

Proyecto Masseducacion. Uso didáctico de la Red Internet

Lic. Alma Yadira Rivera Vargas

Universidad Autónoma de Durango, Campus Zacatecas.

E-mail: almayadira_rivera@yahoo.com.mx

Abstract:

Ante la Era de la Información y la mediatización de la cultura, la Educación para los Medios es una herramienta educativa necesaria para entender a los media e integrarlos en la vida diaria de los ciudadanos. En la sociedad-red han aparecido en los últimos años esfuerzos independientes sobre la necesidad de tomar en cuenta la Educación para los Medios, al utilizar Internet como medio de conocimiento y educación en el tema.

Palabras clave: TIC´s/SOCIEDAD/INFORMACION/EDUCACION/MEDIOS

Internet tiene grandes retos y entre ellos está la capacidad de procesar la información y generar conocimientos, “alfabetizar” y no solo en el uso de Internet, sino “educar”. Desarrollar las capacidades intelectuales necesarias “...para aprender a aprender durante toda la vida, obteniendo información digitalmente almacenada, recombinándola y utilizándola para producir conocimientos para el objetivo deseado en cada momento” (Castells, 2001).

El boom de las innovaciones tecnológicas a partir de la electrónica y la informática, y la revolución económica, política y cultural generada por la Sociedad de la información (Nora, Minc, 1978), han tenido una repercusión directa en el campo de la cultura y la educación, revolución que favorece la capacitación de los docentes en las llamadas “nuevas tecnologías”, su integración en la currícula y la conformación de centros informáticos en espacios educativos, pero ¿qué pasa con la Educación para los Medios?, está se está quedando rezagada en cierto sentido debido a que sólo se educa para el uso de los medios y no para la elaboración de contenidos a partir de los nuevos artefactos tecnológicos.

La verdadera modernización educativa consiste no solamente en la inclusión de tecnología en las aulas, implica también la alfabetización audiovisual que prepare a la “nueva sociedad” en el conocimiento de los nuevos lenguajes con el fin de que identifiquen los múltiples significados que guardan los códigos mediáticos y los integren en su vida diaria.

“Tanto en el proceso de adquisición y transmisión de información como de conocimientos, los medios juegan un rol fundamental, hasta el punto en que son un referente imprescindible en la educación no formal y formal a la hora de obtener una determinada conceptualización del mundo” (De Fontcuberta, 2004). Con el progreso de las telecomunicaciones en el último siglo, la sociedad actual se ha convertido en una “sociedad mediática”, por lo que se deben

desarrollar a partir de la educación, capacidades para conocer a los medios, interpretarlos, valorarlos e integrarlos a la vida diaria a través del uso de las nuevas tecnologías.

ALFABETIZACION AUDIOVISUAL

Los "Media Literacy", la "Educación para los Medios" o la también llamada "Alfabetización Audiovisual" es una disciplina de la Comunicación Educativa cuya propuesta es formar individuos socio-concientes, lo que implica definir una nueva postura frente a la sociedad en red y su repercusión tecnológica en el campo educativo, especialmente en la concreción de los fines que se persiguen con ello. (Martínez Zaradona, 1999)

Países como Inglaterra (pionero en esta área), EEUU, Suecia, Canadá y España entre otros, cuentan con programas educativos donde se insertan específicamente los principios de la Educación para los Medios.

Para Mar de Fontcuberta Balaguer, en Iberoamerica a pesar de la importancia que los medios tradicionales tienen en relación con la educación, no existe una conciencia generalizada de la necesidad de abordar su estudio y son pocos los ejemplos de educación sistemática sobre medios de comunicación.

Con la aparición de la sociedad de la información las fuentes de saber -y de acumulación del conocimiento-, se multiplican, se expanden y se difunden, (Pérez Tornero 2000). Las escuelas, centros de aprendizaje y universidades, ya no son los únicos escenarios para generar conocimiento.

La apertura de Internet a la sociedad en 1993, convirtió esta red en la columna vertebral de la "nueva sociedad", que hoy en día es sostenida por 70 millones de páginas Web donde navegan diariamente más de 700 millones de seres humanos (Ramonet, 2005).

La presencia de las nuevas tecnologías y la nueva era de la llamada Sociedad Informacional (Castells, 1996), las formas de apropiación del conocimiento están siendo transformadas. El sistema cognitivo pasó de la oralidad a la escritura, y de la lectura al sistema audiovisual (Simone, 2000). El nuevo panorama tecnológico coloca al individuo ante situaciones mediatizadas, como quien nunca ha ido a la escuela o leído un libro, ahora puede recibir conocimientos en forma electrónica (Gubern, 2000).

Un escenario futuro de aprendizaje no puede ignorar las nuevas formas de asimilación de conocimiento y la gran competencia que tienen con los medios de comunicación de masas (principalmente la Televisión), y debe reformular sus principios, filosofía y lenguaje, para

generar competencias comunicativas que permitan al consumidor/mediador comprender la cultura mediática que le rodea y participar de ella activamente.

Ante este paradigma ya no puede concebirse la escuela como un centro único y aislado, las instituciones de educación deben de establecer comunicación con su entorno y adecuarse a una realidad cambiante. “Los contenidos que se imparten en la educación formal no sintonizan con esta realidad. Se produce entonces una brecha entre un conocimiento y otro, se traduce en un desencuentro entre profesores y alumnos”. (De Fontcuberta, 2004)

El nuevo contexto que marcan las Tecnologías de la Información y del Conocimiento es completamente revolucionario y hablar de una Sociedad de la Información (Bell, 1973) representa ventanas de salida para difundir problemas educativos y sociales que afectan a las mayorías, como es la Educación para los Medios que genere nuevas formas de socialización a través de las nuevas tecnologías, donde participe una comunidad virtual integrada por docentes, normalistas, investigadores y estudiantes.

CONTEXTO ACTUAL

La Educación para los Medios es un tema pendiente en las asignaturas académicas, instituciones, locales, nacionales y globales. Las políticas públicas no toman en cuenta la importancia de los medios de comunicación y sus efectos en la sociedad, mucho menos integran contenidos formales para que el aula sea un contrapeso de la socialización que realizan las llamadas “industrias culturales”.

Ante este panorama, sobre todo en América Latina y en México, hay esfuerzos independientes sobre la necesidad de tomar en cuenta la Educación para los Medios, y más aun, la aparición de una nueva “comunidad” virtual que incluye a instituciones públicas y organizaciones civiles que interesadas en abordar el tema de los medios y su repercusión en las capas sociales han visto en el uso de la Sociedad Informacional una nueva posibilidad de comunicación.

INTERNET Y EL DESARROLLO DE COMPETENCIAS COMUNICATIVAS

La sociedad red tiene esta característica, hace público lo que antes no se conocía globalmente y abona no sólo a la libertad de expresión garantizada a nivel mundial en la Carta Universal de Derechos Humanos, sino también apela a nuevas garantías como el derecho a la información (Villanueva, 2001).

La importancia de la Internet si bien es tecnológica, su repercusión es global, revolucionaria y nueva, al compartir su formato comunicacional con la vida diaria, la política, la cultura, el arte, la educación y los medios tradicionales de comunicación (Wellman, 2002).

El efecto de los medios a diferencia de lo considerado radicalmente por la tradición de la investigación social sobre la comunicación (Funcionalismo, Marxismo y Estructuralismo), ha penetrado en la construcción de la opinión pública y en la conformación de un yo mediatizado (Thompson, 1998), que se autorregula y se autocrea a partir de la relación mediática con entornos ajenos a su realidad inmediata. La Educación para los Medios es la única alternativa educativa para abordar este tema y unirlo al campo educativo.

En síntesis las aportaciones teóricas y prácticas sobre los medios y la educación son variadas, y están siendo transformadas por la sociedad informacional debido al impacto sobre los media y la conformación de nuevos medios (Kerckhove, 1999):

1. Los medios de comunicación de masas (radio y televisión principalmente) se han convertido en un poder simbólico de dominio o democracia. En el primero de los casos los media son monopolios económicos que imponen sus productos culturales a la opinión pública. En el segundo de los casos se trata de medios independientes que operan como contrapeso de los demás poderes establecidos.

2. El papel de los medios se centra en dos puntos: la construcción de una opinión pública de acuerdo a los intereses predominantes (políticos, económicos, democráticos, etc.) y como el principal motor de socialización en las culturas occidentales, donde parte del imaginario colectivo, los conocimientos populares y la historia inmediata, están mediadas por la ingerencia mediática.

3. La Internet como el principal motor de cambio de la sociedad de la información se ha convertido en el "caballo de Troya" de los medios tradicionales. Junto a otras tecnologías (teléfono celular, videojuegos, etc.), la Internet es considerada como un nuevo medio con dos aristas, como agente democrático y por otro lado como agente de desigualdad. En el primero de los casos la teoría señala que la red representa una nueva posibilidad de democracia en los países que tengan acceso a información. En el segundo de los casos se considera que las poblaciones "desconectadas" de la red tienen menos posibilidades de desarrollo económico y social al estar marginadas de las innovaciones tecnológicas.

4. Las investigaciones en el campo social, tecnológico y científico, indican que Internet es producto de una serie de inventos y microinventos que forman parte de una nueva Revolución. Este "Renacimiento" tecnológico no sólo se comprende como la conexión entre comunidades,

sino como el derrumbe de las estructuras territoriales tradicionales y su impacto en la vida diaria de los ciudadanos de los llamados Estados-Nación.

5. Ante estos fenómenos la educación se enfrenta a un reto integrado o apocalíptico, por un lado integrar a los medios de comunicación y las nuevas tecnologías dentro del proceso de un nuevo aprendizaje, y por otro el de continuar con el sistema tradicional bajo la amenaza de que los modelos pedagógicos se vuelvan inoperantes y sucumban ante la influencia externa que ejercen los media convencionales y los nuevos media desde afuera del aula.

6. La educación también presenta a nivel global dos características: 1) referente a los países con recursos tecnológicos y económicos que se encuentran conectados al cordón umbilical de la red, y por lo tanto han adoptado como parte de sus políticas públicas el uso de la red dentro de las aulas, y más aun como posibilidad de formación sin importar el territorio físico a través de la llamada "educación flexible"; 2) en los países con subdesarrollo tecnológico la educación continúa siendo tradicional (en un espacio físico, con un horario determinado, etc.), y la red representa un nuevo panorama de exploración educativa que significa la ruptura del tiempo y del espacio.

7. La unión entre educación y comunicación encuentra su punto de enlace en la llamada Educación para los Medios. Comprender, integrar, analizar, utilizar y valorar a los medios es una respuesta de la educación ante los cambios generados por el desarrollo de las telecomunicaciones en las últimas tres décadas. El uso de la red para alcanzar tales objetivos es una respuesta teórica a las necesidades de la educación de cara a la era de la información.

"PROYECTO MASSEDUCACION"

El proyecto **Masseducción** es el resultado de un análisis efectuado a una muestra de páginas web sobre la Educación para los Medios, y bajo la teoría que respalda la revolución tecnológica, se realizó un portal de Internet que abarca las virtudes detectadas en la muestra analizada.

En el análisis se tomó en cuenta tanto el fondo como el contenido de cinco páginas web (www.educamedia.org.ve, www.uhu.es/comunicar/, www.mediascopio.org, www.mediamentor.org, www.infoamerica.org) que contienen información sobre la Educación para los Medios y mediante una consulta a los usuarios a través del correo electrónico se detectaron sus virtudes y carencias.

Con base en los resultados obtenidos en los análisis se establece que la función de las páginas Web enfocadas a difundir la Educación para los Medios carecen de un perfil educativo, su

función principal es la de ser un canal de comunicación o difusión de las acciones realizadas al interior del grupo o institución que respalda los proyectos, o bien como un escaparate para vender productos dentro del mercado virtual, y en el peor de los casos se detectaron diseños poco planificados para incidir el tema principal sin lograr un impacto real en los internautas.

El análisis realizado en la presente investigación a las paginas Web de Educamedia, Grupo Comunicar, Mediascopio, Proyecto Mentor e Infoamérica, seleccionadas debido a que su eje temático central es la educación y la comunicación, confirman la entropía (saturación de información) que caracteriza a Internet. Para seleccionar la muestra se tuvo que realizar una búsqueda inicial en donde el buscador Yahoo presentó 2.370.000 resultados, de los cuales se seleccionaron exclusivamente cinco páginas, las primeras en presentar información sobre la educación para los medios.

Bajo esta valoración, se descubrió que en este mar de información el poder económico en la red determina qué páginas son visitadas y cuales no, implicando inequidad informativa entre los dominios registrados en Internet, avalado por un gran abismo jurídico para regular la red de redes. Este problema implica que la sociedad interesada en el tema de la Educación para los Medios no esté informada, sino inducida por los intereses de monopolios económicos que ven en Internet un nuevo punto de lucro.

Es evidente que el uso educativo de Internet está en la época de la prehistoria, en el proceso de adquisición y transmisión de conocimientos flexibles. En la información los medios de comunicación, incluida Internet, tienen un rol fundamental el acceso a los archivos y las fuentes de datos.

ESTUDIO DE CASO

Establecido lo importante que es para el diseño de cualquier producto o servicio analizar las opciones que existen en el mercado educativo, se realizó en este estudio un análisis para analizar la plataforma bajo la cuál operan las principales páginas de Internet enfocadas a difundir contenidos de Educación para los Medios.

En cuanto a su **operatividad**, las páginas analizadas tienen elementos constantes y reiterativos entre ellas, la gran diferencia está dada por el tratamiento que le dan a la información y por la cantidad de páginas disponibles para consultar. En este caso las constantes en los contenidos son:

1. Información general del responsable de la página Web.
2. Galería de proyectos

3. Galería de servicios
4. Talleres
5. Campañas informativas
6. Galería de publicaciones
7. Producción audiovisual
8. Revistas propias del portal
9. Actividades de formación continua
10. Galería de documentos de EPM
11. Materiales didácticos en varios idiomas
12. Centros de investigación
13. Enlaces con comunidades virtuales
14. Agenda
15. Enlaces con instituciones, medios y curriculum
16. Formación docente
17. Directorio de facultades de comunicación y periodismo en varios países

Como novedades las páginas analizadas presentaron la siguiente información:

1. Museo Virtual
2. Observatorio de medios de comunicación
3. Actividades educativas con medios de comunicación
4. Foros temáticos
5. Directorio de investigadores con currículum y fotografía
6. Material de apoyo
7. Medios virtuales (juegos)

Es notorio que del nivel de profesionalismo con que se presente la información, depende la credibilidad de los usuarios hacia las páginas que consultan, y que la cantidad de datos que integran en los portales condicionan la preferencia para la búsqueda.

Hay que señalar que el diseño de una página Web implica grandes retos para el responsable, ya que está comprobado que se requieren tan sólo un par de segundos para atrapar la atención de los usuarios, quienes pueden ser distraídos por formatos novedosos, llamativos, posiblemente sin contenido pero que lo atraen desde lo visual. Una estrategia para retener la atención es analizar las ventajas y desventajas que tienen los formatos existentes, para identificar por qué las prefieren o por qué las ignoran.

Respecto a las **ventajas** detectadas en las páginas web analizadas, se encontraron las siguientes:

- ✦ Se puede guardar la información para su aplicación didáctica
- ✦ Escaparates virtuales
- ✦ Promueven la adquisición de materiales educativos
- ✦ Información ordenada y estructurada
- ✦ Especialización
- ✦ Estructuran y agrupan por subtemas.
- ✦ Varias páginas de navegación.
- ✦ Fácil acceso.
- ✦ Tienen enlaces a páginas con temas similares
- ✦ Favorecen la búsqueda de información y conocimiento.
- ✦ Plus para el visitante como juegos u otros.

En cuanto a las **desventajas** encontradas en las páginas Web que fueron muestra de esta investigación, hay algunas constantes:

- ✦ Son regionalistas
- ✦ Los dueños de las Web dan al internauta nada a cambio de navegar en sus páginas.
- ✦ Se privilegia la información institucional por encima de los intereses sociales.
- ✦ Las presentaciones anárquicas o caóticas complican el acceso a los contenidos.
- ✦ No funcionan la navegación
- ✦ Institucional es sinónimo de monótono.
- ✦ Búsqueda caótica.
- ✦ Exceso de información

Con base en la analogía entre fortalezas y debilidades, las páginas Web analizadas manejan polaridades opuestas, al mismo tiempo que representan grandes ventajas para los usuarios a través de los servicios gratuitos que ofrecen -la descarga de archivos y el manejo de información- tienen el contrapeso de poseer diseños monótonos o caóticos, regionalizan la información, no funcionan todos los links dificultando la navegación, o el exceso de información termina por convertir la búsqueda en un proceso difícil que requiere bastante tiempo para superarlo.

Se descubrió que los usuarios actúan impredeciblemente ante las páginas Web, aun y cuando se supone que lo que buscan son contenidos (Infoamérica) la gran mayoría se inclina a favorecer el diseño o presentación de la información (Grupo Comunicar).

Los usuarios buscan diseños dinámicos, coloridos, con imágenes, publicidad, abundantes links, sin importar el nivel de profundidad de los contenidos, la esquematización de la información

para facilitar la búsqueda, el gran banco de datos existentes o todos los esfuerzos realizados para elaborar una herramienta educativa que auxilie la formación de competencias comunicativas.

En la valoración realizada a las páginas se evidenció las fortalezas de cada una de las páginas seleccionadas. A continuación un cuadro de análisis que demuestra el tipo reestructura y sus ventajas.

El análisis realizado muestra que las páginas Web seleccionadas no cumplen con los requisitos mínimos de planeación para una Web educativa. Su finalidad parece ser la de fungir como un canal de comunicación para difundir las acciones que se realizan al interior de la institución que respalda los proyectos, para vender algún producto o para intentar incidir en el tema de investigación sin una planeación estricta.

www.masseduccion.com

La creación de la página www.masseduccion.com pretende ser una nueva opción de información y educación integral sobre el tema de la Educación para los Medios, cuyo fin es rescatar las ventajas de las Web analizadas y considerar sus desventajas para canalizarlas como puntos fuertes en su desarrollo.

Se trabajó en la planeación de una página Web que facilite la navegación a los usuarios, que posea un diseño dinámico, alejado de intereses ideológicos y oficialistas, sin complicaciones en su comprensión a fin de permitir a los cibernautas su fácil navegación y que puedan encontrar la información que desean.

Los contenidos que se incluyeron en la nueva propuesta en red, buscan la globalidad de contenidos y no pretenden convertirse en la experiencia local o regional de lo que ocurre sobre el tema, a partir de la consideración de que una página Web debe diseñarse con características que cumplan con las expectativas informativas de todos los posibles visitantes.

El proyecto de **masseduccion** ofrece a los navegantes una gama de beneficios en cuanto a contenidos relacionados con la también llamada Comunicación Educativa. Estos beneficios son parte de la valoración de los portales en materia y de la investigación teórica actual que sostiene los fundamentos principales de la sociedad de la información.

Las características generales del proyecto **masseduccion** y sus aportaciones a la sociedad-red son los siguientes:

- ✧ Complemento informativo
- ✧ 2. Consulta gratuita
- ✧ 3. Fácil acceso
- ✧ 4. Una ventana de consulta
- ✧ 5. Participación y retroalimentación
- ✧ 6. Publicación académica y científica.
- ✧ 7. Una fuente de intereses comunes
- ✧ 8. Herramienta de información educativa
- ✧ 9. Forma parte de los nuevos media y promueve la creación de políticas públicas.
- ✧ 10. Propuesta que incide en la escuela y la investigación

La propuesta de **masseducacion** forma parte de los materiales de consulta e información, de la nueva cultura de la comunicación educativa a partir de la investigación y la formación profesional. La integración de contenidos es una alternativa cuyo único beneficiario será el usuario y no el creador de la web, una aportación académica-educativa en el amplio mundo de la sociedad informacional.

La nueva propuesta en Internet, abona a los usuarios contar con un nuevo espacio para la reflexión y discusión sobre la Educación para los Medios y la necesidad social de tomar en cuenta los efectos del poder mediático sobre las comunidades, fenómeno que deben ser parte de las políticas públicas del Estado y no sólo considerar a este poder simbólico como una fuente de entretenimiento.

La evaluación sobre la funcionalidad del proyecto dependerá en gran medida del número de usuarios, la calidad de la información, el diseño y los objetivos del sitio web, en el entendido de que la sociedad de la información debe ser un canal alternativo para difundir contenidos educativos, culturales y democráticos que sean de utilidad a los ciudadanos, pues no se trata solamente de informar, sino de que la información sea educación.

CONCLUSION

Hoy en día todos los campos de la vida humana presentan importantes transformaciones por la sociedad informacional y la mediatización de los contenidos. En el inicio del siglo XXI, la Educación para los Medios es una asignatura que debe ser tomada en cuenta por las instituciones educativas. Una de las principales ventanas para socializar los contenidos sobre comunicación educativa es sin lugar a dudas la Internet como punta de lanza de la era de la información y su economía flexible, que representa un nuevo paradigma del futuro humano.