



Universidad de Valladolid

Facultad de Educación

TRABAJO FIN DE GRADO

Grado en Educación Infantil

**Educación Audiovisual: una
educación basada en las
imágenes.**

Autor:
Marta López Sáez

Tutor:
D. Felipe Montes Balsa

RESUMEN

Vivimos en una sociedad marcada por la utilización de los medios audiovisuales como elementos de difusión social del conocimiento. Esta influencia se extiende también al aula, donde estos instrumentos se empiezan a incorporar de forma masiva, utilizándolos como herramientas para el desarrollo de conocimiento, en una pedagogía de nueva aparición basada ampliamente en el empleo de la imagen.

Se pretende por tanto, un análisis sobre el uso de la imagen como elemento de conocimiento, de cómo esta cuestión repercute en la manera de establecerse este, en el período educativo de la infancia, así como un análisis de los principales medios audiovisuales basados en las imágenes y de las consecuencias pedagógicas que de su utilización se derivan.

A través de este trabajo, se pretende plantear una reflexión crítica acerca de si esta apología de lo audiovisual supone una cuestión positiva o si por el contrario, tiene más inconvenientes que ventajas, en una edad donde las estructuras básicas del conocimiento se están formando.

Palabras clave: imágenes, razón, conocimiento, medios, audiovisual, Televisión, Internet.

ABSTRACT

We live in a society marked by the use of audiovisual media as elements of social diffusion of knowledge. This influence is also extended to the classroom, where these tools are beginning to incorporate massively, using them as tools for the development of knowledge in a recent pedagogy based on the use of the image.

The aim is therefore an analysis of the use of the image as an element of knowledge and how this issue affects the way to establish this, in the period of childhood education and an analysis of the main audiovisual media based on images and the consequences arising from its use.

Through this work is intended to present a critical reflexion on whether this apology for audiovisual is a positive thing or if on the contrary, it has more disadvantages than advantages, in an age in which knowledge basic structures are forming.

Key words: images, reason, knowledge, media, visual, TV, Internet.

ÍNDICE:

1. INTRODUCCIÓN.....	pág 1.
2. OBJETIVOS.....	pág 2.
3. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.....	pág 3.
4. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y ANTECEDENTES.....	pág 5
4.1. Relevancia de las imágenes en el surgimiento de las facultades de conocimiento en la infancia.....	pág 5
4.2. Naturaleza de las imágenes.....	pág 7.
4.3. Imágenes y docencia.....	pág 12.
4.4. Medios audiovisuales como vehículos de conocimiento...	pág 15.
4.4.1. La televisión: análisis del medio.....	pág 16.
4.4.2. Internet: análisis del medio.....	pág 19.
4.4.2.1. Internet y la información.....	pág 22.
5. METODOLOGÍA Y DISEÑO.....	pág 26
6. EXPOSICIÓN Y RESULTADOS.....	pág 27.
7. ANÁLISIS DEL ALCANCE DEL TRABAJO.....	pág 30.
8. CONSIDERACIONES FINALES.....	pág 31.
9. LISTA DE REFERENCIAS O BIBLIOGRAFÍA.....	pág 33.

1. INTRODUCCIÓN:

Vivimos actualmente el desarrollo de una cultura donde la imagen ha adquirido y sigue adquiriendo una importancia fundamental como vehículo de difusión de noticias, informaciones y acontecimientos de todo tipo, a través de las diferentes clases de medios audiovisuales, de tal manera que estos no sólo influyen en la selección de los contenidos, procurándonos una determinada visión del mundo, si no que nos obligan a una determinada estructuración de nuestra forma de conocer, derivada de la naturaleza de su propia forma de presentarlos.

Los medios audiovisuales, alcanzan un papel cada vez más determinante no sólo a la hora de difundir la información que es tanto cómo decir el conocimiento, si no que al hacerlo a través esencialmente de las imágenes están modificando las estructuras de nuestra forma tradicional de conocimiento. La introducción de dichos medios en las aulas se está produciendo sin otro criterio aparentemente que la fascinación por el uso de las nuevas tecnologías, sin haber planteado previamente las consecuencias de un sistema docente participado masivamente por las imágenes.

El siguiente trabajo tiene como finalidad, en primer lugar, un análisis de lo que verdaderamente son las imágenes y como éstas condicionan nuestros esquemas mentales, para después pasar a una reflexión acerca de si los medios audiovisuales suponen una cuestión positiva cuando se introducen de forma masiva en el aula, irrumpiendo en la estructuración de nuestra capacidad de conocimiento, hecho que se produce fundamentalmente en la infancia.

Para ello, es necesario hacer un recorrido, que se plantee un estudio acerca de lo que son las imágenes, de su naturaleza y de como inciden en nuestra elaboración del conocimiento, en un momento donde lo audiovisual se situa en la cima de lo que creemos bueno para nuestro aprendizaje.

Desde este trabajo, por tanto se pretende invitar a la reflexión acerca de todo lo que esta cuestión está suponiendo, y sobre todo , en cuanto a sus repercusiones en la pedagogía y la docencia se refiere.

2. OBJETIVOS

Mediante este trabajo, se pretende :

- Analizar la situación actual dominada por el uso de los medios digitales de búsqueda de información.
- Reflexionar sobre la falta de educación audiovisual en una cultura de imágenes.
- Analizar internet y la televisión como instrumento al alcance de todos.
- Reflexionar acerca del modo en el que internet modula nuestra forma de pensamiento y conocimiento.
- Estudiar la importancia y el impacto de la incorporación y uso de las Nuevas Tecnologías a la docencia en la Educación infantil.
- Reflexionar si es bueno disponer de ordenadores en las aulas a edades tempranas.
- Analizar si la incorporación de la educación audiovisual comienza a ser una necesidad en una sociedad cada vez más mediatizada por la cultura de la imagen.

3. JUSTIFICACIÓN DEL TEMA.

El presente trabajo constituye una profundización del estudio que sobre Educación Audiovisual se efectúa en la asignatura de Fundamentos y Propuestas Didácticas en la Expresión Plástica del 2º Curso del Grado de Infantil de la E.U.E. de Palencia. La cantidad de temas a tratar en la duración de un trimestre, hacen que estos sean tratados y expuestos de una manera concisa sin la profundización que necesitan y que facilita un estudio más extenso.

En este estudio, se trata de profundizar y desarrollar de una manera más amplia algunos de los aspectos relativos a la masiva introducción de medios audiovisuales en las aulas infantiles y sus repercusiones pedagógicas, expuestos en dicho Curso y que figuran en el Proyecto Docente de 29 de julio de 2.000, de dicha Escuela y del que es autor el profesor Titular de la asignatura Felipe Montes Balsa y que sobre DOCENCIA EN EDUCACIÓN DE LA EXPRESIÓN PLÁSTICA, constituye la base de la docencia de las asignaturas del Área, y del presente trabajo.

En dicho Curso se presenta la educación audiovisual infantil, no sólo como una necesidad dictada por el hecho de haberse convertido los medios audiovisuales, en el medio expresivo social mayoritario, películas, documentales etc, desplazando a los medios tradicionales, pintura, escultura, etc. Si no también por constituir la introducción masiva de un uso y por tanto una determinada concepción masiva de la técnica y la tecnología que paradójicamente parece distanciarnos de la reflexión de la actividad científica que los produce, en un uso irreflexivo de la tecnología considerada “a priori” cómo beneficiosa.

Este tema surge pues de la reflexión acerca de la situación actual en la que nos encontramos, donde ha aparecido un nuevo enfoque basado en una sociedad tecnológica en la que vivimos inmersos, y por tanto, el análisis de la educación audiovisual se hace necesario en una sociedad mediatizada por la imagen.

Vivimos tiempos en los que el protagonismo a la hora de buscar y compartir información se encuentra en los medios audiovisuales, y por tanto, su uso se encuentra extendido a todo tipo de población. Por ello, es de crucial importancia plantearse lo que

esto supone, la forma en la que esta situación modula nuestros esquemas mentales y en definitiva, nuestro conocimiento.

El tema de esta investigación pretende centrarse fundamentalmente en la preponderancia que la imagen alcanza también a la enseñanza. Cada vez existen mas cantidad de gadgets ,de nuevas tecnologías, que se ponen al servicio de la educación, y éstas, están basadas en el consumo de imágenes.

Se trata de reflexionar sobre cómo esta situación está influyendo en la sociedad, y más concretamente en las aulas, ya que esta circunstancia modifica, nuestra forma de articularse la capacidad de conocimiento, encontrándonos en un momento donde la cantidad de información es prácticamente incalculable mientras que la capacidad de reflexión va quedándose reducida a su mínima expresión.

Es por todas estas cuestiones por las que se hace necesario plantearse con detenimiento hasta qué punto es bueno o no la inclusión de dichas tecnologías en nuestras vidas y más concretamente en las aulas, donde como primer propósito, pretendemos formar alumnos con capacidad crítica y reflexiva.

La finalidad de este trabajo es por tanto, manifestar preocupación por lo que pueden significar los medios audiovisuales como vehículos universales y exclusivos de concrección de conocimiento en la cultura general.

4. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y ANTECEDENTES.

4.1. RELEVANCIA DE LAS IMÁGENES EN EL SURGIMIENTO DE LAS FACULTADES DEL CONOCIMIENTO EN LA INFANCIA.

El conocimiento consiste en el desarrollo en la persona de una serie de facultades con las que aprehender la realidad.

Razón e imaginación son esas dos facultades, herramientas, o instrumentos de conocimiento, que toda persona desarrolla para aprehender la realidad externa a sí misma.

La realidad en el niño, antes de que su razón esté constituida, comienza a percibirse mediante imágenes; imágenes, que el niño todavía no relaciona de una manera lógica, pues no tiene constituida su capacidad de razonar. Algunas de esas imágenes, perduran imborrables en nuestra memoria de adultos, debido a la intensidad de la experiencia que las produjeron.

Esta manera “ilógica”, o mejor llamarla “alógica”, puesto que el niño en esta etapa no es todavía un sujeto de razón, de relacionar las primeras imágenes que el niño percibe, sorprende a veces a los adultos por sus deslumbrantes “hallazgos poéticos”, de matiz surrealista o metafórico. Sucede mas bien que la existencia del surrealismo ha revalorizado el mundo de las imágenes infantiles, presentando como brillantes metáforas lo que no son más que relaciones no racionales, “alógicas”, que el niño establece entre las cosas. La creencia en los Reyes Magos, las fábulas de los cuentos infantiles, algunas estrategias paternas educativas del tipo “me lo ha dicho un pajarito”, constituyen, entre otros un muestrario de hechos que constata lo dicho.

Este depósito de imágenes de la infancia constituye, en primer lugar, un factor absolutamente necesario entre otras cosas para la articulación de su razón, que el niño

constituye introduciendo un nuevo orden de relaciones, esta vez “lógico” entre esas imágenes: lo que implica un desmentido de las relaciones previas, “alógicas”, establecidas por el niño entre estas primeras imágenes; relaciones que nos pueden parecer deslumbrantes y hasta poéticas, pero que son falsas.

Un proceso que el niño realiza con esfuerzo, abandonando un mundo de imágenes, donde triunfaban las relaciones “alógicas” y por lo tanto fáciles, de la primera infancia, para iniciarse en el mundo del conocimiento racional de la realidad, que no resulta sensorialmente tan atractivo, ni tan fácil. Es el fenómeno que algunas veces observamos cuando un niño se echa a llorar al saber que los Reyes Magos, son los padres, por ejemplo.

En lo que respecta a nuestro trabajo observamos entre otros, una serie de aspectos, interesantes en lo que a las imágenes se refiere:

- 1.- Por una parte que las imágenes hacen su aparición, como primera instancia, y antes que la razón, que estimula la concreción del conocimiento.
- 2.- Que las imágenes son necesarias para la articulación de la razón, o dicho de otra forma, que la razón se articula a partir de las primeras imágenes.
- 3.- Que la constitución en el niño de la razón supone un proceso, que se hace con esfuerzo, desmintiendo una primera estructura de la realidad basada en las imágenes.
- 4.- Que las imágenes tienen un poder de atracción sensorial, que dificulta el establecimiento del conocimiento conceptual.

Las imágenes por tanto, configuran nuestro primer modelo de conocimiento, un modelo “fácil” podríamos decir, aunque “falso”, donde lo más importante no son tanto las relaciones “alógicas” establecidas entre las cosas, sino el propio hábito de relacionar que aparece así como la base de la articulación del conocimiento de la realidad, una vez introducido el factor lógico en dichas relaciones.

Pero lo que realmente resalta de la articulación de la razón en el niño, es el hecho de la necesidad de la superación de las imágenes para alcanzar el conocimiento. Hacer salir al niño de su mundo de ensoñaciones basado en las imágenes, significa hacerle ir contra el atractivo de este mundo “fácil”, para pasar al mundo del conocimiento racional de la realidad; un mundo que como la ciencia demuestra, es apasionante pero nos exige un esfuerzo que no nos pedían las imágenes.

Es por todo esto, por lo que debemos ser conscientes de la influencia de la naturaleza de las imágenes y de su importancia en el desarrollo de conocimiento en las personas.

4.2. NATURALEZA DE LAS IMÁGENES.

Las imágenes en la infancia constituyen un factor fundamental en el establecimiento del conocimiento, al mismo tiempo que pueden constituirse, como hemos visto, en impedimento, en obstáculo del mismo.

Esta aparente contradicción suscita toda una problemática pedagógica no sólo por las repercusiones que tiene en la propia constitución del conocimiento, sino por cómo puede condicionar pedagogías en forma de inclusión de los medios audiovisuales en el aula, que fundamentalmente trabajan mediante imágenes.

Por ello sería conveniente, por una parte, una profundización en el conocimiento de la naturaleza de las imágenes que puede arrojar luz sobre el uso adecuado de las mismas como instrumento pedagógico; y por otra parte, se percibe también como necesario, un estudio de los medios audiovisuales, que haciendo de las imágenes el vehículo de difusión de sus mensajes, se han constituido en uno de los factores condicionantes de mayor peso en la configuración del individuo y de la sociedad actuales.

En efecto, una de las características esenciales de la conformación de la cultura y la sociedad actuales es la imagen; la proliferación, uso y consumo de las mismas, que constituyen un flujo continuo en nuestra vida cotidiana sin el que es imposible concebir aquellas.

De tal forma que dicho flujo de emisión y recepción de imágenes, ha alcanzado a la actividad docente, forzándola a plantearse la problemática que las imágenes generan en la misma, dejando de considerarlas exclusivamente como un apoyo, un complemento a la labor educativa, para considerarlas como un condicionante esencial de la misma, que incide, y de qué manera, en el desarrollo y la formación del conocimiento.

No es necesario ser un observador especializado para constatar que el consumo visual que los niños efectúan a través de la televisión, convierte a esta última en un serio competidor y condicionante de la labor docente desarrollada en el aula por el maestro.

Potencialidad demostrada en la vida cotidiana, donde la imagen, pasa a ocupar un lugar principal, como vehículo de comunicación, información, persuasión, etc. De tal manera, que actualmente se trata de empezar a plantear procedimientos de defensa, ante el aluvión de imágenes que nos solicitan continuamente desde cualquier sector de la vida cotidiana.

La problemática que plantean las imágenes al desarrollo del conocimiento, es doble y proviene de la naturaleza de su funcionamiento y de la universalidad de su presencia cultural en la sociedad actual.

Las imágenes constituyen instancias caracterizadas por su potencialidad de seducción, por su espectacularidad, por su variedad, por su constituirse como acontecimiento inesperado; rasgos que, por cierto, identifican a la imagen publicitaria en su potencia de actuación como imagen; y al mismo tiempo en su forma generalizada de hacerse presentes.

En este aspecto, nos encontramos con el hecho de que los niños son especialmente sensibles a la atracción de las imágenes y por tanto en el proceso de desarrollo de su conocimiento, parece necesario al mismo tiempo, la formación en ellos de una cultura de la imagen que les permita un correcto uso y tratamiento de las mismas.

En este sentido y para el estudio de las imágenes en sí mismas, una profundización en las diferencias y las semejanzas entre los modelos publicitarios, y audiovisuales y el modelo artístico, que usan la imagen como vehículo de su mensaje, quizá pueda proporcionarnos conclusiones valiosas respecto a la propia naturaleza de las imágenes.

En primer lugar, lo que resalta de la imagen publicitaria es su potencia, su poder de seducción, de captación de la totalidad de la atención. De hecho esta cualidad constituye el rasgo fundamental de los medios de comunicación visual, como la publicidad, la televisión, el cine y en general las industrias de comunicación.

En este tipo de medios, la capacidad de seducción de la imagen es tan necesaria, en su competencia, que ha hecho que deriven hacia las imágenes de la seducción y el escándalo, como medio de atracción.

En segundo lugar, una observación atenta del proceso, nos lleva a la constatación de que dicho impacto o capacidad de seducción de la imagen, sin más, es asumible y consumible. La imagen publicitaria, no va más allá de la comunicación de un mensaje directo a través del impacto que su contemplación produce.

De ahí la necesidad de renovación publicitaria del mensaje como impacto, lo que da lugar al fenómeno de la repetición de la imagen publicitaria. En vallas estáticas, en “spots” publicitarios televisivos, el objetivo de la imagen es la memoria del espectador-consumidor.

El publicista conoce perfectamente que la antesala del conocimiento es la curiosidad, y es a esa instancia a la que dirige sus mensajes. Curiosidad y memoria como premisas necesarias de toda imagen, encauzada a despertar seducción.

Vemos pues, como el mundo actual de imágenes publicitarias se estructura sobre instrumentos de percepción, sorpresa, memoria y curiosidad, que constituyen instrumentos de percepción previos a un conocimiento elaborado, como el conocimiento científico, que exige unos parámetros de esfuerzo reflexivo.

La diferencia a establecer con la imagen artística es que, como la imagen publicitaria, aquella comunica, pero no lo hace de forma literal, sino que exige un esfuerzo de actuación reflexiva en la comprensión de la misma.

La imagen artística a diferencia de la imagen publicitaria integra en sí misma sorpresa y pensamiento, en cuanto es testimonio de una acción creativa.

La educación plástica, la cultura plástica, que son esencialmente visuales, se desarrollan a través de la imagen. La imagen artística se constituye en un primer momento con su poder de atracción, de seducción, como síntesis unitaria que se manifiesta en la potencia de impacto de la imagen. El mismo hecho de que la mirada sea el agente de conocimiento del arte nos habla de la carga potencial de las imágenes.

Y sin embargo, esta seducción primera, da paso a un segundo momento, en que tratamos de entender; la obra de arte se manifiesta entonces como emisora de pensamiento; la seducción y el impacto primeros, desencadenan un proceso de reflexión, que trata de desentrañar todo el conocimiento que la obra ofrece como síntesis que es.

Es decir, en la contemplación de la obra artística, se produce un después del primer impacto sensorial, que necesariamente pone en juego potencias racionales y de conocimiento, que exigen un esfuerzo de entendimiento para lograr el desentrañamiento de la misma.

Esfuerzo, que viene precedido de otro previo de educación en la disciplina, con sus aportes de reflexión y de percepción atenta de la obra, y acompañado de un esfuerzo de consciencia, es decir de atención consciente hacia la misma en un esfuerzo de profundización en ella.

Se podría decir, que una imagen artística contrariamente a la imagen publicitaria, desencadena un proceso de reflexión y conocimiento, confluyendo en ella dos instancias psíquicas bien diferentes.

Se ejemplifica aquí relativamente bien, aspectos de la obra de arte como imagen, que se pueden exportar a la configuración de cualquier imagen de la que se pretenda una potencialidad educativa o de conocimiento.

La imagen artística también transmite un mensaje pero no lo hace de forma literal, descifrarlo exige un esfuerzo y una reflexión para llegar a su comprensión.

Al igual que la imagen publicitaria, también la imagen artística lleva anexada un componente de seducción, pero no es lo principal, puesto que detrás de esa seducción se encuentra un proceso de reflexión para desentrañar el mensaje que pretende transmitir.

Lo importante de la imagen, por tanto no debe ser lo inmediato, si no que debe abrir paso a la elaboración del conocimiento.

Sin embargo, la gran cantidad de imágenes a las que día a día estamos sometidos, nos proporcionan una visión fragmentada y discontinua de la realidad que nos ofrecen, lo cual derivan unicamente en curiosidad.

Podemos concluir diciendo que el valor de una imagen está en la sensación que despierta, lo cual puede constituir un obstáculo a la hora de desarrollar conocimiento.

Por tanto, hay que considerar que a la hora de consolidar la razón, ésta debe ir más allá de las imágenes, por lo que es necesario por parte del maestro/a, una prudencia a la hora de usarlas para la labor educativa, ya que en la instauración del conocimiento las imágenes deben desembocar en experiencias de racionalidad.

El constante flujo de imágenes al que el niño está sometido, hace que su capacidad de razonamiento se vea truncado ante el exceso de éstas, constituyendose unicamente un hábito de contemplación, lo que desemboca en una mirada superficial de las cosas, que deriva en una actitud que no nos permite comprender profundamente la realidad.

Incluso derivando en patologías pedagógicas en los niños bien conocidas, como puede ser la dispersión, la falta de atención, o la imposibilidad de fijarse.

Marina (2000) sostiene lo siguiente:

La imagen es una totalidad que nos seduce por la rapidez con que la captamos. La explicación, el razonamiento, la argumentación, son frutos pausados de la palabra. Su poder de persuasión va por otro lado. No me extraña que los debates televisivos se conviertan en espectáculos, es decir, en algo para ver, donde el público aplaude por los detalles mas escenográficos.(p.127)

A nivel pedagógico, esta cuestión deriva a veces en la tendencia en pedagogía a suscitar el interés intelectual del niño a través del disfrute sensorial, que proporciona la frecuentación de la imagen.

Este tipo de pedagogía hace que no resulte necesario vivir la reflexión y el trabajo intelectual como esfuerzo, sino como un mero deseo de satisfacción, lo cual lleva a los niños a dimitir del esfuerzo que significa el conocimiento.

Por ejemplo, y ya en el ámbito del sistema educativo, a la educación audiovisual no se le concede ningún apartado en el temario, no contemplándose la posibilidad de que el alumno sea educado en el manejo de estos medios, que sin embargo, forman parte de su vida social normal como individuo.

4.3. IMÁGENES Y DOCENCIA

A la primera percepción de la imagen, podemos concluir, el conocimiento opone la labor de la reflexión, como medio de desentrañar el conocimiento que encierra la imagen-apariencia.

De alguna manera, como en la imagen artística, en la percepción de la imagen, la síntesis ocurre primero, al contrario de la actividad racional, en la que la síntesis constituye el último paso.

En un primer momento la imagen por su sencillez no necesita un saber, se dirige a una conciencia ingenua; ilustrando la idea de la diferencia entre la apariencia de las cosas y las cosas mismas.

Tal y como Marina (2000) establece:

Según uno de los dogmas más confudentes de nuestra cultura, una imagen vale más que mil palabras. En cierto sentido es irrefutable. Todo conocimiento perceptivo sobrepasa en algo a la palabra, se mueve en otro registro. Pero gracias a la palabra que es un medio lento, desplegamos el significado de la percepción que es un medio veloz.(p. 127)

En el conocimiento, como la ciencia demuestra continuamente, lo inmediato de la imagen debe dejar paso a la elaboración del conocimiento. Sin negar las virtudes y la necesidad de la observación directa, ya que “todo método intelectual se realiza contra la sensación” (Bachelard)

Sin embargo, los medios audiovisuales actuales, como hemos visto, acentúan la sensación, en la visión fragmentada y discontinua de la realidad que presentan.

Esta avidez de imágenes que derivan simplemente en curiosidad, constituye al igual que la contemplación, un interés primario por la realidad; interés que es simplemente uno de los componentes iniciales del trabajo de conocimiento.

El valor de la imagen por tanto, proviene de la sensación que suscita. El valor de la imagen es el valor de la sensación; por ello resulta necesario saber, que esta cualidad puede constituirse en un obstáculo en el desarrollo del conocimiento.

Ahora bien, en un momento en el que el niño inicia la andadura de la constitución y consolidación de su razón, y teniendo en cuenta que la razón, sobre todo la experiencia científica, debe ir más allá de las imágenes; teniendo en cuenta que la razón tiene más dificultades en suscitar esa atracción o en todo caso es de otra naturaleza, que la de las imágenes, es necesaria, por parte del maestro/a, una prudencia en el uso de las mismas en la docencia.

Las imágenes están cargadas de emotividad, como sensaciones, que son, y en principio hay que decir que no son las ideas. Las imágenes no preparan las ideas, la acción de la razón consiste en volver mediato, aquello que la percepción de la imagen nos da inmediatamente, de manera que el conocimiento de alguna forma constituye la reforma de una ilusión.

Las imágenes en un proceso de aprendizaje deben desembocar en experiencias de razón. Esencialmente eso es lo que ocurre con la obra de arte que lo es.

El niño de hoy se enfrenta cotidianamente a un espectáculo de imágenes que aparentan ser la ciencia misma y que no constituyen más que su aspecto más superficial.

Este espectáculo pseudocientífico le produce como consecuencia, una cierta dificultad para razonar sin imágenes, constituyendo en él al mismo tiempo, el hábito de la exclusiva contemplación, que se constituye como una mirada superficial sobre las cosas, una actitud que nos impide comprender activamente y en profundidad la realidad.

Una de las principales enfermedades pedagógicas actuales es la dispersión, la inatención, la imposibilidad de fijarse, que tienen los niños, ante el requerimiento del espectáculo de consumo rápido: la televisión fundamentalmente.

Marina (2000) vuelve de nuevo:

La imagen es una totalidad que nos seduce por la rapidez con que la captamos. La explicación, el razonamiento, la argumentación, son frutos pausados de la palabra. Su poder de persuasión va por otro lado. No me extraña que los debates televisivos se conviertan en espectáculos, es decir en algo para ver, donde el público aplaude por los detalles más escenográficos. (P.127)

Es un defecto del análisis pedagógico, mantener este interés primario de la imagen como interés fundamental.

Existe demasiada tendencia a practicar una pedagogía del interés cuya exclusiva motivación es el placer, el abandono a la inclinación natural a la curiosidad. Según esta

pedagogía no resulta necesario que la reflexión difícil y el trabajo intelectual se vivan como esfuerzo sino como deseos por satisfacer.

Las consecuencias son, que actualmente en pedagogía, en los métodos de enseñanza elemental, se posterga deliberadamente el momento de iniciación al trabajo serio.

4.4. MEDIOS AUDIOVISUALES COMO VEHÍCULOS DE CONOCIMIENTO.

La presencia continua de la cultura de imágenes en nuestra vida cotidiana, y en concreto un ligero análisis de la televisión, como representante de los medios audiovisuales, puede proporcionarnos una idea de su influencia y del condicionamiento en nuestra conformación del conocimiento, ilustrando algunas de las conclusiones anteriores sobre la naturaleza de las imágenes.

Echevarría (1995) establece:

Los medios audiovisuales en general, y la televisión en particular, han supuesto una gran revolución no sólo en las esferas de la vida social, sino también de la vida personal, al convertirse en uno de los ejes centrales de la vida social, condicionando la organización del espacio, el tiempo, las relaciones intersubjetivas, las percepciones, etc.

No se trata aquí de hacer discursos a favor o en contra de estos medios, sino de analizar cómo funcionan con sus ventajas e inconvenientes.

Por otra parte vivimos en un mundo plagado de medios audiovisuales. Una de las principales características de estos medios es que constituyen una cultura de la imagen. La sociedad se ha ido introduciendo poco a poco en esta cultura audiovisual de una forma eminentemente pragmática sin calibrar demasiado las consecuencias que esto trae consigo. Esto desemboca en que en gran medida, el conocimiento que se basa en la

reflexión lenta, está siendo desplazado por la predominancia social de la inmediatez de las imágenes y lo audiovisual.

Los medios audiovisuales utilizan la imagen como vehículo de transmisión de la información, como es el caso de la Televisión e Internet. Un análisis de estos dos medios de difusión de conocimiento que utilizan las imágenes como principal vehículo para hacerlo, nos puede indicar como influyen en la estructuración de nuestro conocimiento de la realidad

4.4.1 Televisión: análisis del medio

La televisión consituye el medio audiovisual inicial que ha establecido los patrones de actuación de todos los medios audiovisuales posteriores.

Según un trabajo realizado por Pérez (1998), podríamos situar someramente las principales características de los medios de comunicación tradicionales, sobre todo la televisión, en los siguientes aspectos:

-El mito de la objetividad:

La representación audiovisual de la realidad en imágenes televisivas aparenta no tener mediación ni discurso, por lo que le confiere un sentido de realidad, obviedad, inmediatez y objetividad a las imágenes, que conduce a una asimilación acrítica e irreflexiva de los contenidos.

Según Ferrés (1994):

Aparentemente en la imagen televisiva no hay mediación ni discurso porque no hay signos sino realidades. Este mito impide considerar las imágenes como construidas subjetivamente a través de un proceso de selección igualmente subjetivo, con lo cual es mucho más fácil someterse a una manipulación que pasa inadvertida para el sujeto.

-Los estereotipos como herramientas de conocimiento:

Los medios audiovisuales y la televisión en concreto generan y utilizan los estereotipos para simplificar y, al mismo tiempo, generalizar elementos de realidades que, en sí mismas, son complejas y cambiantes. Por ello ofrecen una visión unilateral, la que tiene un grupo social sobre otro de modo que tienden a organizar la información que tenemos sobre el mundo.

La fuerza de un estereotipo como concepto comunicativo: "se mide en relación directa al grado en que éste es percibido por sus oyentes como representación válida de la realidad" (Quin, 1996, p. 229)

Este hecho, en sí mismo grave, se ve reforzado por la naturaleza de estos estereotipos, al ser mayoritariamente de índole sensorial y emocional, por lo que la racionalidad no interviene en su creación y mantenimiento, además de adquirir gran autonomía. En este sentido, la televisión puede contribuir a reforzar estereotipos en las opiniones e ideas que se forman los niños sobre la realidad social, pero también puede contribuir a deshacerlos.

-El carácter espectacular y trivial como exigencia del mercado :

Una de las principales funciones de la televisión se sitúa, naturalmente, en vender. Al amparo de este objetivo aspiran a conseguir el máximo número de público posible (audiencia), puesto que ello se traduce en un mayor índice de publicidad y, por tanto, de negocio. Y en esta lógica de productividad, de alcanzar audiencias muy populosas, es necesario buscar el espectáculo por encima de todo, cediendo a la lógica de los deseos y necesidades.

"La única coherencia del medio es su lógica comercial. Se venden los objetos, las ideas, las experiencias, las esperanzas y hasta las alegrías y dolores." (Pérez, 1998, p. 106).

Esta tendencia a lo espectacular es justificada como requisito de transparencia y conocimiento de la vida democrática, sin caer en la cuenta de que lo que realmente necesitan las sociedades democráticas es transparencia discursiva. Por todo ello, la televisión cumple todas las funciones propias del espectáculo, provee a los espectadores de gratificación sensorial, mental y psíquica invadiendo el hogar, el cuerpo físico y la intimidad personal.

-La hiperestimulación audiovisual y el conocimiento fragmentado:

Según Ferrés (1994):

Los mensajes televisivos se caracterizan cada vez más por un ritmo trepidante, por una aceleración cada vez mayor en la sucesión de planos. Este fenómeno produce el hábito de la hiperestimulación sensorial y una insatisfacción permanente que se expresa en la necesidad de un cambio constante. Es por este hecho por lo que se explica el fenómeno del zapping o cambio convulsivo de una cadena televisiva a otra. Esta circunstancia contribuye a la creación de una visión fragmentada, discontinua y desorganizada de la realidad, lo cual dificulta la construcción de una estructura coherente que organice la multiplicidad de informaciones.

-Unidireccionalidad del medio y pasividad de la audiencia:

La televisión es un medio unidireccional, es decir, emite sus mensajes hacia unos posibles receptores pero no admite interacción en los discursos. Por ello, no sólo estimula la receptividad pasiva sino que mueve a la compasión estática y a la sustitución de las experiencias directas por experiencias vicarias en la televisión. Ello lleva a los sujetos a una imposibilidad real de construir un pensamiento organizado, elaborar unas ideas regidas por la experiencia directa y, por el contrario, incorporar unas creencias producidas por otros y no experimentadas de primera mano.

A través de este análisis, aparece la Televisión, arquetipo de los medios audiovisuales, como instrumento que estructura y moldea nuestro modo de conocer, más allá de los contenidos que emite. El uso de la imagen como vehículo de transmisión de esos contenidos, proporciona al espectador una visión del mundo, es decir una estructura de conocimiento de la realidad, subjetiva en cuanto seleccionada, basada en el estereotipo en cuanto necesidad de simplificación; que prima una visión espectacular de la realidad, en cuanto fuente de gratificación sensorial; fragmentada en cuanto necesidad de rapidez de cambio de contenidos, y de receptividad pasiva que impide la implicación activa. Lo que acaba por producir la imposibilidad de establecer una concepción unitariamente comprensiva de la realidad.

4.4.2. Internet: análisis del medio.

Si la Televisión, aparecía hasta hace bien poco como el medio audiovisual exclusivo, la irrupción de Internet y la evolución de las tecnologías audiovisuales, ha venido a significar una nueva revolución en los medios cuyas consecuencias a corto y largo plazo solo sabemos que se están produciendo.

Internet se está convirtiendo en la actualidad en el medio por excelencia de acceso a la información, que es tanto como decir a nuestra percepción de la realidad. Acudimos a la red con cada vez mayor frecuencia, para buscar información,. Consideramos socialmente Internet como la fuente habitual para todo tipo de consultas con independencia de una posterior profundización en los datos obtenidos, con medios más tradicionales, libros, etc.. La variedad y flexibilidad operativa de Internet, no obstante, constituye para el individuo una ventana al mundo.

Podríamos distinguir una serie de aspectos que caracterizan Internet como un nuevo “medio” que a semejanza de la Televisión, y a veces en concordancia con algunas de sus características, acaba, como aquella, condicionando nuestra forma de conocimiento de la realidad.

1.- Internet , coincide con la Televisión, en que es un medio de difusión de información y productos audiovisuales. Sin embargo, les diferencia principalmente su interactividad.

En la Televisión, la selección de lo que se emite es unilateral y por tanto, viaja en una sola dirección, mientras que la interactividad es una de las señas de identidad de Internet:

- a). Se busca la información, “se navega en la Red.
- b). Se tiene la oportunidad tanto de producir como de difundir información.

2.- Estas características han hecho de Internet el mayor depósito de información con acceso universal y directo, lo que hace que crezca de una manera exponencial, convirtiéndose en un referente en nuestras vidas. En este sentido posee un componente “operativo” que no tiene la Televisión.

Esta categoría de “necesidad” hace que sea concebida meramente en su capacidad utilitaria, apareciendo aspectos que tienen que ver con el “monopolio” que empieza a ejercer sobre la información y su forma de presentarla.

3.- Dada la gran avalancha de información que podemos encontrar en la Red, la información tiene que competir con el resto de informaciones para tener más capacidad de atracción, y por tanto, ser más consultada. Esta atracción, no hace referencia a otra cosa que a la atracción visual que se consigue con las imágenes, que ofrecen una gratificación sensorial y por tanto emocional inmediata como medio de atracción.

No debemos olvidar que Internet es un medio que se sirve de las imágenes. La imagen pretende en primer momento, causar un impacto sensorial, para atraer o seducir, lo que apela a la instancia primaria del conocimiento: la curiosidad.

Cuando tratamos de buscar en internet una información, nos dejamos llevar por el poder de seducción de las imágenes, lo que hace que derivemos nuestra búsqueda en base a criterios de gratificación sensorial. Esto, desemboca en el fenómeno del “surfeo” o “navegación en la red”, que significa que no existe una intención concreta a la hora de utilizar la Red, si no que simplemente se busca el disfrute a través de las imágenes que la red nos ofrece. Es el fenómeno conocido de “quedarse colgado”.

4.- Concebimos la Red como un lugar al que acudir para encontrar informaciones verdaderas, puesto que es un reflejo de la realidad que forma el mundo y por lo tanto, todo lo que encontramos en Internet constituye conocimiento..

No podemos obviar el caso de Wikipedia, puesto que es un ejemplo de lo dicho anteriormente. Se ha convertido en un recurso por excelencia usado por jóvenes a la hora de buscar información, elaborando trabajos basados en el “cortapega” sin preocuparse por la falta de criterio y de rigor en sus “entradas”.

5.- En la Red los contenidos son seleccionados por la propia persona, rompiendo de alguna forma con el esquema social que caracterizaba la televisión bajo el punto de vista de ser un medio “colectivo”, de masas, verificable en su capacidad de manipulación.

Aquí es el individuo quien estructura su “mundo” a la carta, tanto en la búsqueda como en la emisión de contenidos. De forma que, el acceso universal a la información, viene ligado a la incertidumbre de la fiabilidad y la ausencia de criterios en la selección de la misma.

Esto termina con la noción misma de “criterio” establecida por algún tratamiento crítico de los contenidos, dificultando una creación colectiva y como consecuencia, individual del propio criterio.

Debemos entender que el acceso a la información no constituye de ningún modo un tratamiento de dicha información, ya que esto solo ocurre cuando de por medio se encuentra un proceso reflexivo, en el que interviene la capacidad crítica y la razón.

6.- Percibimos Internet como “potencialidad” de acceso a todo lo relativo a la realidad que se nos rodea. Esta “potencialidad”, crea una concepción de la Red que la equipara a la Gran Enciclopedia Universal, que nos libera de la profundización en el conocimiento puesto que todo lo contiene.

Esta concepción que equipara el conocimiento a la posesión de datos, desemboca en el no esfuerzo, en la instantaneidad y en la no reflexividad. El saber requiere un esfuerzo que no estamos dispuestos a admitir. Esto, por ejemplo, se refleja en que España se sitúa a la cabeza en Europa de smartphones, por habitante, contrastando con situarnos los últimos en resultados en ciencias de nuestros estudiantes.

Esta concepción de la tecnología fundamentalmente, como algo que nos da acceso a un “poder”, virtual al fin y al cabo, acaba por sustituir las experiencias del hacer, por la búsqueda de resultados. Surgiendo un conocimiento que sitúa en una segunda posición,

los aspectos del conocimiento y concibiendo éste bajo un punto de vista exclusivamente utilitario.

7.- Internet se caracteriza por la velocidad, la instantaneidad de acceso a datos, a noticias, a acontecimientos, significa una compresión del tiempo, La reflexión que articula el conocimiento y el criterio constituye sin embargo un medio lento.

Somos incapaces de leer grandes textos ausentes de estimulación visual, carentes de imágenes. Lo que buscamos es la respuesta inmediata que nos da Internet. Sin embargo, no podemos obviar que la lectura activa desemboca en comprensión, lo cual a su vez produce pensamiento y por tanto, conocimiento, ya que se profundiza en el significado de lo que estamos leyendo. No obstante, en la Red, parece no darse esto, puesto que la lectura se realiza de manera apresurada, sin reflexionar sobre ello, con lo cual no puede considerarse una forma de pensamiento. Para que la lectura sea profunda requiere una dedicación y una atención que el medio digital no aporta.

4.4.2.1 Internet y la Información

El exceso de información albergada en la Red, hace que seamos incapaces de gestionar esta información, mucho menos de abarcarla.

Cuando utilizamos Internet, ocurre que somos incapaces de especificar con exactitud nuestra búsqueda, pues hay exceso de información. Ante la cantidad de alternativas que se nos presentan, resulta extremadamente complicado establecer criterios de selección de información. El hecho de que la información se nos presente de manera inmediata sea cual sea nuestro tema de búsqueda, está repercutiendo en que no somos capaces de centrarnos en algo por mucho tiempo, echamos vistazos a la gran lluvia de información que se nos da, pero sin detenernos en exceso, nos fijamos en los títulos, buscando que estos coincidan palabra a palabra con lo que estamos buscando, sin pararnos a analizar la información para ver si es adecuada o no.

Los estudios hechos sobre el uso de Internet han llegado a la conclusión de que la mayoría de los usuarios carecen de habilidades de búsqueda y de criterios racionales

que les permitan discriminar la calidad de lo que encuentran o encontrar aquello que buscan. Según Eszter Hargittai, el uso de Internet es en su mayor parte “inconsciente e ingenuo” y refleja las carencias sociales y educativas que se dan fuera del mundo en línea. Esto deriva en un conocimiento fragmentado ante un mosaico de información inmenso.

Bereiter (2000) sostiene:

Me sorprende seguir encontrando escritores sobre la Web que proclaman la centralidad de las habilidades de búsqueda de información como un objetivo para la era del conocimiento. Las habilidades necesarias para hacer búsquedas en la Web se aprenden en pocas horas (...). Saber desenvolverse en la Worldwide Web significa tener familiaridad con aspectos variados del conocimiento. Cuanto más sabes, más oportunidad tienes de aprender algo nuevo. Esto es lo interesante de los nuevos recursos de conocimiento, sin embargo se valora poco por los entusiastas de los medios de información, suponiendo que llevan la educación a la era del conocimiento. Si se apreciase esto estaríamos ante el restablecimiento de la importancia de la educación liberal.

Esta nueva concepción de la Red, está repercutiendo en un cambio en nuestra manera de pensar.

Es innegable que la Red se ha convertido en un medio de búsqueda de información, pero también como una herramienta de ocio (juegos) y que la consulta de periódicos en línea ha aumentado a la vez que la de prensa escrita ha disminuido.

Nuestro cerebro está sufriendo las consecuencias de todos estos actos ya que hemos coronado a internet como el medio por excelencia donde encontrar información, lo que hace que nuestros cerebros solo estén preparados para recibir esta información de manera rápida y en pequeñas dosis, haciendo que nuestro razonamiento y nuestro pensamiento crítico disminuyan.

El fin último de la educación es formar a ciudadanos reflexivos, capaces de tener sus propios criterios de selección de lo que es bueno no. Sin embargo, Internet no parece muy útil a la hora de desarrollar este pensamiento crítico, puesto que no somos capaces de analizar la gran avalancha de información que se nos viene encima con solo pulsar una tecla.

“Internet es una herramienta muy maleable, que ha pasado de ser un instrumento al servicio de transacciones empresariales o académicas a ser una ‘palanca de transformación social’” (Castells)

Internet es una herramienta, pero no es el propio fin, puesto que no podemos recurrir únicamente a la red para solucionar todos nuestros problemas, la solución de los problemas no se le puede atribuir a internet, mucho menos en el ámbito educativo se puede delegar los problemas a un ordenador.

Tenemos que distinguir que Internet si que es un medio muy útil a la hora de conseguir documentarse sobre algún tema, para conseguir material multimedia, para cuestiones de tipo burocrático o simplemente como un entretenimiento, pero entender la Red como un espacio de participación ciudadana igualitaria en la discusión política y en la toma de decisiones exagera la capacidad real de este medio .

No hay que olvidar que Internet nació como un medio unido al texto, puesto que demandaba de sus usuarios las habilidades propias de un lector: concentración, atención, silencio..., lo que supone que el lector es el único responsable de la asimilación de los contenidos que tiene ante sí.

Por tanto, internet debería suponer un esfuerzo a la hora de su uso, ya que la lectura es una actividad caracterizada por el autoarrastre, frente al visionado de TV que se caracteriza por el heteroarrastre, que supone un menor esfuerzo de concentración , razón por la que muchas personas prefieren ver una película que leer un libro.

Hoy en día lo que ha proliferado son los contenidos multimedia, haciendo que el enlace entre televisión e internet ponga a nuestro alcance una cantidad de información difícilmente gestionable para nosotros.

En un estudio de la British Library publicado en enero de 2008, cuyo objetivo era estudiar el comportamiento de los jóvenes que buscan información en Internet como parte de sus estudios, se llega a la conclusión que lo que denomina como “Generación Google”, se caracteriza por carecer de las capacidades críticas y analíticas necesarias para evaluar lo que encuentran en la Red.

Estamos creando jóvenes que prefieren recurrir a Google que a una biblioteca, pues exige menos tiempo, por tanto, la instantaneidad que acompaña a Internet limita nuestra capacidad de profundizar en las ideas y sus conexiones.

Cada vez somos más los usuarios de Internet. Incluso los niños lo utilizan bajo la mirada de admiración de sus padres, que no evitan otra cosa más que sus hijos no estén al tanto de la tecnología.,para que no sean marginados y estén “bien preparados” para el futuro.

5. METODOLOGÍA Y DISEÑO

Ante la escasez de información y estudios realizados sobre el tema abordado en este proyecto, se ha tenido en cuenta para su elaboración, material periodístico como pueden ser artículos o reportajes donde se trata este tipo de cuestiones, así como otro tipo de material bibliográfico, principalmente libros.

Pero fundamentalmente, este proyecto se desarrolla mediante la reflexión sobre el tema, siendo la cuestión de la televisión lo que fomenta el análisis de cómo los medios audiovisuales están influyendo en nuestra manera de pensar y conocer, puesto que la televisión es el medio vehiculado por la imagen por excelencia.

A raíz de ese análisis sobre la televisión, surgen nuevas incógnitas en cuanto a la influencia del uso de la Red, otro eje importante en este trabajo.

Se trata de plasmar cómo la imagen se constituye actualmente en la cima de lo pedagógico y cómo esto influye, fundamentalmente, en el aula.

6. EXPOSICIÓN Y RESULTADOS

A nivel pedagógico es extremadamente importante tener en cuenta todo lo que las imágenes suponen a la hora de establecerse el conocimiento.

Debemos analizar si su uso masivo supone una cuestión positiva o más bien, un obstáculo a la hora del desembarco del niño en el arduo mundo de la razón y el conocimiento.

El interrogante pasa por la reflexión ante un momento en el cual el niño está concretando una estructuración de su conocimiento que pasa necesariamente por la adquisición de una capacidad reflexiva. Entonces, ¿Es prudente un uso o empleo continuado y masivo de los medios audiovisuales a nivel pedagógico?

Cada vez son más los gadgets introducidos en las aulas, viendose esto como una cuestión positiva que debe ir en aumento con los años. Sin embargo, ¿Nos estamos planteando cómo todo esto influye en las mentes de los más pequeños? ¿Estamos preparados para utilizarlos de manera positiva?

El docente debe ser extremadamente cuidadoso con la tecnología y las imágenes que usa, pues de una manera u otra, está modelando el conocimiento de los niños.

Estamos inmersos en una pedagogía de la imagen, donde la información llega a través de ellas, lo cual produce unas facultades de conocimiento desestructuradas y pasivas.

La tendencia es pensar que cuanto mayor tecnología encontremos en un aula, mejor será el rendimiento de los alumnos, puesto que vivimos en una sociedad donde los medios audiovisuales cobran un papel protagonista en nuestras vidas. Sin embargo, tras analizar el carácter de las imágenes, se puede establecer que:

-Las imágenes están sustituyendo a la experiencia. Todo nos viene dado. Se establece por tanto un rechazo a todo lo que signifique esfuerzo, solo se quiere inmediatez aunque ello suponga la falta de rigor.

Sin embargo, el conocimiento es mucho más significativo cuando uno toma el papel protagonista viviendo las experiencias en su propio cuerpo.

-Esto está desembocando en que los alumnos tengan una capacidad truncada de reflexión. Dado que en la Red encontramos todo tipo de información, no nos paramos a cuestionar si eso que estamos leyendo es verdadero o es una falacia. Lo presumimos válido por el mero hecho de encontrarse en Internet. Nos acogemos a la información que se nos presenta sin cuestionar ni analizar ni siquiera parte de ella.

-Este uso masivo de la tecnología supone un atrofiamiento de la capacidad de reflexión ante la lectura, que es un medio reflexivo. Esto cobra especial importancia, puesto que estamos privando a los niños de una capacidad de reflexión, la cual es la instancia del conocimiento.

-La capacidad crítica es prácticamente inexistente, ya que no contrastamos informaciones, no nos vemos capaces de desechar una información falsa puesto que asumimos todo lo que encontramos en la Red como válido, ciñéndonos exclusivamente a aquello que la Red nos muestra.

-Los medios como Internet o la televisión, nos presentan una realidad sesgada. Muestran tan solo la parte de la realidad que les conviene y de la manera en la que les conviene. Por ello, hay que tener en cuenta que la excesiva utilización de estos medios, puede calar en los niños de manera que tengan una percepción de la realidad equivocada.

-El conocimiento debe ser experiencial. Por ello, es necesario tener en cuenta el uso de técnicas digitales, para que esta estructuración experiencial del conocimiento no sea sustituida por una estructuración virtual y pasiva.

-Durante la infancia, se configura el dominio del gesto, que es un medio directo entre el cerebro y la mano. Sin embargo, el medio informático, es un intermediario, ya que supe esta manualidad. Es necesario que durante la infancia se adquiriera el dominio del gesto, ya que aun se está desarrollando la habilidad motriz.

-La utilización de estos gadgets, suponen una desvinculación de la forma natural de aprender. Aprender no consiste en tratar la información (esto es una herramienta). Aprender supone una ardua tarea hasta llegar a unas conclusiones de las que extraer conocimientos.

-Con el uso habitual de estos medios audiovisuales, fomentamos en el niño la creación del hábito de búsqueda de la gratificación sensorial que proporcionan las imágenes, es decir, la incapacidad de iniciar al niño en el esfuerzo que supone el conocimiento, con lo que a su vez, se crea el hábito de la dispersión de la atención, de la incapacidad de concentración ante textos carentes de imágenes o ante actividades que supongan un esfuerzo ausente de gratificación sensorial.

7. ANÁLISIS DEL ALCANCE DEL TRABAJO

El alcance del trabajo por tanto, pretende ser fundamentalmente a nivel pedagógico, realizando un análisis acerca de cómo influye en nuestra manera de conocer el empleo masivo de imágenes que se ha venido desarrollando durante los últimos años.

Con ello, se invita a la reflexión de toda la sociedad, y especialmente de los docentes ante una situación de monopolio de los medios digitales en la elaboración del conocimiento, invitando a tomar consciencia y parte activa de la situación, analizando cómo este tipo de medios pueden convertirse en un mero obstáculo a la hora de producirse aprendizaje en los niños, sobre todo a edades tempranas donde sus estructuras mentales están aun sin formarse.

Se pretende por tanto, analizar una situación actual que está apareciendo en las aulas, siendo conscientes de como esto incide en el alumnado, para que tras una reflexión y análisis del tema, los docentes se planteen en las aulas la utilización masiva de dichos medios digitales.

8. CONSIDERACIONES FINALES

Todas estas conclusiones no nos llevan al pensamiento final que supone un rechazo completo de los medios audiovisuales, pero sí la idea de oposición de la concepción de los medios audiovisuales como facilitadores de la acción pedagógica. Puesto que para que esto se diera, es necesaria una educación en estos medios y sobre todo durante la primera infancia, donde se requiere una actitud prudente hasta que el niño concrete sus facultades de conocimiento.

El problema radica en que los grandes planes educativos no contemplan una educación de lo audiovisual. Se hace una apología de su uso en el medio educativo sin tener en cuenta si esto supone algo positivo o negativo. En gran medida, significa que el sistema educativo que parte de la reflexión, está siendo desplazado por las imágenes como medio de conocimiento.

Un informe pionero del University College de Londres sobre hábitos de información en Internet afirma que es necesario conocer que destreza digital no equivale a destreza informativa, es decir, a saber cómo buscar información y transformarla en conocimiento.

A raíz del uso masivo de la Red como instrumento pedagógico, aparecen los denominados “usuarios de corta y pega”.

Esto significa:

-Los usuarios jóvenes no comprenden bien sus necesidades informativas con lo cual se les hace complicado desarrollar estrategias de búsqueda efectivas.

-No tienen una adecuada concepción de lo que es Internet. No entienden que las fuentes y las informaciones pueden ser muy diversas, por lo que los grandes buscadores como Yahoo o Google se convierten en lo primero que asocian con Internet.

-Son más competentes en cuanto al manejo de nuevos gadgets, aunque emplean menos aplicaciones digitales de las que se cree.

-Prefieren la información visual frente a la textual. Son consumidores pasivos de información, prefiriendo los sistemas interactivos.

-Son la generación del “Corta y pega”. En numerosas ocasiones plagian información a la hora de realizar un trabajo.

-Prefieren la información despiezada en vez de en textos completos.

-No son expertos en buscar información, se conforman con aquella que sus buscadores les presentan. Lo que confirma que el experto en buscar información es el que domina el tema no la educación en el tratamiento de información.

9. LISTA DE REFERENCIAS O BIBLIOGRAFÍA

- Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Grau, A. (2008, 10 de Octubre). Internet cambia la forma de leer. ¿Y de pensar? *El País*.
- Howard- Jones, P. (2011) *The impact of digital technologies on human wellbeing: evidence from the sciences of mind and brain*. Oxford, Nominet Trust.
- Montes. F. (2000, 29 de Julio) Fundamentos y Propuestas Didácticas en la Expresión Plástica. *Proyecto docente*.
- NAEYC (National Association for Education of Young Children) (2012) *Technology and Interactive Media as Tools in Early Childhood Programs Serving Children from Birth through Age 8*. National Association for the education of Young Children and the Fred Rogers Center, Washington DC.
- Plowman, L.,McPake J.&Stephen C. (2012). Extending opportunities for learning: the role of digital media in early education. In *Contemporary Debates in Child Development and Education*, pp 95-104, eds. S. Sugate & E. Reese. London: Routledge.
- Plowman, L., Stephen C. & McPake, J. (2010). *Growing Up with Technology: Young Children learning in a digital world*. London: Routledge.
- Teillet Roldán, E. (2010). Educación liberal y ciberdemocracia. *Revista Paideía*, 88, 135-138