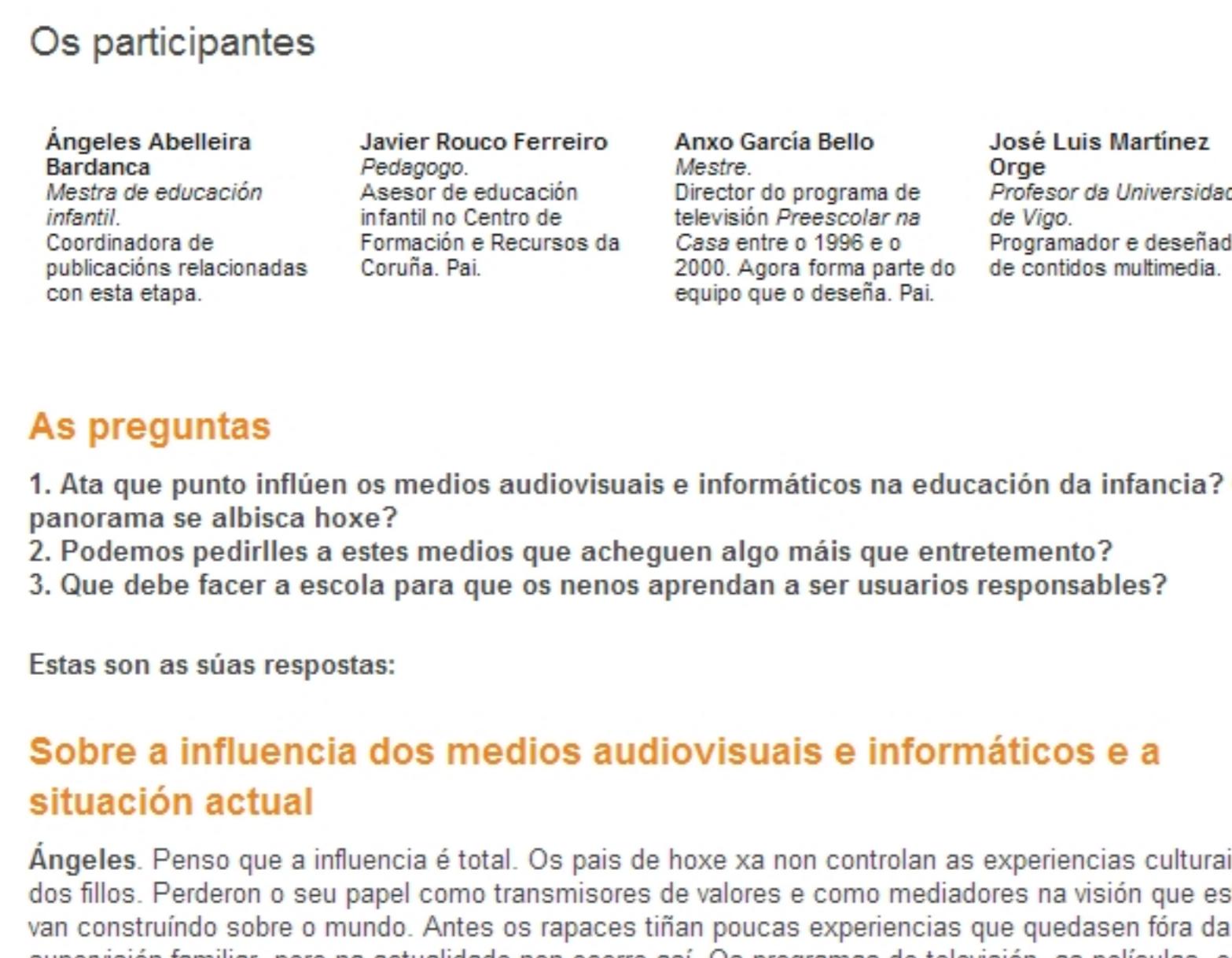




entrevista

Como educar no mundo dixital?

Texto: Gema Borrajo. Foto: Fernando Bellas



Televisión, Internet, videoxogos... Os medios audiovisuais e informáticos trocaron a paisaxe na que medran os nenos e as nenas. Estamos ante unha realidade que suscita entusiasmo nuns e receo noutros. Poden contribuir estes recursos á educación da infancia, ou son un obstáculo? É unha pregunta que se fan acotío os pais e á que o profesorado trata de responder. Para analizar a cuestión abren este debate unha mestra, especialista en educación infantil; un mestre, experto en televisión; un pedagogo e un programador e deseñador de contidos audiovisuais.

Os participantes

Ángeles Abelleira Bardanca
Mestra de educación infantil
Investigadora de publicacións relacionadas con esta etapa.

Javier Rouco Ferreiro
Pedagogo
Asesor de educación infantil no Centro de Formación e Recursos da Coruña. Pai.

Anxo García Bello
Mestre
Director do programa de televisión Prescolar na Coruña entre 1990 e 2000. Agora forma parte do equipo que o deseña. Pai.

José Luis Martínez Orge
Profesor da Universidade de Vigo
Programador e deseñador de contidos multimedia.

As preguntas

1. Ata que punto influen os medios audiovisuais e informáticos na educación da infancia? Que panorama se elixísca hoxe?

2. Podemos pedirles a estes medios que achen que algo más que entretenimento?

3. Que debe facer a escola para que os nenos aprendan a ser usuarios responsables?

Estas son as súas respostas:

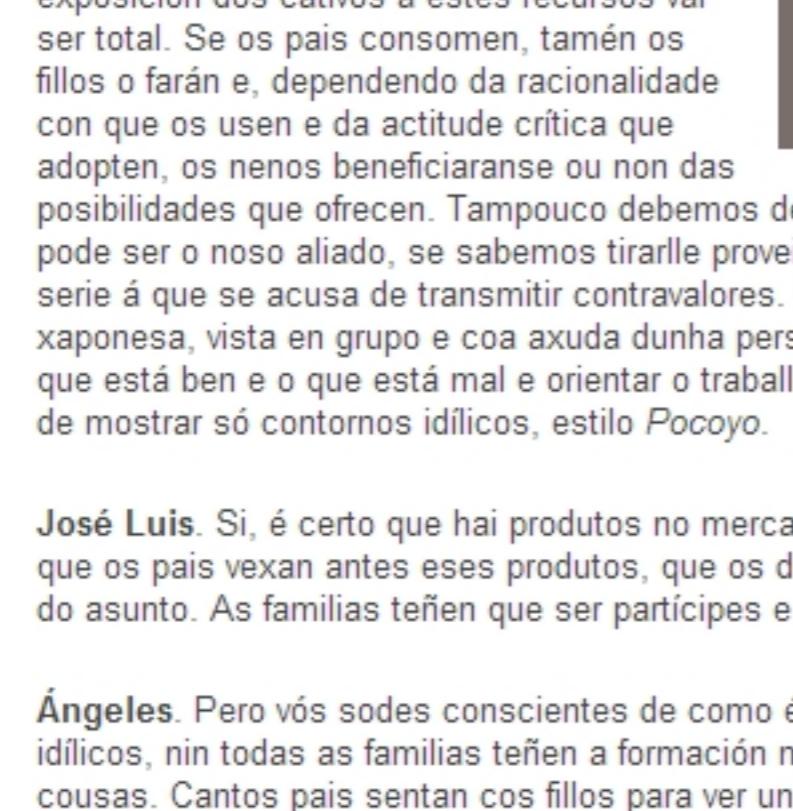
Sobre a influencia dos medios audiovisuais e informáticos e a situación actual

Ángeles. Penso que a influencia é total. Os pais de hoxe xa non controlan as experiencias culturais dos fillos. Perderon o seu papel como transmisores de valores e como mediadores na visión que estes van construindo sobre o mundo. Antes os rapaces tiran poucas experiencias que quedan fósiles de supervisión familiar, pero na actualidade non ocorre así. Os programas de televisión, as películas, os xogos dixitais e a música son dominio privado seu. O gran dilema é se o acceso á cultura infantil comercial únicamente os motiva a se converter en consumidores hedonistas, ou se con isto tamén se dana a súa inocencia.

Javier. É verdade que os rapaces están expostos a situaciones descontextualizadas e illantes. Pero, ainda aceptando que é así, creo que non se deben adoptar posturas polarizadas, senón que debemos ir cara a puntos de vista máis integradores. É dicir, hai que ser conscientes de que os medios de comunicación están suxeitos ás leis do mercado e que influen, sobre todo nas emocións e na adquisición de hábitos, valores e patróns de conducta. Isto debe preocuparnos, pero cómpte ver a situación, non como un problema, senón como unha oportunidade para repensar todo o mundo educativo e as propias relacións sociais.

José Luis. Eu non dubito da influencia que exercen estes medios na nenez. Pero habería que establecer distancias, porque non é o mesmo falar de televisión que de Internet ou de prensa. Nas primeiras idades non se traballa cos xomais, ou trabállasselos moi pouco. En cambio, os pequenos si son grandes consumidores de televisión, e esta, salvo fórmulas tipo concurso, non ofrece contidos cunha clara estrutura de educación. A maior parte dos programas ten como fin cubrir o espanto. Con respecto ao que di Ángeles, o certo é que a familia non se representa na mayoría dos contidos. Sen tamén o estabale antes. Eu de nenio via televisión e moito país non sabían controlar ese medio. De maneira que neste sentido pouco cambiaron as cousas. Polo que atinxo a Internet, habería que facer unha análise máis detallada, xa que este é un campo que os fillos dominan absolutamente e a distancia que os separa dos pais é moiistmo meirande.

Anxo. Eu quería acharer unhas cifras que poden esclarecer o momento no que nos atopamos: un 96% dos nenos entre catro e dez anos ve a televisión, e deles, o 90% ve máis de tres horas diarias. Por utilizar un simill, agora acceden máis á pantalla da televisión que á pantalla da escola. Temos que ser conscientes de que éste é un medio que está na capa ríadade da poboación e, por conseguinte, alcanza os máis pequenos. Conque convén que nos preguntamos que podemos facer para que a nena dunha maneira máis racional e se situen fronte a ela cunha actitude crítica. Non só os nenos, senón tamén os adultos. Por engadir outro punto de vista a este debate, diríxose que existen unha inxente cantidade de producións que non se dirixen a nenos, pero que non son de menor calidade. Pode ser que o seu dubidoso valor, son os que desaparecen máis rápido dos andeis das bibliotecas. E non falo só dos vídeos de contos, senón tamén dos pseudoeducativos, aos que os pais lle atribúen unhas calidades que non teñen. Tanto é así que o propio Consello Audiovisual de Francia os prohibiu. Por conseguinte, penso que estamos ante un panorama no que cómpre reformular moitas cousas.



Ángeles. E iso sucede porque a cualificación do educativo, tranquiliza as conciencias de moitos pais que acaban recorrendo a eles para ter os seus fillos entretidos. Talvez habería que ver quen lle pon a etiqueta de educativo, e se hai algún organismo ou institución que avale o seu produto. Por exemplo, a e, no maior de los casos, son instrucciones non educativas. Pofamlos como exemplo Berni Sésamo. Que ten de educativo que lle digan aos nenos: "poña a galleta grande arriba, agora poña a abaixo". Este é un círculo vernallo... Podemos alegar que se trata dun programa de hai vinte ou trinta anos, pero é que agora ocorre o mesmo con outros moitos que se están emitindo. Polo tanto, penso que comprender o proceso educativo no século XXI require revisar, tanto a pedagogía da educación como a pedagogía cultural. E aquí é onde a escola se xoga o seu papel.

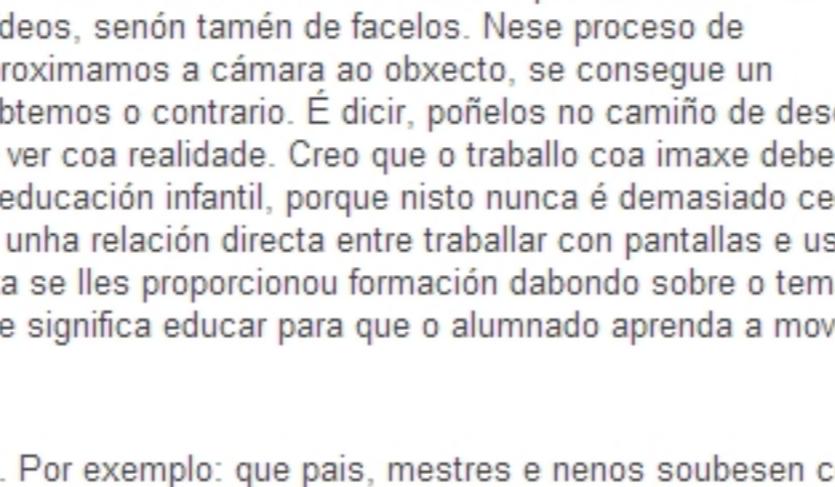
Javier. É evidente que a familia e a escola perden peso e os nenos viven realidades paralelas a través dos medios audiovisuais. Pero tamén hai que recoller que estes teñen potencialidades que se deben aproveitar, como a rapidez e a facilidade coa que nos achen a información.

José Luis. Sen dúbida estamos ante un marco pedagógico diferente, que ofrece novas posibilidades. De aí a necesidade de que o profesorado saiba manexar estes medios e os utilize con fins educativos, ademais de estar moi atento aos intereses da infancia, que hoxe evolucionan coa moita rapidez. Pero tampouco lle devemos atribuir aos medios de comunicación a responsabilidade de formar, xa que esa non é a súa misión, por más que os seus produtos influan nella algúns xeito, ou se poidan aproveitar para iso. Neste sentido hai que ser realistas: unha porcentaxe altísima dos contidos que poñen á nosa disposición, é de entretemento.

Ángeles. Si. É posible que lles esteamos pedindo demasiado. Ao mellor é suficiente con que os materiais sirvan de divertimento, e deberíamos conformarnos con que non transmitan contravalores. En calquera caso, eu insisto en que o acceso infantil a través desta hiperealidade perverte a conciencia que os nenos deberían ter de si mesmos como seres que precisan o acompañamento do adulto.

Javier. Pero, como non imos atopar contravalores nestes medios, se tamén os encontramos nos mesmos libros de texto, un material estritamente educativo deseñado por pedagogos, psicólogos e mestres? En calquera caso e respondendo a José Luis, coido que non se poden establecer uns límites tan ríidos entre educación e ocio, porque nunca é todo entretenimento, nin todo formativo. Máis ben van as duas cousas unidas. Isto si, un producto pode ser educativo ou contraeducativo, xa que os valores e pautas de comportamento están sempre presentes. O que non se pode pedir é o demo e a afia, visto que as productoras están para gañar difeiro.

José Luis. Así é. De feito, cando se crean contidos deste tipo, co equipo técnico sempre hai un grupo de expertos en educación, pero está claro que quen fai a producción a fai para vender. Poderíamos dizer que nas suas conciencias os intereses educativos non teñen por que ser prioritarios. Incluso, ás veces, esa función empregase como reclamo comercial, pero non se pensa se educa máis ou se educa menos. A atención centrátese, case exclusivamente, no share, é dicir, nos índices de audiencia, e na cantidade posible de vendas dun target (obxectivo) determinado. Cómprate ter en conta que quem está detrás desse produto non é a escola, a Administración, ou o sistema público, senón unha empresa privada, que se move nun mercado e que ten que enfrentarse á competencia.



Sobre as posibilidades de que os medios ofrecen algo más que entretenimento e cal debe ser o rol dos adultos

José Luis. En principio, hai que sinalar que a televisión, por referirse a un contorno moi consumido polos máis jóvenes, non pode facer un produto totalmente educativo, posto que non hai interactividade. Podes pedirle a Berni Sésamo que calcute a media de consumo, non teñen esa posibilidade de responder nin de seleccionar, simplemente recibe. Dase que, con esta premisa é imposible facer un bo producto ideado para formar. Todo o que nos prometían hai seis ou oito anos: Internet por televisión, anuncios interactivos... todo quedou en nada. A televisión será todo o dixital que queramos (1080p, Alta Definición), seremos capaces de diferenciar o detalle máis pequeno nas imaxes, pero non deixará de ser un medio pasivo.

Anxo. Pero aí onde entra o papel do intermediario. É dicir, entre a televisión e o rapaz sempre ten que haber alguém, sobre todo nas primeiras idades. Outra cousa é que os adultos, pais e profesores, estamos preparados para facer rendible este medio.

José Luis. Evidentemente. Todos sabemos que hai familias que lle dan ao play e teñen os nenos quietos vinte minutos. E, se o que ven é Pocoyo, están tranquilas, porque consideran que aprenden.

Anxo. Iso ocorre, porque a televisión está ocupando un lugar que non lle corresponde. Cando os pais non sabemos que facer, deixámos que vexan, sen pensar que pode ser danio. E en moitas ocasións, o non saber que facer desemboca en deixar facer, algo que non é recomendable dende ningún punto de vista.

Javier. Nesta relación dos pais cos fillos, deberíamos poñer enriba da mesa outro elemento que non é menor. Refíreme aos modelos que lles transmiten. Algo de suma importancia. Estamos pasando á xeración 3.2, é dicir, mozos e mozas treintenios que pasan a maior parte do seu tempo libre cos medios e establecen relacións interpersonais a través deles. Está claro que nessas casas a exposición dos cativos a estes medios é constante. Se o pai consome, tamén os fillos o farán e, dependendo da racionalidade con que os use, é da adicción crítica que adopten, os nenos beneficiaranse ou non das posibilidades que ofrecen. Tampouco devemos desbotar a idea de que ata o produto máis cuestionable pode ser o seu aliado, se sabemos tirarle proveito. Por exemplo, tense falado moito de Shin Chan, serie á que se acusa de transmitir contravalores. Pero é que, aparte de amosar moita cultura xaponesa, vista en grupo e coa xarda dunha persoa adulta, pode ser moi interesante para discutir o que está ben e o que está mal e orientar o traballo cara a valores positivos. Porque tampouco se trata de mostrar só contornos idílicos, estilo Pocoyo.

José Luis. Si. É certo que hai produtoras no mercado que transmiten contravalores, pero atopalo implicado que os pais vexan antes esos produtos, que os detecten e discutan sobre eles. Eu creo que ese é o nó do asunto. As familias teñen que ser participes e dedicarles tempo a estas cuestións.

Ángeles. Pero vós soñades conscientes de como é vida das pais e das nais de hoxe? Nun hai fogares interactivos. Podes pedirle a Berni Sésamo que calcute a media de consumo, non teñen esa posibilidade de responder nin de seleccionar, simplemente recibe. Dase que, con esta premisa é imposible facer un bo producto ideado para formar. Todo o que nos prometían hai seis ou oito anos: Internet por televisión, anuncios interactivos... todo quedou en nada. A televisión será todo o dixital que queramos (1080p, Alta Definición), seremos capaces de diferenciar o detalle máis pequeno nas imaxes, pero non deixará de ser un medio pasivo.

Anxo. É evidente que se necesita unha formación axiada a que os pais sepan que precisán

os alumnos. Tammén os mestres e os pais. Vímos nun continuo paradozo, cada vez

temos unha televisión máis simple apoiada na grande mentira da audiencia. Por que digo que é unha grande mentira? En Galicia hai arredor de 300 auditómetros, é dicir, 300 fogares que se

supón que representan a diversidade da poboación. E non é así, porque no medio rural, por exemplo, non hai praticamente ningún. A televisión asentouse con fe na trindade electrónica: información, opinión e

diversión. Pero hoxe en dia a diversión ensombrece as enormes posibilidades do medio no ámbito educativo. Ademais, por se iso non abundase, a televisión xa non é que nos diga que debemos pensar sobre un determinado asunto, senón que tamén trae de imposición o que debemos pensar. Con todo, hai un asomo de esperanza, porque calquera programa ten certa accesibilidade.

Javier. Pero é que non hai alternativas. Non as hai no medio urbano polo rural, onde cada vez hai menos cativos,

chegando a ser case unha especie en extinción.

José Luis. Eu estou de acordo con moitas das cousas que di Anxo. O que non comparto é a idea de que non ha alternativas, cando entrego máis agora que hai vinte anos, e tanto no rural como no urbano. Hoxe os pequenos poden elixir entre a televisión, os videoxogos, produtos de electrónica,

etc. Non se trata de que non haxan alternativas, senón de que non haxan alternativas que vayan a ser viables.

Anxo. Non me refiro a que non haxan alternativas, como a que levan a cabo. Non levo a cabo.

José Luis. Nese sentido é así. De feito, penso que a falta de tempo é o que obriga a derivar estas responsabilidades cara á escola. Pero tamén creio que os pais de agora están máis concienciados, ou polo menos máis informados e máis preparados para presentarles os seus opcoes variadas. É certo que a cosa está máis polarizada que antes. É dicir, hai familias que non teñen nenhuna idea, mentres outras, máis, saben o que deben facer. De igual maneira que existen diferenzas entre o alumnado urbano e o que procede do rural. En calquera caso, eu recoméndolleis que falen o máis posible cos pais e que eviten caer en infantilismos, que o único que fan é poñerle freo ao seu desenvolvemento.

Sobre as posibilidades de que os medios ofrecen algo más que entretenimento e cal debe ser o rol dos adultos

José Luis. En principio, hai que sinalar que a televisión, por referirse a un contorno moi consumido

polos máis jóvenes, non pode facer un produto totalmente educativo, posto que non hai

interactividade. Podes pedirle a Berni Sésamo que calcute a media de consumo, non teñen esa

posibilidade de responder nin de seleccionar, simplemente recibe. Dase que, con esta premisa é

imposible facer un bo producto ideado para formar. Todo o que nos prometían hai seis ou oito anos:

Internet por televisión, anuncios interactivos... todo quedou en nada. A televisión será todo o dixital

que queramos (1080p, Alta Definición), seremos capaces de diferenciar o detalle máis pequeno nas

imaxes, pero non deixará de ser un medio pasivo.

Anxo. Pero engadiremos unha serie de consellos. Por exemplo: que pais, mestres e nenos soubense como

deberíase aportar para obter o contrario. É dicir, poñélos no camiño de descubrir

os trucos e os efectos que pouco teñen que ver coa realidade. Creo que o traballo coa imaxe debe

estar presente nos contidos do currículo de educación infantil, porque nisto non é demasiado cedo.

Comí que quería non todos vale e non existe unha relación directa entre traballar con pantallas e usar

metodoloxías innovadoras. Aos profesores xa se les proporcionou formación dábondo sobre o tema,

agora hai que transformar a educación, o que significa educar para que o alumnado aprenda a moverse

con autonomía polo mundo dixital.

Javier. Si, na escola debemos ter sempre á man cámaras de video e de fotos, móbil, etc. Na

convén darles a oportunidade, no só de consumir videos, sen tamén de facelos. Nese proceso de

elaboración poden apercebirse de que a realidade que observan representa unha realidade, pero non é a realidade, senón

a súa imaxe. Por exemplo, pedímos que diante de nena unha vela tenha unha foto desa vela. A

continuación, que a apague. Lixamente, o pequeno soprára a vela, non a foto. Esto acto

instintivo debe