

Formación para la participación cívica

POR DONACIANO BARTOLOMÉ CRESPO

Este artículo pretende exponer y argumentar un concepto superador de lo que en España, en la investigación empírica y experimental, así como en la elaboración de teorías y publicaciones, viene entendiéndose por educación en medios de comunicación. Representa una reflexión positivista con implicaciones políticas, comunicacionales y formativas.

Uno de los creadores del concepto 'competencia medial', y del intento de su fundamentación científica, ha sido el recientemente fallecido profesor Dietrich Baacke de la Universidad de Bielefeld. Este concepto nace y se afianza en la búsqueda de modelos de integración sabia, consciente y crítica de los medios de comunicación en la vida, superando planteamientos anclados o derivados de las teorías marxistas o liberales. También de los encubiertos por la denominada responsabilidad social.

En opinión de Baacke (1999), el concepto de competencia medial se vinculó en Alemania, desde los años 60, a las controversias entre Habermas, teórico interaccionista, y Luhmann, representante de la teoría de sistemas. Este debate se relacionó con los trabajos del lingüista Chomsky quien, desarrollando e interpretando las aportaciones de Descartes y Humboldt, integró la competencia de generar una línea de pensamiento y creaciones ilimitadas. Se trataría de la creación y organización de nuevas estructuras mentales. Dicho concepto integraría igualmente la competencia comunicativa, y la fundamentó en la gramática universal de Chomsky, en la pragmática universal de la teoría y acción comunicativa de Habermas y en la teoría de sistemas de Luhmann. Para Baacke la competencia verbal debe formar la competencia comunicativa que, a su vez, es el punto de partida y referencia de la competencia medial (Theunert, 1999).

Junto a elementos de las teorías cognitivistas de la percepción se reelaboran teorías de la



comunicación y se integran las dimensiones de la teoría 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 por los medios de comunicación, mediante acciones dirigidas a lograr la competencia sobre los mismos. ¿Competencia medial? es un término de gran actualidad en Alemania. De una obra ya clásica, titulada *Medienkompetenz* (1999), enumero algunos de sus apartados:

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

Existe una controversia sobre los campos de la competencia medial tanto en su dimensión metodológica como en su campo de investigación. Psicólogos, sociólogos, politólogos, lingüistas, publicistas, pedagogos sociales, tecnólogos, filósofos? todos quieren aportar su visión sobre un fenómeno bastante reciente que ha penetrado, tal vez no muy profundamente, en los planteamientos de muchos ámbitos del saber.

Dicho concepto, ya clásico en los entornos culturales alemanes, entra poco a poco en la literatura española, marcado por un carácter pedagógico y reducido de forma empobrecida a los ámbitos escolares. Por tanto, mi propósito es recuperar su primigenio y actual sentido para enriquecer los planteamientos que del mismo se derivan, también, para las ciencias de la comunicación. Como la investigación, en palabras de Cebrián Herreros (1998) está -o debería de estar- al servicio de la sociedad, creo que ésta es una premisa a cumplir de forma urgente y continuada. En coherencia con tal principio situo este aporte en el umbral más genuino de investigación para el progreso de los medios.

El 12 de mayo de 1995, la Conferencia de Ministros de Educación y Cultura de los Estados alemanes publicó una declaración sobre la competencia medial y prometió un reforzamiento de la misma. Dos años más tarde, el 28 de febrero de 1997, dio a conocer un decreto, titulado «Nuevos medios y telecomunicación en el sistema educativo», que expone: «La diversidad de las nuevas tecnologías mediales exige un enfrentamiento más intensivo con las estructuras, relaciones de dependencia, contenidos y objetivos de los medios en todas las áreas del sistema educacional. Sólo poseyendo un conocimiento diferenciado de las situaciones básicas se podrá vivir con responsabilidad y autodeterminación en el mundo del futuro, dominado por los medios».

Watling (2001) comenta en un estudio publicado en la revista *The Curriculum Journal* cómo el

Gobierno británico realizó una investigación en Inglaterra y Gales para detectar las nuevas formas de comunicación tecnológica con el fin de integrar las nuevas tecnologías: llegó a la conclusión que la integración de éstas es necesaria y urgente y que debe hacerse de forma coherente en todos los aspectos del proceso docencia-aprendizaje.

El propio Ministerio Federal de Educación de Austria recogió en su ordenamiento prescriptivo (GZ 33/223 / 14- V/13b/ 94) el concepto competencia medial en las políticas de educación, superando lo que tradicionalmente se entendía como un recurso en el plano de la ética de cara a fomentar la responsabilidad de los públicos en el consumo de medios de comunicación. Larisa Kreiner (2001), periodista y docente en la Universidad de Klagenfurt, argumenta que el término se ha convertido en nuclear en la pedagogía, la sociología y las ciencias políticas. La tesis de Kreiner es que también las audiencias de los medios de comunicación tienen una responsabilidad en los procesos mediales, en el sentido en que con su elección acrítica 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.

Desde esta concepción se entiende que el decreto austriaco aludido exija (y no sólo recomiende) que todos los profesores y profesoras asuman la educación medial como un principio formativo que supera el marco de una disciplina o ciclo, declarándose insuficiente el simple uso de los medios de comunicación como recurso. También enumera los medios que abarca: radio, televisión, periódicos, revistas, carteles, discos, vídeo, ordenador, Internet y otros que en el futuro se desarrollen. Igualmente indicador de la actualidad e importancia de las competencias mediales es el hecho de que recientemente el Ministerio de Educación y Ciencia de España, en su Plan Nacional de I+D+I (2004-2007), haya aprobado un proyecto de investigación trienal titulado «Diagnóstico y desarrollo de competencias en el uso de herramientas de comunicación virtuales para la sociedad del conocimiento a lo largo de la vida», del que formó parte como investigador junto a profesores de otras siete universidades, bajo la dirección de Sevillano García (SEJ2004-06803).

La competencia medial representa un aporte importante dentro de un conjunto de competencias que describe la imagen de la persona en sus relaciones sociales, históricas y culturales (Moritz, 2001). 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 estos, 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 de cada medio.

El investigador en comunicación Beuttele (1996) define la credibilidad en los medios como la cualidad que alguien (el receptor) concede a esos medios en relación con los acontecimientos y opiniones que comunican. Se construye y fortalece mediante las frecuentes y reiteradas experiencias positivas en torno a las cualidades de lo informado (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.

La nueva situación de los medios

Los mundos de los medios son mundos de vida y los mundos de vida son mundos de los medios (Baacke, 1999). Los medios de comunicación y las 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 pensamiento en mayor grado de lo que creemos. Queramos o no estamos bajo su potente influencia. Nuestra tarea, por tanto, será aprender a decidir formas y tiempos para utilizar su potencialidad, prácticas comunicativas y creativas, y cuándo, de forma seria y prudente, renunciamos a ellos. La Comisión Federal de Educación alemana realizó en 1995 la siguiente declaración: actualmente los medios son una parte constitutiva e integrada de la realidad social. Forman parte de la vida diaria en la familia y la Escuela, los medios se han convertido en coeducadores. Pueden facilitar la comunicación y ofrecer orientación. Tratan temáticas de la vida social y activa sobre la conformación de la vida personal ya desde la niñez y juventud de tal manera, que la formación en centros docentes y hogares está afectada directa y profundamente por este fenómeno nuevo.

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 tiempo libre cubren sus necesidades y marcan sus posturas y esperanzas. En este sentido, 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 debe contemplar aspectos fundamentales de los medios de comunicación y sus imbricaciones e implicaciones sociales, políticas, culturales, científicas, etc.

Los nuevos medios sitúan a la competencia medial ante nuevas tareas que hacen pensar en aspectos de la psicología perceptiva en relación con las nuevas formas de aprendizaje y los efectos a medio y largo plazo en las estructuras mentales de los usuarios. También están en cuestión las formas más adecuadas de presentación y estructuras que facilitan su seguimiento. Weidemann (1994) y Schulmeister (1996) han reflexionado sobre estos desafíos. No faltan tampoco quienes en esta época de la 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 uso crítico-analítico de los medios. Es preciso estar vigilantes 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 siendo éstos los nuevos intermediarios sociales (Schorb, 1999).

Tendencias en el concepto de la competencia medial

Una aproximación a la categorización de tendencias manifiestas o latentes en escritos e investigaciones sobre este particular me permite hacer el siguiente agrupamiento:

a) Competencia medial entendida como control preventivo pedagógico de la juventud en el uso de los medios en su tiempo libre. Los modelos prevencionistas intentan, sobre todo, un control de los medios, una selección de éstos y una potenciación de las alternativas en su uso (Swoboda, 1998). El receptor es contemplado como un sujeto en crecimiento que debe ser protegido.

b) Competencia medial como análisis y crítica de las industrias mediáticas. Los modelos informacionistas pretenden, en primer término, elaborar un saber cognitivo, razones estructurales, posibilidades técnicas, describir, valorar críticamente y transmitir consecuencias culturales derivadas de los desarrollos en el campo medial.

c) Competencia medial entendida como introducción y orientación a actividades educativas con los medios. En los modelos activos y participativos, se busca el desarrollo de intereses y necesidades mediante estrategias de producción propia de medios.

d) Competencia medial entendida como análisis social de las formas de utilización habitual de los medios. Los modelos orientados a la práctica habitual toman en consideración la observación y problematización del contacto con los medios, e intentan ofrecer ayudas para la reflexión y racionalización en el uso medial.

e) Competencia medial como forma de cualificación informativa y comunicacional. Estos modelos pretenden definir y transmitir conocimientos y habilidades instrumentales necesarias en el uso y consumo de nuevos sistemas y técnicas mediáticas.

Con la ayuda de las teorías críticas que explicarían las estructuras de poder e influencia de los medios, y mediante los análisis ilustrativos del origen, desarrollo y presentación de los mensajes, la competencia medial se vio como un gran aporte 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, tanto los provenientes de los medios industriales de masas como los de elaboración propia, pasan a segundo plano. Más importante es la observación y 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 permitan tomar más en serio las estructuras existentes y las funciones de los medios transmisores de información. Sobre esta base aparecerán y se ampliarán espacios para una cultura comunicacional más humana. Esta competencia vendría expresada por las siguientes dimensiones:

a) Relación autónoma con los medios. Esto significa la selección, recepción, utilización activa de los medios en razón de los propios intereses y juicios fundamentados.

b) Comunicación activa con medios.

c) 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.

En línea de principio, el concepto de competencia medial debe contemplar aquellas habilidades y destrezas que una persona precisa en su relación con los medios en una sociedad medial y de información, tales como:

- Adecuación a exigencias económicas y tecnológicas para utilizar los medios.
- Reflexión crítica y participación activa en el panorama mediático.
- Un saber sobre los medios y sus estructuras, formas de presentación y posibilidades de influencia (competencia perceptiva).
- Utilización de 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) (Pöttinger, 1997).
- La competencia para manejar y servirse de los 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 (Schorb, 1999).

Bonfadelli y Saxer (1986) entienden por competencia medial las habilidades relacionadas con la apropiación y uso de comunicación de cara a una acción determinada. Comprende la búsqueda, recopilación, interpretación, comparación y aplicación de comunicación. Esto debe traducirse en:

- Practicar una comprensión crítica-neta sobre valores, normas y prototipos presentes con

frecuencia en los medios para poder analizar sus dichos y hechos.

- Desarrollar capacidades analíticas para valorar producciones específicas de los medios.
- Formar unas capacidades comprensivas para entender y diferenciar los mensajes según los diversos medios y sus códigos.

Qué podemos entender por competencia medial

La competencia medial se puede entender en una múltiple dimensión: educación para los medios; conocimiento de los medios e investigaciones sobre los medios; educación a través, con y por los medios; aplicación de los medios en el ámbito escolar; orientación en el uso de los medios. Para Baacke (1999), la competencia medial no se puede restringir a acciones educativas sino que debe abrirse a un campo de cualificación más amplio, el cual contemplaría las siguientes dimensiones y subdimensiones:

1) Capacidad de crítica de 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 multimediática.
- b) Reflexiva: cada estudiante debería poder aplicar los análisis a su pensar y hacer.
- c) Ética: define y determina los análisis y reflexiones.

2) Conocimientos sobre los medios y sus estructuras. Adopta dos formas:

- a) Informativa: abarca los objetos formales del saber sobre los medios: ¿qué es una televisión pública?, ¿una autonómica?, ¿una privada?..., ¿cómo trabajan los periodistas?, ¿las agencias?, etc.
- b) Instrumental cualificada: significa el dominio en el uso de los medios y las tecnologías.

3) Utilización de los medios:

- a) Aplicaciones receptoras.
- b) Aplicaciones interactivas.

4) Realización de medios:

a) 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 unirían, de forma integradora, los problemas económicos, técnicos, sociales, naturales y estéticos, y mantendrían de manera renovada la competencia medial. Helga Theunert (1996), directora científica del Centro para la Juventud, Cine y Televisión (JFF) de Munich, 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. La competencia medial, en opinión de Mikos (1999), 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 social e institucional que está teniendo la competencia medial urge a la profundización del propio concepto (Schorb, 2001). Éste no puede entenderse sólo como la adaptación a lo que los medios presentan, antes bien tendríamos que adscribirle 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.

En opinión de Dröge (1996), la competencia medial es un proceso estructural que intenta recuperar y producir de forma autónoma experiencias relevantes. Es independiente de las teorías mediáticas. Los pedagogos mediales trabajan con y sobre ideologías, pero están obligados a retirarse en cuanto a la creación de ideología propia. Resumiendo podemos presentar la tabla 1 (1) y el gráfico 1 (2.)

Funciones de la competencia medial

También el progreso humanístico pasa por las tecnologías (Quintanilla, 1992). Para participar en esa evolución y desarrollo precisamos bastante más que unos cables y enchufes para conectarnos a la Red. Debemos crear el ambiente que nos permita encontrarnos a gusto en esta Sociedad de Información. Y ésta es, también, otra de las funciones de la competencia medial. Vista en su conjunto, debe preparar a las personas para utilizar de forma crítica las nuevas posibilidades de los medios. Esta no tiene como objeto formar a los medios -en ello se diferencia fundamentalmente de la investigación comunicativa- sino a 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 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. 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 trasciende. La competencia medial une educación y formación y sobrepasa a ambas. Se ocupa de las estructuras mediales, de los medios y de su organización y presentación. Hace propuestas sobre las funciones didácticas que los medios pueden asumir en situación del proceso enseñanza-aprendizaje, investiga las diferentes formas en las que los medios se integran en la enseñanza, intenta ofrecer 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 que tienen componentes conceptuales, metodológicos y organizativos, y que presuponen el análisis de situaciones concretas de enseñanza-aprendizaje (ver tabla 2 (3)).

La 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 actúe y se sirva 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 éstos 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 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). En la nueva era de las telecomunicaciones, el profesor Saturnino de la Torre (1999) nos recuerda en la revista *Bordón* que es importante no perder de vista en la enseñanza 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 analizada en el estudio sobre el

futuro y crecimiento de los nuevos medios (Bartolomé Crespo, 1999), y en la que aparece esa tendencia a la individualización sin poder contrastar errores y aciertos, es preciso crear una cultura medial democrática que genere un uso crítico, creativo y solidario de 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). 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 florecen. Ya casi sólo se habla de inversiones millonarias. 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.
- Desregulación: se renuncia al control de estructuras y contenidos de los medios. La capitulación ante el mercado, el engaño al ciudadano, la mal interpretada responsabilidad social de los profesionales son realidades preocupantes del nuevo desarrollo.

Aportes de la competencia medial

Al definir nuestra sociedad como una sociedad de información, los medios de comunicación, las nuevas tecnologías y los servicios *on line* pasan a ocupar un papel central en la modernización de la sociedad. Este hecho conlleva a que el debate sobre la competencia medial no se limite a los expertos en pedagogía, sino que en éste tengan que intervenir otros científicos, especialmente los del campo 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 y urge implantar la educación medial como parte integrante de la educación general y de la formación permanente de todas las personas. Dicha formación debe contemplar entre otros los siguientes horizontes:

- a) Dimensión del saber. Dominio de técnicas mediales. Conocimientos de condiciones de producción. Formas de organización. Diferenciación de códigos. Formas y diseños de presentación.
- b) Dimensión de la crítica. Comprensión de ideologías. Comparación de actividades de los diversos complejos multimediáticos. Elaborar conclusiones.

- c) Dimensión de la capacidad del placer. Experimentar sorpresas y valores estéticos.
- d) Dimensión de la capacidad para actuar. Con la ayuda de los medios conformar el mundo y preparar el propio futuro. Comprometerse con los cercanos y los que están lejos.
- e) Dimensión de la capacidad para reelaborar y transformar. Experiencias e interacciones para-sociales, formas de vivencia del día a día.
- f) Dimensión de apertura. Contemplar los medios como ocasión para nuevas propuestas. Práctica de la creatividad. Aventurar riesgos.

El dominio de las competencias mediales puede ayudar a crear entornos de aprendizaje y ámbitos nuevos de experiencia y competencia, nueva cultura, visión de formación permanente. No se trata simplemente de enseñar a trabajar con medios, sino de hacerlo de forma analítica y crítica, puesto que los medios no sólo transportan mensajes sino que participan en la producción de los mismos.

Una cultura medial en una sociedad de información se dará cuando los consumidores de comunicación sean conscientes y sabedores de la calidad de los productos informativos que consumen. Se trata de una capacitación fundamentada para el trato y la relación con los medios de comunicación (ver tabla 3 (4)).

La competencia medial, consciente de estas situaciones, debe abarcar principios que se puedan aplicar a conocimientos nuevos. El saber básico sobre los procesos y procedimientos, cómo se elabora la comunicación, situación en la que se encuentran los receptores frente a cada medio, factores que determinan su percepción, influencias que ejercen sobre su atención, son una serie de cuestiones que piden investigaciones sobre los medios analizados desde el punto de vista psicológico.

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 (Hertha Sturm, 1997) 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.

Al pensar en los nuevos horizontes de las competencias mediales parece claro que éstas deben integrar los aspectos formativos, sociales, políticos y económicos. Los desarrollos permanentes y revolucionarios en el campo de la digitalización obligan a seguir de forma continuada y permanente con los investigadores. A causa de los problemas que origina la distorsión en la presentación de la realidad por los medios, la preparación para una valoración justa y autónoma de los mensajes es tanto más importante, cuanto que los medios alientan las posturas consumistas. 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.

Referencias bibliográficas

- BAACKE, D.: «Medienkompetenz als zentrales operationsfeld von Projekten», en *Handbuch Medien*, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn, 1999.
- BARTOLOMÉ CRESPO, D.: «Investigación en medios y recursos tecnológicos», *Comunicar*, núm. 14, Huelva, 1999.
- Beutele, G.: «Öffentliches Vertrauen als Factor politischer Öffentlichkeit», en OTFRIED JARREN, H.: *Medien und politischer Prozess*, Opladen, 1996.
- BONFADELLI, H. y SAXER, V.: *Lesen, Fernsehen und Lernen*, Zug, Berlin, 1986.
- CEBRIÁN HERREROS, M.: *Información televisiva: mediaciones, contenidos, expresión y programación*, Editorial Síntesis, Madrid, 1998.
- DRÖGE, F.: *Massenaufklärung*, Opladen, 1996
- Kreiner, L.: «Die Verantwortung des Publikums», *Medienimpulse*, núm. 36, Viena, 2001
- KRON, F. W.: «Wissenschaftstheorie für Pädagogen», UTB, München, 1999.
- MIKOS, L.: «Medienkompetenz als präventiver Jugendschutz», *Handbuch Medien*, Bonn, 1999.
- MORITZ, P.: «Medienkompetenz als Schlüsselqualifikation», *Medienimpulse*, núm. 36. Viena, 2001.
- Plasser, F.: «Wie glaubwürdig sind die Massenmedien?», *Medienimpulse*, núm. 36. Viena, 2001.
- PÖTTINGER, L.: *Lernziel. Medienkompetenz*, München, 1997.
- QUINTANILLA, M. A.: «Educación cultura tecnológica» en VV.AA: *Actas del X Congreso Nacional de Pedagogía. Educación Intercultural en la Perspectiva de la Europa Unida*. Tomo II, Anaya, Salamanca, 1992.
- SCHORB, B.: *Medienerziehung in Europa*, München, 1992.
- : *Gewaltverständnis als Folge der Gewalterfahrung*, Viena, 1999
- : «Medien oder Kommunikation – Wofür soll sich Kompetenz entfalten», *Medienimpulse*, núm. 36, Viena, junio de 2001.

SCHULMEISTER, R.: *Grundlagen hypermediale Lernsysteme. Theorie-DidaktikDesign*, Bonn, 1996.

STURM, H. y otros: *Emotionale Wirkungen des Fernsehens. Jugendliche als Rezipienten*, Verlag Dokumentation Saur, München, 1997.

THEUNERT, H.: *Perspektiven de Medienpädagogik in der MultimediaWelt*, Bad Hellbrunn, 1996.

—————: «Medienkompetenz», en SCHELL, F. y otros: *Medienkompetenz. Grundlagen und pädagogisches Handeln*, Kopäd, Munich, 1996.

TORRE, S. de la: «Curriculum para el cambio», *Bordón*, Vol. 51, núm. 4, págs. 391-415, Madrid, 1999.

TULODZIECKI, G.: *Medien in Erziehung und Bildung*, 3ª. Auf., Klinkhardt, Heilbrunn, 1997.

—————: «Kompetenzen, die studierende der Lehrämter während der universitären Ausbildung erwerben sollten», en THEUNERT, H.: *Medienkompetenz*, Kopäd, München, 1999.

WATLING, R.: «Practical media work and the curriculum of the future», *The Curriculum Journal*, Vol. 12, núm. 2; págs.. 207-224, 2001.

WEIDENMANN, B.: *Lernen mit Bildmedien. Psychologische und didaktische Grundlagen*, Weinheim, 1994.