia de los medios, mediante los análisis ilustrativos del origen, desarrollo y presentación de los mensajes, la competencia medial se vio como una gran aportación a la formación integral.

Un camino alternativo se vislumbra e intuye primero en la pregunta en torno a los cuatro principios específicamente condicionados por elementos biográficos, cómo, cuándo, por qué y para qué del contacto y relación con los nuevos medios, para pasar luego a orientaciones prácticas destinadas a la educación medial. Los productos mediales, sean los provenientes de los medios industriales de masas o

los de elaboración propia, pasan a un segundo plano. Más importante es la observación y la *reflexión* en la relación con estos productos.

En la medida en que coinciden necesidades, intereses y deseos en materia de comunicación, cabe la esperanza de encontrar caminos que permiten tomar más en serio las estructuras existentes y funciones de los medios transmisores de información. Sobre esta base aparecerán y se ampliarán espacios para una cultura comunicacional más humana. Esta competencia vendrá expresada en las siguientes dimensiones:

1. Relación autónoma con los medios. Esto significa la selección, recepción, utilización activa de medios en razón de los propios intereses y juicios fundamentados.
2. Comunicación activa con medios.
3. Reflexión crítica y responsabilidad frente a la evolución de los medios. Se contemplan tanto los análisis de la evolución medial en su significado individual y social como las consecuencias sociales y éticas entre el progreso tecnológico y las condiciones de vida humanas.

Vemos por tanto que este concepto de *competencia medial* tiene muchas acepciones. En línea de principios debe contemplar todas aquellas habilidades y destrezas que una persona precisa en su relación en los medios en una sociedad medial y de información, tales como:

- Acomodación a las exigencias económicas y tecnológicas para utilizar los medios.
- Reflexión crítica y participación activa en el panorama mediático de los entornos sociales y mediales.
- Un saber sobre lo que son los medios y sus estructuras, formas de presentación y posibilidades de influencia. (*Competencia perceptiva*).
- Utilizar los medios y sus mensajes de forma objetiva y justa. (*Competencia de uso*).
- Manejar y conformar los medios como expresión de la personalidad, intereses. (*Competencia de acción*).
- La competencia para manejar y servirse de medios con efectividad conociendo sus formas de uso.
- La creatividad como capacidad que se escapa a una definición racional y que caracteriza al acto humano, por generar en ese momento actuaciones que no se pueden encasillar como cognitivas y que, sin embargo, son necesarias para la creación de algo nuevo, porque precisamente sobrepasan la codificación de lo racional. Los medios favorecen la creatividad.

Bonfadelli y Saxer (1986: 23) entienden por competencia medial las habilidades relacionadas con la apropiación y el uso de comunicación de cara a una acción determinada. Comprende la búsqueda, recopilación, interpretación, comparación y aplicación de comunicación, y por cierto de forma independiente del medio

donde se encuentre y su toma de presentación. Esto debe traducirse en lo siguiente:

- Practicar una comprensión crítica-neta sobre los valores, normas y prototipos presentes con frecuencia en los medios para poder analizar sus dichos y hechos.
- Desarrollar capacidades analíticas para poder valorar las producciones específicas de los medios así como sus condiciones en la acción.
- Formar unas capacidades comprensivas para entender y diferenciar los mensajes según los diversos medios y sus códigos.

4. COMPRESIÓN DIDÁCTICA DE LA COMPETENCIA MEDIAL

La competencia medial se puede entender en una triple dimensión: educación para los medios, conocimiento de los medios e investigaciones de los medios, teniendo como objeto formal todas las cuestiones relevantes relacionadas con la aplicación de los medios en el ámbito escolar y de formación así como la orientación para el uso con los medios. El concepto de competencia medial no se puede limitar o restringir a acciones educativas organizadas (Baacke, 1999: 34), sino que se abre a un campo de cualificación más amplio. En su opinión contemplaría las siguientes dimensiones y subdimensiones:

1. *Capacidad de crítica a los medios.* Se supone en primer lugar, porque la dimensión crítico-educativa de la responsabilidad pedagógica, entendida ésta como la reflexión sobre los cambios sociales en la vida y en los medios, es el fundamento de posteriores acciones. Esta crítica a los medios se debe hacer de tres formas:
 - a) *Analítica.* Es preciso analizar los movimientos de concentración multi-mediática.
 - b) *Reflexiva.* Cada estudiante debería poder aplicar los análisis a su pensar y hacer.
 - c) *Ética.* Define y determina los análisis y las reflexiones.
2. *Conocimientos sobre los medios y sus estructuras.* Adopta dos formas.
 - a) La *informativa*, que abarca los objetos formales del saber sobre los medios: Qué es una TV pública, una autonómica, una privada, una analógica, una de pago. Cómo trabajan los periodistas, las agencias, etc.
 - b) La *instrumental cualificada.* Significa el dominio en el uso de los medios y tecnologías.
3. *Utilización de los medios:*
 - a) *Aplicaciones* receptoras.
 - b) *Aplicaciones* interactivas.

4. *Realización de medios:*

- a) *Forma innovadora* (transformación, manipulaciones, reelaboraciones).
- b) *Formativa*. Creación de medios. Vídeos, periódicos, grabaciones audio, etc.

Si la enseñanza entra en el discurso y planteamiento de la sociedad educativa de la información, tendríamos todos estos campos integrados de forma social y no sólo individual. Este planteamiento y su puesta en práctica uniría, de forma integradora, todos los problemas económicos, técnicos, sociales, naturales y estéticos, y mantendría de manera renovada la competencia medial.

Helga Theunert (1996: 68) directora científica del Centro para la Juventud, Cine y Televisión de Munich (JFF), entiende por competencia medial la posibilidad de entrar en los sistemas de comunicación, utilizar de forma crítica y autónoma sus estructuras y contenidos, servirse para los intereses propios de sus posibilidades tecnológicas y comprender y valorar el significado de las redes multimediáticas, tanto para la vida individual, como para la colectiva. Competencia medial, en opinión de Mikos (1999: 60), debe ser vista y tratada como una parte de la capacidad operativa social y cultural.

Ante cualquier decisión en torno a los medios es menester aclarar en qué medida pueden ser presentados junto a ellos los contenidos y objetivos deseados y qué medios son los más adecuados conforme a estos fines. También en *qué lugar, tiempo y forma son integrados en el proceso*, así como las condiciones organizativas para el uso de los medios previstos (espaciales, instrumentales). La respuesta a estas cuestiones es la premisa para la aplicación didáctica de los medios en su doble función: medios para enseñar y medios para aprender.

El reconocimiento que social e institucionalmente está teniendo la competencia medial urge la profundización en su propio concepto (Schorb, 2001: 12). Cuando se habla de este concepto no se puede entender sólo como la adaptación y acomodación a lo que los medios presentan. Antes bien podríamos adscribir al concepto competencia medial significados como los siguientes:

- Capacidad de dominio intelectual y activo de los medios.
- Voluntad para actuar en la conformación más humana del mundo, limitando el papel de los medios a su función mediadora en el proceso.
- Saber operar con los medios de comunicación de forma reflexiva, social, creativa, interactiva y crítica.

Resumiendo podemos presentar el siguiente esquema:

TABLA 1
 Competencia medial: características

Percepción en profundidad	Atención como condición previa para un consumo crítico. Mejora de la profundización en la elaboración.
Competencia técnica. Utilizar medios	Manipulación como requisito para un uso autónomo de medios. Fomentar alrededor la magia tecnológica. Transparencia y conciencia de la dimensión de utilitarismo de los medios. Conocimiento como presupuesto para la utilización de sistemas de comunicación mediales.
Competencia semántica. Comprender los medios	Reconocer y valorar las realidades técnicas y desarrollar la conciencia de la calidad de análisis crítico. Entender la información transmitida por los medios y oponerla con ella los procesos formativos.
Competencia pragmática. Utilizar activamente los medios	Fortalecimiento de la identidad por medio de una autoexperiencia creativa. Aplicación de la capacidad en la comunicación y en la acción con y por los medios. Usar los medios de forma crítica en los procesos de aprendizaje investigativo para la percepción y la comprensión del conocimiento.

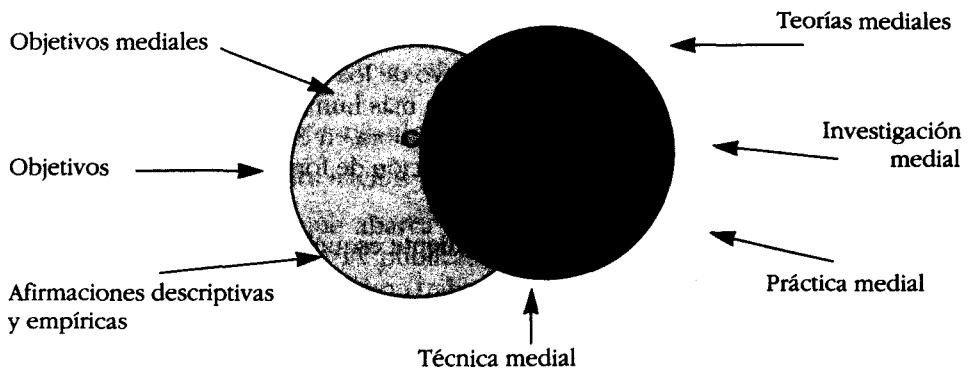


GRÁFICO 1
 Conformación de la competencia medial.
 Adaptación de Tulodziecki (1997: 46)

La competencia se amplía al ámbito global de los modelos de comunicación influenciados por los medios. Ésta no tiene como objeto formar los medios –en ello se diferencia fundamentalmente de la investigación comunicativa– sino *los individuos, las personas en sus relaciones con los medios*. Se trata, por tanto, de una actividad puente tanto en su dimensión investigadora como en la construcción de sus bases teóricas y en sus orientaciones para la práctica. En todo ello hay que considerar las diversas relaciones entre la persona y los medios en sus dimensiones poliédricas, cambiantes y precarias.

La competencia medial apunta hacia horizontes que sobrepasan lo institucional para buscar la vida en todas sus manifestaciones y en su integridad. Busca un modo de estar en la vida en plenitud desde un conocimiento y un dominio de las estructuras mediáticas y sus muchos mensajes, no sólo desde una formalidad educativa, sino desde la formación integral. En este contexto el individuo se realiza y se trasciende. Competencia medial une educación y formación y sobrepasa a ambas.

La competencia medial se ocupa de las estructuras mediales, de los medios y su organización y presentación. Hace propuestas sobre las funciones didácticas que los medios pueden asumir en situación de enseñanza-aprendizaje, investiga sobre las diferentes formas en las que los medios son integrados en la enseñanza, intenta ofrecer en último término, razones y argumentos para tomar decisiones didácticas sobre los medios. No se pueden esperar recetas que inhiban a los propios docentes a tomar las decisiones pertinentes en sus contextos sobre la integración curricular de los medios más pertinentes. La competencia medial ofrece ayudas para la toma de decisiones. Estas decisiones tienen componentes conceptuales, metodológicos y organizativos que presuponen el análisis de las situaciones concretas de enseñanza-aprendizaje.

TABLA 2
 Funciones en competencia medial

Competencia crítica: Cuestiones de interpretación	Clasificación de los medios: Estructura de comunicación medial
Competencia académica: Cuestiones sobre presentación y organización	Reconocer y analizar críticamente las producciones y manifestaciones mediáticas
Competencia pragmática: Cuestiones sobre producción propia y sus aplicaciones	Elaborar y utilizar conscientemente los medios para los procesos de enseñanza

Competencia medial busca hacer del hombre en esta sociedad nucleada por la información un ser competente. La persona competente aprende a hablar, a

relacionarse con los medios, a organizar su acción. La competencia medial busca un nuevo estudiante, un nuevo hombre, que actúa y se sirve de los medios sin complejos y de forma autónoma.

La educación medial como principio superador de miedos y creencias erróneas, sigue considerando necesario cuestionar las estructuras mediáticas y sus contenidos porque representan y sirven a determinadas élites económicas, intelectuales, políticas e ideológicas. En función de esta constatación, la formación en medios tiene su lugar ya en los centros escolares en todos los niveles educativos obligatorios, en la formación de adultos y en la Educación Infantil. Podemos decir que la educación medial debe realizarse en todos los tiempos y lugares en los que se quiera formar integralmente para vivir una sociedad de información (Schorb, 1999: 217). En la nueva era de las telecomunicaciones, el profesor Saturnino de la Torre (1999: 51) nos recuerda en la revista *Bordón* «que es importante no perder de vista en la enseñanza a lo que sucede fuera del aula. Estamos en una aldea global y ello requiere visiones holísticas, abiertas a entornos mundiales».

La individualización en el uso de medios conduce a la indiferencia ética, a la racionalidad técnica, y genera vacíos y desorientación. Ante tal realidad vista también en el estudio sobre el futuro y crecimiento de los nuevos medios (Bartolomé, 1999) y en el que aparece esa tendencia a la individualización sin poder contrastar errores y aciertos, es preciso crear la cultura medial democrática que genera un uso crítico y creativo, también solidario con los nuevos medios. De lo contrario, los grupos menos privilegiados quedarán al margen de estos desarrollos.

En principio hay que cuidarse de pensar que la evolución de los medios provoque algo cualitativamente nuevo, malo o bueno (Schorb, 1999: 36). El desarrollo de la técnica estuvo siempre ligado al nacimiento intelectual y cultural de los hombres. Lo decisivo en estos procesos fueron los contextos sociales y las instituciones políticas que los regulaban. Los desarrollos actuales de las tecnologías de información y comunicación han sido queridos y forzados políticamente. El apoyo normativo al desarrollo tecnológico estuvo y está unido a eslóganes como: tecnologías del futuro, competitividad, mejora de la calidad de vida. A pesar de los muchos problemas, los negocios mediáticos crecen, aumentan, florecen. Ya casi sólo se habla de inversiones billonarias. Las tendencias se acrecientan en las siguientes direcciones:

- *Individualización*: los medios a la carta sustituyen a los medios para todos.
- *Interactividad*: pantallas unidas al cable te llevan a las elecciones, a la compra, al entretenimiento, al aula virtual, a la información. Las respuestas alimentan los canales.
- *Desregularización*: se renuncia al control de estructuras y contenidos de los medios. La capitulación ante el mercado, el engaño al ciudadano adulto, la mal interpretada responsabilidad social de los profesionales.

5. APORTACIONES A LA DIDÁCTICA

1. Al definir a nuestra sociedad como una sociedad de información, los medios de comunicación, las nuevas tecnologías, los servicios en línea y red pasan a ocupar un papel central en la modernización de la sociedad. Este hecho conlleva que el debate sobre competencia medial no se limite a los expertos en pedagogía, sino que se tenga que llevar también en forma determinante por otros científicos, especialmente los de la sociología y de la comunicación. El trepidante desarrollo tecnológico abre nuevas perspectivas y pide nuevos vínculos ante los nuevos desafíos. Por primera vez existe y es urgente implantar la educación medial como parte integrante de la educación general.
2. El punto de partida para una fundamentación y estructuración de una propuesta de competencia medial deberá ser el estado en el que se encuentra la investigación sobre el particular, así como la recopilación de los resultados de lo más relevantes proyectos experimentales realizados al respecto. La competencia medial debe significarse por las siguientes características innovadoras:
 - 2.1. *Dimensión del saber*
Dominio de las técnicas mediales. Conocimientos de las condiciones de producción. Formas de organización. La diferenciación de los códigos. Formas y diseños de presentación.
 - 2.2. *Dimensión de la crítica*
Comprensión de las ideologías. Comparar las actividades de los diversos complejos multimediáticos. Sacar conclusiones.
 - 2.3. *Dimensión de la capacidad del placer*
Experimentar sorpresas. Valores estéticos.
 - 2.4. *Dimensión de la capacidad para actuar*
Con la ayuda de medios conformar un poco el mundo y preparar el propio futuro. Comprometerse con el grupo y con los que están lejos.
 - 2.5. *Dimensión de la capacidad para reelaborar y transformar*
Experiencias e interacciones parasociales, formas de vivencia del día a día.
 - 2.6. *Dimensión de apertura*
Contemplar los medios como ocasión para nuevas propuestas. Práctica de la creatividad. Aventurar riesgos.
3. La idea es que la competencia medial debe asumir formas de crear entornos de aprendizaje y ámbitos nuevos de experiencia y competencia, nueva cultura, visión de formación permanente. Al mismo tiempo es preciso considerar siempre en esta nueva idea que no se trata primariamente de enseñar a trabajar con medios, sino es de forma analítica y crítica, puesto que los medios no sólo transportan mensajes sino que participan en la producción de los mismos. Ello permite entroncar esta corriente, y enriquecerla actualmente con nuevos debates gnoseológicos y constructivistas.

4. Calidad se construye también en este ámbito desde la cualificación. Por este motivo, una cultura medial en una sociedad de información sólo se dará cuando los consumidores de comunicación sean conscientes y sabedores de la calidad de los productos informativos que consumen. Por tanto, la puesta en práctica de la formación en competencia medial exige múltiples y plurales investigaciones y trabajos. Se trata de una capacitación fundamentada para el trato y relación con los medios de comunicación.

TABLA 3
Modelo secuenciado de competencias mediales

1. Capacitación técnica. Manipular hardware y software.	Conocimientos sobre la arquitectura y funciones de los aparatos, una crisis en los procesos de producción.
2. Competencia semántica. Competencia de contenidos.	Conocimientos sobre la estructura de los medios. Sus formas de presentación. Reconocer los mensajes, analizar críticamente los contenidos.
3. Competencia pragmática. Aplicación de medios para la comunicación.	Aplicar los medios según los propios intereses. Comunicar por medio de los medios.

5. La competencia medial, consciente de estas situaciones, debe abarcar principios que se puedan aplicar a conocimientos nuevos. Constatamos que hasta hace poco apenas encontró espacio en la formación. El saber básico sobre los procesos y procedimientos, cómo se elabora la comunicación, los medios, situación en la que se encuentran los receptores frente a cada medio, los factores que determinan su percepción, las influencias que ejercen sobre su atención, son una serie de cuestiones que piden investigaciones sobre los medios analizados desde el punto de vista psicológico.
6. En cuanto a la aportación específica desde el campo de la investigación psicológica sobre el objeto formal, medios de comunicación, es importante recurrir a la evolución intelectual según las teorías evolucionistas de Piaget. Para poder saber y juzgar qué ofertas de medios y mensajes pueden ser comprendidos y cuáles no. Sin embargo es bueno considerar que lo cognitivo es sólo una parte de la personalidad. Hay que contemplar que en todos los procesos de aprendizaje también tienen una parte los afectos y estímulos emocionales.
7. Justamente pensando en los nuevos horizontes de la competencia medial parece claro que ésta debe trabajar con un gran angular y perspectiva integrando en sus reflexiones junto a los aspectos formativos, los sociales, políticos y económicos. Los desarrollos permanentes y revolucionarios en el campo de la digitalización obliga a seguir de forma continuada con los investigadores.

8. El aprendizaje para el futuro se debe mover, en una sociedad de información, en la idea central de orientar para la acción responsable, positiva, autónoma, creativa. Esta visión presupone que las situaciones vitales y necesidades de los estudiantes se atiendan, se les busque nuevas experiencias y se fomente su complejidad cognitiva y su desarrollo social. Reflexiones en torno a la formación medial, no hacen sino subrayar estas propuestas:
 - 8.1. La enseñanza para una valoración justa de los mensajes es más urgente e importante debido a los problemas que origina la distorsión en la presentación de la realidad por los medios de comunicación.
 - 8.2. La preparación para una actuación autónoma responsable es de gran significatividad debido a las influencias ajenas que se transmiten en los medios.
 - 8.3. La actuación creativa y una formación para la misma, es tanto más importante cuanto que los medios alientan las posturas consumistas.
 - 8.4. La preparación para actuar de forma social responsable adquiere una gran dimensión educativa para encauzar los conflictos que con frecuencia son presentados en la prensa.

BIBLIOGRAFÍA

- BAACKE, D. (1973): *Kommunikation und kompetenz*. München, Juventa Verlag.
- (1999): Medienkompetenz als zentrales operationsfeld von Projekten. En *Handbuch Medien*. Bonn, Bundeszentrale für politische Bildung.
- BARTOLOMÉ CRESPO, D. (1999): Investigación en medios y recursos tecnológicos, *Comunicar*, nº 14. Huelva.
- BONFADELLI, H. y SAXER, V. (1986): *Lesen, Fernsehen und Lernen*. Berlín, Zug.
- CASTELL, M. (1997): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Madrid, Alianza Editorial.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (1998): *Información televisiva: mediaciones, contenidos, expresión y programación*. Madrid, Editorial Síntesis.
- KREINER, L. (2001): Die Verantwortung des Publikums, *Medienimpulse*, nº 36. Viena.
- KRON, F. W. (1999): *Wissenschaftstheorie für Pädagogen*. München, UTB.
- MIKOS, L. (1999): Medienkompetenz als präventiver Jugendschutz, *Handbuch Medien*. Bonn.
- MORITZ, P. (2001): Medienkompetenz als Schlüsselqualifikation, *Medienimpulse*, nº 36. Viena.
- PLASSER, F. (2001): Wie glaubwürdig sind die Massenmedien?, *Medienimpulse*, nº 36. Viena.
- SHELL, F. (1999): *Medienkompetenz. Grundlagen und pädagogisches Handeln*. München, Kopäd.
- SCHORB, B. (1992): *Medienerziehung in Europa*. München.
- (1999): Die Lernorte und die erwerbbaeren Fähigkeiten mit medien kompetent umzugehen. En SHELL, F. y otros: *Medienkompetenz. Grundlagen und pädagogisches Handeln*. München, Kopäd.
- (2001): Medien oder Kommunikation-Wofür soll sich Kompetenz entfalten, *Medienimpulse*, nº 36, junio 2001.

- SEVILLANO GARCÍA, M. L. (coord.) (2002): *Evaluación de programas culturales-formativos de la televisión pública: su incidencia en los jóvenes (18-30 años) de la Comunidad de Madrid*. Madrid, Informe de Investigación a la Comunidad de Madrid.
- THEUNERT, H. (1996): *Perspektiven de Medienpädagogik in der MultimedialeWelt*. Bad, Heilbrunn.
- (1999): Medienkompetenz. En SCHELL, F. y otros: *Medienkompetenz. Grundlagen und pädagogisches Handeln*. Munich, Kopäd.
- TORRE, S. de la (1999): Currículum para el cambio, *Bordón*, vol. 51, nº 4, 391-415. Madrid.
- TULODZIECKI, G. (1997): *Medien in Erziehung und Bildung*. 3ª. Auf. Klinkhardt, Heilbrunn.
- (1999). Kompetenzen, die studierende der Lehrämter während der universitären Ausbildung erwerben sollten. En THEUNERT, H.: *Medienkompetenz*. Munich, Kopäd.
- WATLING, R. (2001): Practical media work and the currículum of the future, *The Curriculum Journal*, vol. 12, nº 2, 207-224.