

Gestión de recursos audiovisuales para nuevos usuarios de la enseñanza

Javier Fombona Cadavieco

fombona@uniovi.es

www.uniovedo.es/fombona

Universidad de Oviedo

Fombona, J. (2011). “Gestión de recursos audiovisuales para nuevos usuarios de la enseñanza”. En Sevillano, M. L. (Coord.). “Recursos digitales en educación”. Plasencia, UNED, pp.: 98 - 112. ISBN: 978-84-694-6959-0.

Resumen

Las nuevas tecnologías aplicadas a la educación son nuevas herramientas y un nuevo escenario para las relaciones educativas y para el desarrollo social. La eficacia de los medios audiovisuales tiene su impacto en la educación y en la sociedad en general. Esto nos llevan a replantear la figura y el modelo docente, que se abre a nuevos contextos profesionales donde éste profesional debe de mostrar un dominio de los métodos educativos, una especial habilidad en el apoyo en la tecnología, y a la vez que ser un experto analista de sus contenidos. El alumnado también tiene un nuevo perfil que responde, entre otros elementos, a los intereses y mecanismos de la transmisión del conocimiento audiovisual (internet icónico, televisión, videojuegos...) convertido en modelo en la concepción cultural actual. Todas estas referencias nos pueden servir para hacer un nuevo diseño de estrategias educativas apoyándonos en la eficacia de estos recursos audiovisuales. También podemos generar inquietudes investigadoras y reflexivas sobre las estrategias y modelos que transmiten las tecnologías comparadas con las propias de la formación tradicional.

INTRODUCCIÓN

La irrupción en todas las sociedades de la actividad informática y la gestión de datos a través de las redes telemáticas ha triplicado en pocos años el número de usuarios. Educar en una sociedad dominada por las Tecnologías de la Información y Comunicación implica que el docente tiene que conocer tanto estas técnicas como sus metodologías y los contenidos que soportan. El alumnado se convierte en audiencia del profesor que espera una dinámica tan atractiva, como sucede cuando contemplan un programa audiovisual en un medio de comunicación. Y los medios saben que es importante atraer y mantener su audiencia ya que sin espectadores, o con espectadores no receptivos, el mensaje no es eficaz y no llega a los destinatarios.

También el docente debe afrontar con especial éxito su actividad en sus distintas propuestas educativas, propuestas que siempre se sitúan en un contexto social invadido por la estética de los medios de comunicación y por sus mensajes. Es una competencia en la que no siempre sale airoso y en ocasiones tiene lugar el abandono de sus receptores y fracaso escolar.

Hoy una de las variables docentes comunes es el uso de las nuevas tecnologías concretando su aplicación específica como herramienta para el apoyo de la actividad formativa. Por ello, nos podemos cuestionar si un profesor que no innove y que use metodologías educativas tradicionales siempre obtendrá malos resultados académicos.

El educador, de una forma similar al comunicador, es hábil combinando todos estos entornos, que diferencia y orienta a cada ámbito abarcado: niños, jóvenes, adultos, profesionales, técnicos,

discapacitados, superdotados... enfrentados a computadores, redes, cine, telebasura, impresoras, videojuegos, editoriales, etc., todo confluye en este “multimedia”, bajo una necesidad que se nos presenta como urgencia por la innovación y cambio constante.

Partimos de esta necesidad de organizarnos en la variedad tecnológica y en lo que podemos hacer en los ámbitos educativos con las nuevas tecnologías (Fombona, 2003):

- a) **Conceptualización del fenómeno.** Esto es, qué consideramos hoy como nueva tecnología y cuando podemos incluirla eficazmente dentro de los objetivos educativos.
- b) **Estudio en sí de las Nuevas Tecnologías,** podemos recoger sus formas y sus contenidos transportados y transferidos a las personas, a la sociedad, y cómo lo hacen.
- c) **Apoyo a la acción docente/discente,** estudio de como tecnologías como herramientas pueden ayudar a la acción educativa.
- d) **Apoyo en la investigación,** planteamiento avanzado para que las tecnologías apoyen a la ciencia y a la investigación educativa.

Con esto, **estudio en sí del fenómeno tecnológico,** y **apoyo a la acción educativa,** se convierten en los dos marcos en los que puede desarrollar la acción educativa utilizando adecuadamente en cada momento las Nuevas Tecnologías.

También es importante hacer una reflexión inicial de lo que entendemos por Nueva Tecnología Educativa e intentar delimitar los conceptos y ámbitos implicados:

- **Modelo TIC,** que engloba los recursos considerados como Tecnologías de la Información y la Comunicación. Emilia Currás (1990) cuestiona si se situarían en las TIC un Videojuego o un programa de dibujo infantil. En ambos casos apenas hay un planteamiento de tecnología con intencionalidad informativa y comunicativa, aunque sean casos trascendentes en los procesos educativos. Por otro lado tiene un sentido anacrónico, donde, por ejemplo, quizás podríamos situar la técnica comunicativa pictórica como tecnología de la información.
- **TIC aplicadas a la educación.-** Incluye toda técnica de transmisión de mensajes aplicada al ámbito educativo, sin concretar la antigüedad del procedimiento (Salinas, 2000).
- **Nuevas Tecnologías.-** Hace referencia al concepto cronológico de novedad. Si partimos de la premisa de que la prensa es una Tecnología de la información ¿la podemos considerar Nueva Tecnología? ¿Entendemos por Nueva Tecnología todo invento del Siglo XIX y XX o lo creado hace 20 años? Evidentemente la prensa parece quedar fuera de lo que entendemos por NNTT.
- **Modelo NNTT aplicadas a la educación.-** Delimita aquellas propuestas tecnológicas y sus métodos que pueden usarse, o podrían ser usadas en un futuro próximo, en educación y desde fechas recientes.

El potencial del multimedia audiovisual

Hay dos mundos interrelacionados y vinculados a las Nuevas Tecnologías en el aula discurren casi paralelos: el audiovisual y el informático. El primero relacionado con un lenguaje y los consiguientes contenidos, y el segundo, el informático, con las herramientas y sus usos. Las Tecnologías de la Información y Comunicación parten de la dicotomía de su actividad en aspectos instrumentales y

comunicacionales. En lo relativo a lo comunicacional pueden ser sometidos a estudio los contenidos narrados y transmitidos (contenidos de los audiovisuales, de la red Internet, de los videojuegos...), mientras que en el apartado instrumental podremos estudiar el **manejo** de útiles, herramientas, los ordenadores, cámaras fotográficas, etc., etc. Es importante destacar que los programas de computador son también herramientas, útiles de trabajo, mientras que los programas de una emisión de televisión pertenecen al apartado comunicacional. Por esto no tendría sentido el análisis de los mensajes de un programa de ordenador, e inversamente, quien sabe manejar un programa informático no tiene porque dominar la estructura narrativa de un video educativo.

Sigue siendo correcta esta diferenciación de ámbitos a pesar de que la tendencia tecnológica apunta a una creciente integración multimedia de los entornos informáticos con los audiovisuales y textuales.

En el fenómeno tecnológico parece desdibujar la importancia del audiovisual. El video educativo es una herramienta de apoyo docente, que nos ilustra determinada materia si es usado correctamente como documentación icónica complementaria. También es una herramienta de apoyo un texto en una página web, o el uso de la calculadora electrónica que permite realizar una elevada cantidad de operaciones y obtener rápidamente una representación visual de la gráfica de resultados, por ejemplo. Los tres casos movilizan estrategias y metodologías educativas distintas que pueden llevarnos al éxito o fracaso de la misma actividad si no consideramos tales características diferenciales.

Estamos trabajando con instrumentos. Y por otro lado aparentemente distinto, podemos orientarnos a los contenidos; así, es una materia importante para someter a estudio los contenidos de los mensajes audiovisuales, los referentes de los medios de comunicación, en su modulación de los principales rasgos culturales de nuestra sociedad. Y en este caso no está tan diferenciado el contenido de la estrategia comunicativa empleada, del soporte del mensaje.

Nuevos perfiles europeos

La Comisión Europea ha propuesto cinco objetivos cuantificables para el 2020 que se traducirán en objetivos nacionales: el empleo, la investigación y la innovación, el cambio climático y la energía, la educación y la lucha contra la pobreza (Barroso, 2010). La Europa 2020 se ha propuesto tres prioridades que se refuerzan mutuamente:

- Crecimiento inteligente: desarrollo de una economía basada en el conocimiento y la innovación.
- Crecimiento sostenible: promoción de una economía que haga un uso más eficaz de los recursos, que sea más verde y competitiva.
- Crecimiento integrador: fomento de una economía con alto nivel de empleo que tenga cohesión social y territorial.

El marco europeo hace referencia explícita a la necesidad de favorecer el intercambio de trabajadores en un mercado europeo, apoyándose en unos niveles de cualificación normalizados y avalados por ciertas pruebas que verifiquen y homologuen la “calidad” educativa. Así los centros educativos empiezan a seguir los modelos de excelencia empresarial (EFQM), las pautas de normalización (ISO 9001 fundamentalmente), los procesos de autoevaluación y evaluación externa.

Detrás de estos procesos de evaluación, mejora, y búsqueda de la calidad educativa esta el condicionante de la competencia entre centros de formación por conseguir clientes, los alumnos, que se convierten en un bien escaso, así, esta necesidad de mejora educativa se relaciona estrechamente con la disminución paulatina de alumnado debido al envejecimiento de la población en España y la sostenida inversión de la pirámide demográfica tradicional (lo que supone la continuación de la carencia de alumnos durante varias generaciones). Por esto, las instituciones formativas buscan el método para conseguir alumnos y evitar quedarse sin trabajo (profesores “sobrantes” de horario, anulación de grupos, rescisión de contratos, etc.).

La búsqueda de alumnos y el mantenimiento de los existentes responde a la economía de libre mercado donde oferta y demanda luchan por encontrar su punto de equilibrio. Se aplican modelos de acreditación de “calidad” y los enfoques de gestión orientados al cliente, que tienen especial relación con las técnicas del marketing para dominar los mercados (Ferrell, O. C. y Hartline, M. D. 2006). Y en estos mercados competitivos se intenta atraer, seducir a las limitadas *audiencias* a los que ofrecer sus productos (los citados nuevos planteamientos educativos) (Shahid & Tang, 2007).

Estas pautas de gestión son verdaderas nuevas tecnologías aplicadas a la educación y a la gestión de los centros de formación. Las propuestas que se desprenden de las anteriormente recomendaciones europeas descritas, están llevando a los centros formativos de titularidad pública a instaurar prácticas que desde hace años estaban restringidas a la empresa privada, en la que era importante maximizar la eficacia del profesorado, conseguir la satisfacción del alumnado y rentabilizar la empresa. En ambos casos se plantean estrategias mercantilistas. Un ejemplo es el funcionamiento de los Centros Integrados de Formación Profesional en España donde se crean departamentos de calidad, el claustro de todos los docentes reduce su actividad a lo meramente informativo, y donde el director tiene plena autonomía para contratar directamente al profesorado y gestiona económicamente el centro, alquila las instalaciones... tal y como sucede en un centro educativo de titularidad privada.

Esta nueva tecnología no es un recurso tangible, es un método que se inspira en los planteamientos de las **estrategias de mercado**, de las que podemos destacar:

Puntos fuertes

- ✓ **Eficaz planificación para conquistar mercados**, con clientes escasos.
- ✓ Hay una delimitación clara de **objetivos a lograr**: maximización de clientes, etc. **Eficacia y eficiencia** en la implementación de los programas e instituciones.
- ✓ Uso de técnicas tienen elevado poder **comunicativo**, (persuasivo) utilizan los hallazgos comunicativos multimedia. La comunicación es directa, sin barreras espacio / tiempo, sin intermediarios ni dilaciones temporales.

Puntos débiles

- ✓ **Control de la demanda**, así, en ocasiones se hace que el comprador se interese por un producto que realmente no precisa.

- ✓ **Maximización de objetivos** tangibles en menoscabo de bienes y productos sociales más cualitativos, es la recomendación del Marco Europeo se centra en “lo que la persona puede y sabe hacer”.
- ✓ **Dominio y globalización mundial** de mercados, donde se estandariza el modelo cultural occidental.
- ✓ Criterios de bondad del producto/acciones en función a los **resultados a corto plazo**, algo es bueno si la gente lo compra/usa.

Las exigencias del nuevo espacio educativo europeo común, exigencias que imponen los procesos de acreditación de “calidad”, la propia escasez de alumnado, y otros rasgos (valores dominantes, tendencias políticas, etc.) nos llevan a seguir estos modelos competitivos. La eficacia de esta corriente emergente viene dada por lo concreto de sus estrategias en el logro de objetivos, esto es: la consecución de rentabilidad o prestigio.

Nuevo modelo educativo que responde a Nuevas Tecnologías Audiovisuales

Es indiscutible la potencialidad de las tecnologías informáticas en general en el aula como herramientas para:

- Comunicación entre usuarios y máquinas,
- Buscar y difundir datos.
- Controlar tareas y procesos.
- Motivar a los usuarios
- Gestión cómoda y visualmente mucha información.
- Realizar multitareas, etc.

En la vertiente audiovisual es trascendente destacar su evolución tecnológica y su soporte a determinadas formas y contenidos; los audiovisuales son transmisores de mensajes, y especialmente estas TIC son aplicables al entorno educativo donde podemos usar algunos de los rasgos de un sistema eficaz en la transferencia del conocimiento. Así, los audiovisuales, el paradigma televisivo, sostienen un atractivo comunicacional muy potente que puede ser aplicable en algunas ocasiones en el entorno educativo. Este modelo se rige por las estrategias específicas de mercado (marketing) antes citadas. Con estos argumentos podemos reflexionar cómo incorporamos estas nuevas tecnologías y sus propuestas para que el docente mejore su narrativa y para comunicar y transmitir su información. Tendríamos que revisar la tipología, las temáticas, las estrategias, en su mayoría icónicas, que siguen las WEBS más consultadas en la red Internet:

- yahoo.com Buscador
- google.com Buscador
- youtube.com Portal de videos
- msn.com Buscador
- live.com Buscador
- myspace.com Red social
- facebook.com Red social

- wikipedia.org Enciclopedia
- hi5.com Red social
- orkut.com Red Social
- rapidshare.com Compartir archivos
- blogger.com Blog
- baidu.com Buscador
- megaupload.com Compartir archivos
- friendster.com Red social
- yahoo.co.jp Buscador
- qq.com Buscador
- microsoft.com Información Microsoft
- fotolog.com Compartir fotos
- ebay.com Subastas

Del audiovisual en la red Internet podemos destacar los documentos más vistos que corresponden a los videos musicales. En la página de interactiva www.youtube.com, el video Lady Gaga, Bad Romance ha sido reproducido más de 400 millones de veces en el último año 2010. En su versión de Internet, la prensa digital cada vez más reduce sus contenidos escritos y multiplica los fragmentos audiovisuales con publicidad en los mismos. WEBs como Twitter que reducen la intervención escrita de sus usuarios a 140 caracteres.

A continuación se describen los rasgos de eficacia de las estrategias del modelo usado por los medios de comunicación social audiovisuales, comparándolo con el modelo de enseñanza tradicional.

Estrategias del modelo audiovisual	Modelo educativo tradicional
Las estrategias orientadas a la eficacia en: oferta de datos, entretener, y acompañar constantemente a sus usuarios (Moyer-Guse, 2008).	El modelo formativo tradicional concreta su objetivo en la ayuda en la construcción del conocimiento, no ocupándose de entretener ni acompañar a sus usuarios.
Sus mensajes llegan desde medios cercanos, penetran en los espacios cotidianos y en el hogar familiar.	Por el contrario el docente parece que se distancia en su elite cultural.
Estos medios nos reiteran sus soluciones inmediatas a cuestiones vitales: problemas y sus soluciones rápidas y fáciles, se repiten similares esquemas de valores y de modelos de vida. La felicidad la prometen los medios de comunicación social a través de los productos que se encuentra en el supermercado (Fombona, 2008).	Las soluciones que marca el docente alcanzan una visión a medio y largo plazo en la vida del alumnado. Y suele ser tras varias décadas cuando el alumno se da cuenta de la trascendencia de su formación.

Sus contenidos son reiterados desde distintas fuentes (Spring, 2008), no contradictorias entre sí.	El profesor tradicional plantea el estudio científico del saber y del error (valoración del esfuerzo, la tenacidad...).
El discurso tecnológico se centra en formas netamente icónicas, y reduce la lectura a expresiones complementarias (Gamboa y Reina, 2006).	El profesor tradicional cuya didáctica gira sobre la lectura del texto escrito.
El modelo audiovisual es eficaz resolviendo las cuestiones a través de las imágenes, es una concreción autoexplicativa (las imágenes deben de contener todos los elementos por sí mismas para narrar los contenidos al completo) (Castillo, 2004, 25).	La abstracción reflexiva requiere el pensamiento racional profundo. Es una contraposición entre la verosimilitud típica de los elementos icónicos y la abstracción de lo cognitivo.
Los medios exageran y dramatizan sus contenidos. En este sentido, el audiovisual se dirige al ámbito de las sensaciones, la fascinación y fantasía (Ferrés, 1996).	Desde una metodología tradicional los contenidos se orientan al razonamiento lógico objetivo, al análisis profundo y extenso de los datos, el realismo científico.
Sus formas son muy dinámicas, agresivas, llenas de espectáculo y exageración.	Interesa la realidad, la dimensión real de los problemas o la contextualización y profundización en los fenómenos.
Se ofrecen descripciones efímeras, sencillas, y generan un conocimiento superficial y mosaico, reordenan rápidamente la realidad en bueno y malo, lo bello es aceptado y lo antisocial rechazado, etc. (Moles, 1990).	El aula es un marco para el conocimiento coordinado y profundo (Winn, 2002), con estudios rigurosos que exigen descripciones largas, profundas, reflexiones complejas, para entender las múltiples dimensiones de los problemas.
La confluencia de medios, el multimedia, ofrece datos desde la ubicuidad, su presentación es aleatoria, dispersa, caótica, tan pronto observamos un terremoto como una actividad deportiva como un concurso...	El aula sigue un planteamiento estructurado, lineal y sistemático (marcado en un rígido sistema de documentos, programaciones, etc.).
Los objetivos de los medios son económicos y materiales a corto plazo con soluciones inmediatas (p. e., ¡si la audiencia compre determinado producto y será feliz!) (Robinson y Martin, 2008).	El profesor busca logros a largo plazo: la formación y el desarrollo de la persona, y en todo caso las soluciones a los problemas del individuo las ofrece a través del método científico, riguroso y largo.
Especialmente los medios audiovisuales no exigen actividad a sus audiencias, que reciben sus mensajes de forma pasiva. Es innecesario de	El profesor requiere actividad por parte de sus audiencias. El esfuerzo y la reflexión profunda que requiere elevadas dosis de concentración.

reflexionar sobre mensajes que se ofrecen fáciles y ya “digeridos” (Hall, 1981).	
Se envuelve el mensaje en formas lúdicas y dinámicas.	El profesorado es en ocasiones demasiado serio, aburrido y “estático”.

Tabla.- Análisis descriptivo comparativo entre el modelo audiovisual y el educativo tradicional.

En resumen, en estos nuevos medios las formas importan tanto como sus contenidos. Sus mensajes van dirigidos a los sentimientos, a la parte emotiva e instintiva de la persona individual donde se valora lo propio y el *yo*, la felicidad a corto plazo... mientras que el modelo educativo tradicional dirige sus contenidos a la razón. El audiovisual se basa en estrategias para conquistar las audiencias, dominarlas y como resultado puede *desarmar a la persona*, mientras que el profesor con criterios éticos y racionales *arma* la mente del individuo

Parece oportuno establecer un debate enriquecedor sobre la postura crítica apocalíptica hacia los efectos perniciosos de las NNTT y la postura integrada y sumisa. Resultado de toda esta variedad tecnológica, se hace especialmente difícil la medida de los logros del aprendizaje relacionados con las TIC (Baron y Bruillard, 2007). Se están detectando funciones sorprendentes e inesperadas a edades muy tempranas con el acceso a estas tecnologías informáticas (Pedró, 2006). Pensemos que los efectos en estas edades pueden ser opuestos si hablamos de NNTT informáticas o si por el contrario hablamos de TIC Audiovisuales, así, Swing, Gentile y Anderson, (2010) comentan los efectos de la inserción de la televisión en edades tempranas.

Especialmente, los niños consumen más audiovisuales que los adultos, y lo hacen desde el principio de su vida y en una época de formación integral de hábitos y actitudes (esto sucede en una etapa en la que es básico el aprendizaje sicomotriz y lingüístico). Ven audiovisuales a través a cualquier hora del día; en el caso de la televisión ha desaparecido la programación infantil en horario específico, así ven la programación destinada a los adultos durante toda la jornada, y en este caso tienen una percepción muy receptiva e influyente.

En el caso del audiovisual videojuego se incrementan sus repercusiones por el poder adictivo con el que fue creado. Una vez más, estos modelos generan ciertos efectos en los niños. Ver la televisión y jugar juegos de video se asocian con un aumento de problemas de atención en la adolescencia y en la adultez (Swing, Gentile y Anderson, 2010).

También, la multiplicidad de herramientas tecnológicas empieza a tener un efecto contraproducente en el aula. McFerlane (2007) detectó que en el Reino Unido solo el 11-15% de los colegios usaban las TIC de forma eficaz.

Eco asegura que “el asunto tiene una repercusión educativa dramática, porque a estas alturas sabemos ya que escolares y estudiantes suelen evitar consultar libros de texto y enciclopedias y van directamente a sacar noticias de Internet, tanto que desde hace tiempo sostengo que la nueva y fundamental asignatura que hay que enseñar en el colegio debería ser una técnica de selección de las noticias de la red; (...) los chicos, si tienen que escribir el texto de un trabajo o incluso de una tesina universitaria, copian lo que encuentran en Internet. Cuando copian de un sitio poco creíble, deberíamos suponer que el profesor se da cuenta de que están diciendo pavadas, pero es obvio que sobre algunos temas muy especializados es difícil establecer inmediatamente si el estudiante dice algo falso”.

Las posturas que desaprueban y las que se someten a las NNTT, quizás tienen su parangón con lo que sucedía en el siglo pasado ante los riesgos y ventajas que podía generar la llegada del cine (circunstancia que en gran medida ha cambiado el sentido de nuestra cultura).

Escenarios educativos emergentes

La eficacia del lenguaje audiovisual está potenciada por los intereses comerciales de las empresas que los generan. Tal eficacia se manifiesta y concreta en unos mensajes bajo unas formas concretas, de probado éxito, que se han vuelto patrones comunicativos y culturales *universales*, y que siguen la normas y estrategias de compra y venta de productos, que controla los contenidos no solo de los mensajes publicitarios, sino del resto de discursos audiovisuales para que sean rentables: así junto a un programa televisivo se promociona un disco de su música, una película posterior, unos juegos para los más pequeños, unas camisetas con los protagonistas, etc.

En este contexto dinámico las técnicas narrativas audiovisuales, y sus estrategias, constituyen, no una escuela paralela, sino un modelo de referencia que se impone al modelo educativo tradicional. Las nuevas formas, soportes, plataformas audiovisuales, están conformado nuevas metodologías de trabajo y de aprendizaje. En cuanto a los contenidos, el audiovisual está presente en la vida cotidiana, y genera una red de valores y contravalores que se introducen a través de esos nuevos canales y conforma las mentes y aprendizajes de niños, jóvenes y adultos.

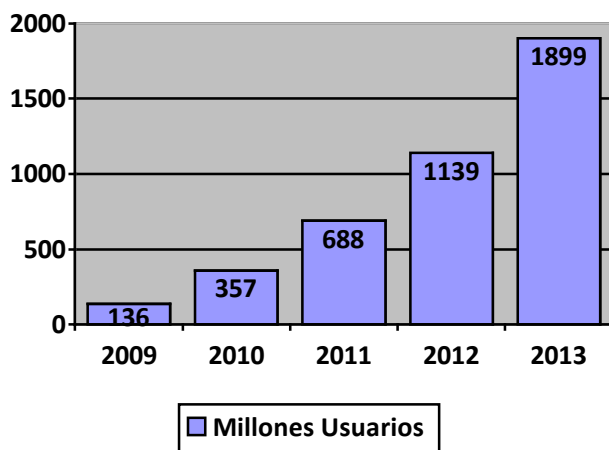
El video educativo, es una tecnología que por diversos motivos no llegó a desarrollar todo su potencial en el aula, pero sí lo hizo a través del medio televisivo, convirtiéndose en verdadera recreación de la realidad y sus ejemplificaciones formativas. En todo caso, y como antes se indicó, se le puede reprochar algunos aspectos en el momento de incorporarlo a la dinámica del aula, por ejemplo, ante los audiovisuales parece que el usuario no precisa especial conducta activa, esta inercia parece hacer cada vez más compleja y difícil las dinámicas de participación del alumnado en las actividades del aula. Nos sucede lo mismo en el caso de las NNTT informáticas, así, los juegos de simulación, suponen una participación e interacción con una la realidad simulada, una ejemplificación formativa de un modo **lúdico**, lo que supone que se cumple otro de los requisitos enunciados anteriormente.

Parece que la cultura audiovisual sigue dominando todos los entornos mundiales, y las estadísticas¹ citan más de tres horas de visionado de mensajes televisivos por persona y día.

Es trascendente destacar que esta cantidad de tiempo delante de la pantalla va desplazándose de la televisión tradicional hacia fórmulas audiovisuales a medida de la audiencia, las *pantallas interactivas*; esto es, las personas –y sobre todo los más jóvenes- cada vez ven menos programas televisivos *generalistas* y seleccionan ofertas específicas a sus intereses (canales de pago, temáticos, etc.), o fragmentos concretos específicamente solicitados (videos reproducidos en la red Internet, emisiones solicitadas a través de la telefonía fija y móvil, etc.). Esto parece ser el fin del audiovisual tradicional (proyección de cine, la macro/televisión, etc.) y surge un nuevo entorno sociocultural vinculado a las redes telemáticas (WEB 2.0) donde queden solucionados los problemas de ancho preciso en los canales de datos para la transmisión **interactiva** de imagen en movimiento (Compresión Mpeg 4, etc.).

Otro fenómeno importante es la proliferación estos mundos virtuales telemáticos (MMOs - Massively Multiplayer Online Worlds) reflejada en unas elevadas cifras de usuarios². Es importante el caso de Second Life, espacio virtual donde se integra imagen en movimiento en primera persona, grafismos, metadatos e infografía. Estos mundos virtuales donde el usuario, de nuevo, no precisa salir a la calle, en busca de la vivencia real. Como antes indicamos, se favorecen tendencias gratificadoras evidentes, inmediatas y primarias (risa, pena, dolor, erotismo...) y no se fomenta la capacidad de abstracción indispensable para el desarrollo de la conciencia reflexiva. Este mundo virtual no es eficaz en el tratamiento de los contenidos conceptuales y abstractos (tales como una reflexión filosófica) porque la imagen es tan poderosa que borra y reduce a secundario el contenido.

Usuarios activos en Mundos Virtuales en Internet (Fuente: Kzero Worldwide)



Las Nuevas Tecnologías informáticas siguen un camino muy dinámico e innovador: surgen nuevas presentaciones, movimientos y almacenes del conocimiento abarcan una variedad de posibilidades que se convierten en una nueva forma de riqueza (Tapscott, 2000): mensajería instantánea, Web 2.0, portales multimedia y multifunción, enciclopedias en red (Wikis), formación a distancia, redes de intercambio de datos, relación con periféricos telefonía, negocios y ventas, correo, mapas, fotos, blogs, las comunidades virtuales, etc. son los nuevos entornos del conocimiento.

Nuevo perfiles de docente y discente

Podríamos cuestionarnos algunos aspectos relacionados con las nuevas tecnologías y preguntarnos ¿Cuántos alumnos/as (no sus padres) pagarían por asistir a nuestras clases? O ¿Es el proceso de aprendizaje

necesariamente fatigoso? ¿Debe de ser cansado ejercitar la mente o existe una estrategia placentera? Y ¿Vienen las Nuevas Tecnologías a eliminar la parte pesada y dejar lo atractivo del aprendizaje? Y en este caso, ¿es bueno que así lo haga?

Para que el docente intervenga en los nuevos contextos que estamos enumerando y oriente a la persona en su desarrollo formativo en sus distintos ámbitos humano y profesional, tendremos que plantearnos su acción desde las distintas perspectivas educativas: El modelo de profesor que responda a las anteriores propuestas (responda a las administraciones, a las familias, a la demanda laboral, a sus planteamientos pedagógicos...), y el modelo de alumno que busquemos y/o conviene a esa sociedad ¿trabajador, reflexivo, creativo...?

Entre estas cuestiones de difícil solución nos encontramos con otra fundamental que el profesor debe de hacerse para posteriormente decidir en qué medida toma en consideración las repuestas, **¿cómo es el nuevo y buen profesor desde la perspectiva de los alumnos?** Esta cuestión no debe de considerarse como la única perspectiva de referencia sobre el profesor. Es un elemento más a utilizar para definir el rol del nuevo profesor que debe responder a los mencionados procesos de autoevaluación y control de calidad donde la opinión del alumno, es especialmente considerada ante la dicotomía derechos/deberes de los alumnos.

Derivado de una investigación³ sobre alumnos que habían finalizado todas las etapas del sistema educativo reglado, las conclusiones nos reiteran un perfil consensuado de lo que entienden ante la ambigua definición, pero muy extendida, de lo que es “un buen docente”. Así, los resultados que definen el buen profesor a lo largo de todo su recorrido académico, ha sido el que responde a los siguientes rasgos, respetando el orden que sigue en concordancia con el número de opiniones recogidas, y que apuntan como fundamentales los siguientes aspectos:

1º- Que sea una persona cercana, humana, sin sentido de superioridad y dialogante.

2º- Un profesor que domine los contenidos y los tenga actualizados.

3º- Que ayude a todos (y cada uno de los alumnos) y lo haga de forma constante (incluso fuera del horario de clase).

4º- En siguiente lugar, que haga sus clases amenas.

5º- Que explique de forma interesante y clara.

6º- Que dinamice las clases con actividades variadas, debates...

7º- Un profesor seguro de su rol, que “sabe ganar el respeto sin falta de llamar la atención”

Los alumnos también valoran, aunque en menos ocasiones, los siguientes aspectos del buen profesor:

- *Que sea apasionado y tenga vocación por su actividad, valorando y dando especial importancia a los contenidos impartidos*
- *Que se comunique bien con el alumnado.*
- *No les importa que le profesor sea exigente.*
- *Que sepa diferenciar y valorar las opiniones, los aspectos subjetivos (creatividad, esfuerzo...).*
- *Que sea calmado, atento, sincero, motivador, reflexivo, práctico, no represivo...*

Así, el profesor que deja la mejor impresión en el alumnado es una persona **cercana, dialogante, experta, amena, clara, que dinamiza sus clases, y que, seguro de su rol como profesor, sirve de apoyo en cualquier momento a todos sus alumnos.**

Y esta perspectiva es muy importante en la satisfacción del alumnado, considerado como cliente, dentro de las dinámicas emergentes de normalización de parámetros de calidad desde una concepción positivista y que nos obliga verificar los **logros a corto plazo.** El **nuevo perfil del alumnado responde especialmente a la modulación e influencia que ha recibido especialmente de las formas, procedimientos y contenidos de las TIC específicas: los nuevos audiovisuales y los medios de comunicación de social.**

Conclusión

El auge de Internet, está transformando los hábitos de los usuarios, donde podríamos destacar los siguientes puntos débiles

- Reducción del hábito de lectura.
- Atención dispersa, no constante, derivado de una poca concentración saturada de estímulos incesantes propios de la narrativa audiovisual.
- Hábito de comprensión de contenidos reelaborados, sin esfuerzo ni capacidad reflexiva, escaso análisis profundo de los problemas
- Un conocimiento superficial de la realidad y configurado a modo de mosaico.
- Menos actividad práctica, menos juego real a causa de los escenarios virtuales.

Por otro lado podríamos debatir los siguientes puntos fuertes del nuevo alumnado/usuario de las TIC:

- Es más práctico, ...
- Es más tolerante y sensible ante los problemas
- Induce constante a la toma de decisiones.
- Estructura, organiza y clasifica lógicamente.
- Mayores posibilidades en investigación.
- Maneja de elevadas cantidades y tipologías de información.
- Aumento de la potencia y velocidad de cálculo.

El docente ha dejado de ser un baúl de información para convertirse en un gestor de conocimiento. En ocasiones el profesor se convierte en un *apagafuegos* que solventa los problemas tecnológicos que surgen en los centros educativos, con los fallos de estas herramientas y con su constante variación en el manejo. El desarrollo de las Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Educación va relacionado con nuevos planteamientos educativos, nuevos marcos, nuevas instituciones, nueva normativa; ámbitos que el experto educador ha de dominar. Lo anteriormente expuesto sugiere al educador que reflexione sobre esos citados aspectos en su planteamiento metodológico de docencia con NNNT, esto es:

- Consideración de los nuevos contextos educativos.
- Consideración los rasgos de los nuevos perfiles del docente y discente.
- Definición del modelo tecnológico y la metodología a seguir.

- Diferenciación entre herramientas informáticas, audiovisuales y lenguajes audiovisuales.
- Consideración de las repercusiones de estos fenómenos en el desarrollo de la persona.

Es importante recordar algunas pautas para orientar la acción del docente apoyado con TICs:

- Desplegará una especial apertura y flexibilidad tanto a su metodología (dinámica) como en el desarrollo de los contenidos. Así, es posible que surja un proceso o contenido no deseado (p.e.: una página no deseada en medio de una consulta Web), como sucede en otras circunstancias reales de la vida.
- El docente marcará claramente sus objetivos, sin abandonarse a la imparable dinámica de la herramienta tecnológica, cotejando las posibilidades reales, requisitos y limitaciones en cada caso.
- Organizará la actividad en función a sus objetivos y métodos (no en función a los recursos), aplicando las NNTT por fases y agrupamientos (p. e.: nivel inicial grupal y final más autónomo) y compaginando los recursos tradicionales adecuados.
- Experimentará y ensayará previamente el recurso y la metodología que conlleva; así es obligatorio realizar una revisión y apoyo previo a la actividad (a través de consulta con otras experiencias similares). Las NNTT requieren especial elaboración de guías, diagramas y mapas hipertextuales, índices con jerarquizaciones y estructuraciones de contenidos. En este sentido, son eficaces algunas experiencias, tales como los video-animaciones de empresas tipo Common Craft.

En todo caso caminamos hacia una formación que *maximiza* sus objetivos aplicando unos contenidos adaptadas al alumno y su entorno cultural, y fomentando las estrategias plurimetodológicas (p.e.: la formación a distancia con tutoría telemática e presencial). Sería trascendente abordar las siguientes líneas especialmente con relación a las TIC audiovisuales:

- Modelos que se están consolidando las relaciones formativas en un sistema globalizado.
- Cómo se están llevando a cabo los fenómenos de mediación a largo plazo, y su incidencia en el refuerzo de actitudes y opiniones.
- Cómo se está estableciendo el dominio de ciertas culturas y la discriminación de otras.
- Cómo son presentados los referentes, los modelos contemporáneas a seguir.
- Cómo se está incrementando el potencial espectacular, agudizado por la disminución de la capacidad de sorpresa en la audiencia/usuario de las NNTT. Así como el dominio de contenidos y formas muy dinámicas y agresivas.

A modo de síntesis cabe resaltar que las nuevas tecnologías deben de ser herramientas orientadas al progreso (Sevillano, 2008, 20) y al alivio de los aspectos negativos de nuestra sociedad. Esta referencia ayuda a encontrar el sentido positivo al desarrollo de la persona, y a dar una meta coherente a nuestros alumnos.

Referencias bibliográficas y documentales

Castillo, J. M. (2004). *Televisión y lenguaje audiovisual*. Madrid: IORTV.

Cruz Fagundes, L. (2007). *La escuela en la cultura digital: ¿una nueva inteligencia?* XXII semana monográfica de la educación. Madrid: Fundación Santillana

- Currás, E. (1990). *Información, ecología y calidad de vida*. Madrid: Univ. Complutense
- Eco, U. (2006). *Los riesgos de Wikipedia*. Roma: La Nación y L'Espresso
- Ferrell, O. C. y Hartline, M. D. (2006): *Estrategia de marketing*. Méjico: Cengage Learning Editores.
- Ferrés, J. (1996). *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona, Paidós.
- Fombona, J. (2003). Nuevas Tecnologías aplicadas (y aplicables) a la educación: NNTTAE. En *Comunicación y Pedagogía*. N. 189. Barcelona. Pp. 19- 22.
- Fombona, J. (2008). *Lectura de imágenes y contenidos*. Madrid: Cep.
- Gamboa, C. y Reina, M. (2006). *Hábitos de lectura, asistencia a bibliotecas y consumo de libros en Colombia*. Bogotá: Fundalectura.
- Hall, S. (1981). *La cultura, los medios de comunicación y el «efecto ideológico»* 202 Curran J. et al. (comp.) *Sociedad y comunicación de masas*. México: Fondo de Cultura Económica.
- McFerlane, A. (2007): *La política británica sobre tecnologías de la información y de la comunicación TIC para el siglo XXI*. Madrid: Fundación Santillana.
- Moles, A. (1990). *El Kitsch*. Barcelona: Paidós.
- Moyer-Guse, E. (2008). Toward a theory of entertainment persuasion: Explaining the persuasive effects of entertainment-education messages. *Communication Theory*, 18(3), 407-425.
- Pedró, P. (2006). *The new millenium learners, challenging our views on ICT and learning*. OECD-CERI.
- Robinson, J. P., & Martin, S. (2008). What Do Happy People Do? *Social Indicators Research*, 89(3), 565-571.
- Salinas, J. (2000). *¿Qué se entiende por una institución de educación superior flexible?* En: Cabero, J; Salinas, J. et al (coord.). *Las nuevas tecnologías para la mejora educativa*. Sevilla: Kronos.
- Sevillano, M.L. (2008). *Nuevas Tecnologías en Educación Social*. Madrid: Mc Graw Hill
- Shahid, M. K., y Tang, S. L. (2007). Convergence and Technological Innovations in ICT Industry: Trends and Strategies for Operators. *2007 International Conference on Wireless Communications, Networking and Mobile Computing, Vols 1-15*, 6456-6459.
- Spring, J. (2008). Research on globalization and education. *Review of Educational Research*, 78(2), 330-363.
- Swing, E. Gentile, D. y Anderson, C. (2011). TV and Video Game Exposure and the Development of Attention Problems. En *Pediatrics*. 27 February. American Academy of Pediatrics.
- Tapscott, D., Ticoll, D. Lowy, A. (2000). *Digital Capital: Harnessing the Power of Business Webs*, MA USA: Harvard Business School Press Boston.

NOTAS

¹ Fuente: The Nielsen Company, Medición de Audiencia Televisiva Mundial (2010).

Gráfica 4. Tiempo promedio de consumo de TV diario per cápita por mercado medido

	hh:mm
Serbia	05:39
Macedonia	05:18
Estados Unidos*	05:04
Grecia	05:03
Croacia	04:49
Hungría	04:47
Italia	04:18
Turquía	04:17
Polonia	04:14
Puerto Rico	04:06
Líbano	03:41
Filipinas	03:30
Eslovenia	03:28
México	03:22
Malasia	03:18
Sudáfrica	03:16
Suecia	03:10
Nueva Zelanda	03:08
Corea del Sur	03:06
Irlanda	03:05
Indonesia	03:01
Australia	02:59
Taiwán	02:41
China**	02:36
Venezuela	02:35
Tailandia	02:11

² N° de usuarios activos en programas de Internet que se agrupan en mundos virtuales (2007)

Fuente: gigaom.com:

<i>Mundo virtual</i>	<i>Fecha de lanzamiento</i>	<i>Millones de usuarios</i>
<i>World of Warcraft</i>	<i>2004</i>	<i>8,5 La mayoría chinos</i>
<i>Habbo Hotel</i>	<i>2000</i>	<i>7,5</i>
<i>RuneScape</i>	<i>2001</i>	<i>5</i>
<i>Club Penguin</i>	<i>2006</i>	<i>4</i>
<i>Webkinz</i>	<i>2005</i>	<i>3,8</i>
<i>Gaia Online</i>	<i>2003</i>	<i>2</i>
<i>Guild Wars</i>	<i>2005</i>	<i>2</i>
<i>Puzzle Pirates</i>	<i>2003</i>	<i>1,5</i>
<i>Lineage I/II</i>	<i>1998</i>	<i>1</i>
<i>Second Life</i>	<i>2003</i>	<i>0,5</i>

³ Investigación coordinada en España, por Javier Fombona, a alumnos de 18 a 21 años y se les preguntó sobre cómo era el perfil de un buen profesor.