

El encuentro de educación y comunicación ante los nuevos medios

The meeting of education and communication to new media

Autor
Javier Gil Quintana

Universidad Nacional de Educación a Distancia
<http://orcid.org/0000-0003-0326-2535>

RESUMEN

El surgimiento de los nuevos medios sociales ha posibilitado la participación de la ciudadanía en la sociedad red, contribuyendo al desarrollo de un modelo comunicativo horizontal y bidireccional. Esta nueva realidad ha despertado el interés en el ámbito educativo por este modelo, valorando su importancia y su relación con el desarrollo de una pedagogía más interactiva y participativa dentro de los espacios educativos analógicos y digitales. Este encuentro de la educación y la comunicación ofrece la posibilidad de potenciar un perfil de alumnado que se convierta en EMEREC, un sujeto que actúa como emisor y receptor alternadamente, desarrollando sus propias capacidades y adquiriendo las destrezas de la narrativa digital, que le permitirá contribuir como medio de comunicación a la construcción del conocimiento colectivo. El fomento en las prácticas educativas de un pensamiento crítico posibilitará que el alumnado, en esta sociedad presente encaminada hacia el futuro, pueda desenvolverse en los nuevos espacios de comunicación defendiendo sus criterios con respeto y en base a un modelo dialógico.

PALABRAS CLAVE

Educación sobre medios de comunicación, proceso de interacción educativa, comunicación interactiva, comunicación interpersonal, medios sociales, alfabetización informacional.

ABSTRACT

The emergence of the new social media has made possible the participation of the citizen in the social network society by contributing to the development of a horizontal- bidirectional communicative model. This reality has sparked interest in the field of education through this specific model, valuing its importance and relationship with the development of a more interactive and participatory pedagogy within the educational spaces using both analog and digital concepts. This fusion of education and communication offers the possibility of boosting and crafting a profile for the students to become EMEREC, a subject that acts as an emitter and receiver alternately, developing its own capacities and acquiring the skills of the digital storytelling, which will enable it to contribute as a means of communication in the construction of the collective knowledge. The development and concrete formation in the educational practices of a critical thinking will make it possible for the students in this current society to focus more toward a brighter future, one that can take place in the new spaces of communication defending their criteria with respect and on the basis of a dialogic model.

KEYWORDS

Media education, Educational interaction process, interactive communication, Interpersonal communication, social media, information literacy.

1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia, el ser humano ha tenido necesidad de comunicarse. Los hallazgos arqueológicos sobre los primeros homínidos demuestran la intencionalidad de los mismos, no sólo por comunicarse con sus semejantes en un lenguaje de sonidos y signos primarios, sino también por «dejar huella» en diferentes espacios e instrumentos de su vida cotidiana. La imagen se establece por tanto, como el medio preferido para transmitir, desde el Paleolítico, nuestra existencia o la concepción que tenemos de ella; llegando por su desarrollo, a la creación cuasi perfecta de una realidad creíble y análoga a la verdadera. En la actualidad, la comunicación humana se ha servido y se sirve de los nuevos medios que nos apoyan, sin duda alguna, a la transmisión del mensaje en diferentes formatos entre los que destacan el elemento audiovisual; Aparici y García Matilla (2008) indican que «las imágenes son contextuales e históricas y permiten comprender procesos sociales, políticos, económicos y artísticos. Cada época se caracteriza por el predominio de una forma representacional, con técnicas e instrumentos específicos de cada periodo» (Aparici y García Matilla, 2008:20). Como podemos comprobar, el ser humano es un ser en comunicación: origen, proceso y resultado de la misma; nuestra ocupación, la inactividad, los sonidos, los gestos y el mismo silencio influyen en el mensaje que pretendemos transmitir a los demás y repercute de forma positiva o negativa en el entorno que nos rodea. Y es que, como señala Freire (1970), «como seres transformadores y creadores que los hombres, en sus relaciones permanentes con la realidad, producen, no solamente los bienes materiales, las cosas sensibles, los objetos, sino también las instituciones sociales, sus ideas, sus concepciones» (Freire, 1970:115)

El origen latino de comunicación «comunicare», cuyo significado es «poner en común» (Flores de Gortari y Orozco, 1998:24), en la sociedad actual se ve com-

plementado con los medios de comunicación social utilizados por el ser humano para enriquecer o eclipsar la dimensión comunicativa. Estos espacios fundan su acción como palabra oral o escrita, sobre la imagen, los signos, e incluso los gestos, ofreciendo una gran riqueza para poder comunicarnos con los demás y construir colectivamente el conocimiento. La gran repercusión que está teniendo el modelo comunicativo desarrollado por estos sistemas, organizados desde una perspectiva política y de mercados, está demandando una nueva alfabetización en la ciudadanía como receptora de estos mensajes y como víctima de prácticas educativas conductistas y un modelo comunicativo vertical y jerárquico. Se demanda por tanto, un sistema educativo que tenga como objetivo principal «la capacitación para transformar la información en conocimiento y hacer del conocimiento un elemento de colaboración y transformación de la sociedad» (Gutiérrez Martín, 2003:7).

La participación en un nuevo modelo pedagógico y comunicativo abierto a la horizontalidad y a la ciudadanía democrática por social media, dará paso a un tipo de usuarias y usuarios más innovadores. A través de los distintos medios, nos enfrentamos ante un mundo digital, formando parte de él y siendo parte activa en su construcción. Este reto que nos presenta la «Sociedad Red» (Castells, 2008) implica una acción concreta que debe contribuir al desarrollo de nuevos planteamientos educativos y canales participativos de comunicación, donde consideremos al alumnado como protagonista de esta participación, posibilitando el desarrollo de un modelo comunicativo horizontal y bidireccional y un nuevo planteamiento pedagógico que abarque «tantos los lenguajes y los medios clásicos de difusión de la cultura (el lenguaje oral-escrito y el libro) como los nuevos lenguajes y medios tecnológicos (los lenguajes multimedia, internet y las nuevas tecnologías)» (Fueyo, 2003: 67).

2. LA PROBLEMÁTICA DE LA COMUNICACIÓN TRADICIONAL

Cualquier proceso de alfabetización nos proyecta, dentro de las prácticas educativas, a la noción de comunicación. Las corrientes de pensamiento relacionadas con la comunicación han sido puestas de manifiesto a través de un enorme campo discursivo desde el siglo XX. En palabras de Craig (1999), podemos observar cómo «las diferentes tradiciones de la teoría de la comunicación ofrecen distintos caminos para conceptualizar y discutir las prácticas y problemas comunicativos» (Craig, 1999:120). Sobre este concepto se han realizado diversos estudios en el ámbito pedagógico; pero la comunicación se ha quedado, en algunos casos, en mero concepto que es estudiado desde los ámbitos educativos formales como el proceso en que el interviene un emisor y un receptor para intercambiarse un mensaje, por medio de un código, a través de un canal. Los que miran el proceso comunicativo desde esta perspectiva, piensan que comunicar es, ante todo, enviar un mensaje, que, desde una fuente de información se dirige hacia un receptor. Este planteamiento recoge que el mensaje llegará de una manera u otra dependiendo, en gran medida, de la vía de comunicación o canal por el que se proyecta. Así, cuando entre dos personas se establece una comunicación, lo que sucede es que uno de los sujetos (fuente) envía a otro sujeto (receptor), un mensaje a través de un canal (palabras, escrito, gestos, imagen, etc.). Es evidente que, para que se establezca una buena transmisión se deberá usar un código de señales que la persona pueda decodificar, procurando que en el ambiente no se den demasiadas interferencias para una buena recepción. Como consecuencia de esta acción como mera transmisión de información, en palabras de Aparici y García Matilla (2008), «si el emisor utiliza términos incomprensibles para el receptor hay un ruido que se interpone entre emisor y receptor y que dificulta la comprensión del mensaje» (Aparici y García Matilla, 2008: 51).

Los que contemplan la comunicación más como un «encuentro» entre personas que como un intercambio de información, piensan que encontrarse verdaderamente con otro es algo más misterioso y menos exacto que lo indicado hasta ahora, rompiendo el modelo comunicativo tradicional entre el docente y discente. En su opinión, en cada mensaje que lanzamos estamos presentes con nuestro propio «yo» en su totalidad y es, ésta transmisión, la que nos representa. Destacamos por tanto que lo más importante no es que tú entiendas lo que el «otro» te indica, sino que tengas capacidad empática, teniendo presente sus sentimientos y su vida personal. El «tú y yo» presente en un mundo lleno de muchos pequeños y grandes mensajes, afronta la gran dificultad que entraña los diversos filtros que nos envuelven, nos disfrazan y no nos dejan aparecer de forma transparente ante las personas participantes en el proceso de comunicación. El caballo de batalla de este paradigma no está en que nuestros mensajes estén bien formulados o en que encuentren el canal adecuado, sino en que entre el «tú y yo» se logre que todas las capas de prejuicios, defensa o medios que enmascaran lo que somos, sirvan para expresarnos más que para ocultarnos, llegando al ideal de la educación.

Las consideraciones de diferentes autores (Shannon, 1948; Fotheringham, 1966; Fiske, 1984; Kaplún, 1998; Wolton, 2006; Aparici y García Matilla, 2008) sobre el concepto de comunicación tradicional, nos dirigen hacia cuatro principios que engloban este campo de estudio y nos ayudan a entenderlo mejor: la transmisión, el influjo, los significados y la integración. Estos principios serán la base para establecer la ruptura y entender el nuevo modelo comunicativo horizontal y bidireccional defendido por corrientes como la educomunicación. Romero (2014) afirma que «ya sea para instrucciones de trabajo, ilustrar un procedimiento, adjuntar una documentación, etc., cada vez es más frecuente utilizar los medios electrónicos como instrumento de transmisión» (Rome-

ro, 2014: 9); la comunicación se presenta así como «proceso de transmisión de información, ideas, emociones, etc., donde se deja la puerta abierta al control y la manipulación. Por medio del uso de signos: palabras, dibujos, imágenes, figuras, gráficos...» (Fiske, 1984: 112). Wales, cofundador de Wikipedia, en una entrevista realizada por Abad en el periódico El País el 5 de mayo de 2015, señalaba que «los gobiernos entienden que ya no se puede controlar el flujo de información»; el mismo autor señalaba que «lo máximo que pueden hacer es mandar una señal. [...] ahora todo lo que pueden hacer es evitar que hablen demasiado» (ibid, 2015: 1).

Chomsky y Ramonet (1995) ya en el siglo pasado, en su obra *Cómo nos venden la moto* planteaban como, a partir de estos medios de comunicación, podemos descubrir el tipo de sociedad y de democracia en que vivimos. El poder siempre ha controlado los medios y los ha convertido, sin duda alguna, en máquinas de fabricar el consenso ciudadano y domesticar la opinión pública a través de la transmisión de mensajes de forma continuada. El modelo comunicativo sobre el que reflexionan estos pensadores, se basa en lo puramente transmisivo, utilizado por los mass media convencionales como estrategias para asentar el poder establecido. Kaplún (1998) profundiza en este principio como un primer modelo de comunicación en base a una perspectiva más tradicional, señalando la acción de comunicar como acto de informar, de transmitir, de emitir; «en la medida en que sigamos asumiendo el clásico rol de emisores, de poseedores de la verdad que dictamos esa verdad a los que `no saben´ [...] continuaremos tributarios de una comunicación autoritaria, vertical, unidireccional (Kaplún, 1998: 26).

El pedagogo y crítico norteamericano Postman en su obra *Divertirse hasta morir* (2001) se inspiró en una construcción del ficticio mundo feliz para forjar su apocalíptica visión crítica sobre los mass media y denun-

ciar el espectáculo social provocado desde su aparición como modelos transmisivos. El autor recriminaba a la sociedad una falta de concienciación sobre la tecnología como parte influyente en ámbitos del pensamiento ideológico. La recreación de la cultura, para este crítico, se materializa desde estos medios como si de una parodia se tratase, llegando a la amenaza para su propia existencia. Y es que como apuntaba el mismo autor, lo que apenaba a los individuos de *Un mundo feliz* no era que se estuvieran riendo en lugar de razonar, sino que desconocían de qué se estaban riendo y de por qué habían dejado de pensar. Apoyándonos en Shannon (1948) podemos entender esta comunicación, no sólo desde una perspectiva transmisiva como vimos anteriormente, sino también como influjo en el pensamiento, atendiendo a aquello, por medio de lo cual, una mente humana afecta a otra incidiendo poder sobre ella, teniendo presente sus predisposiciones proyectadas «a través de la exposición selectiva, la percepción selectiva y la memorización selectiva, y elige aquellos contenidos y formatos que en mayor medida coinciden con sus actitudes previas, intereses y motivaciones» (De Miguel, 2006: 244).

La comunicación se presenta también por tanto como todo proceso por medio del cual una mente humana afecta a otra o ejerce poder sobre ella. A la idea citada anteriormente de transmisión se añade este elemento de influjo hacia los demás, para que adopten la conducta que se les propone dentro de este «ecosistema de medios» (Scolari, 2015), donde «se puede mentir mucho diciendo la verdad» (Ayen, 2015). Esta realidad rompe con los esquemas tradicionales, al enfrentarse el sujeto a la infoxicación reinante en nuestra sociedad digital donde se presentan realidades en que «la gente no sabe qué hacer con la información. No tienen un principio organizador» (Postman, 2004: 6). Se hace imprescindible «crear una ecología de la información para limpiarla, para que se respete la verdad, para mejorar la calidad informativa y así mejorar la calidad de la de-

mocracia» (Ramonet, 2010: 12) sobre todo desde el ámbito de la educación.

En el seno de este tipo de sociedad, la acción comunicativa no sólo posibilita y establece la comunicación intersubjetiva, sino que desempeña una importante función al compartir cada individuo sus propios significados, lo que podemos denominar socialización, como un proceso y un modo para insertarse, integrarse y reconocerse en una sociedad determinada desde una respectiva tradición cultural, unos grupos sociales y unas normas comunitarias y de identidad. En palabras de Zaroni (2008), «cientos de usuarios producen sus propios contenidos y los suben para compartirlos con el resto de la comunidad. De esta manera, surgieron nuevas celebridades sin necesidad de tener presencia en los grandes medios de comunicación» (Zaroni, 2008: 34). Podemos afirmar que esta nueva concepción pasa por el reconocimiento de una ciudadanía que no considera necesario compartir un espacio común para poder abrir nuevos canales comunicativos. La comunicación, desde este planteamiento, toma una definición más solidaria, entendiéndose como el proceso que hace común a dos o más lo que hasta ahora estaba en posesión de uno o de muy pocos, presentando «una comunidad política (que) es tal si se constituye en comunidad de comunicación» (Valderrama, 2010: 285). Fotheringham (1967) apuesta por ese modelo más participativo, entendiendo el proceso en relación a lo «que hace común a dos o más lo que hasta ahora era monopolio de uno o de muy pocos» (Fotheringham, 1967: 23). Según esta afirmación, se define como buena comunicación la que hace que un receptor sea capaz de percibir un significado igual o parecido al del comunicante, teniendo presente que «ningún medio adquiere su significado o existencia sólo, sino exclusivamente en interacción constante con otros medios» (McLuhan, 1964: 43). En Kaplún (1998) en su obra *Pedagogía de la Comunicación* refleja claramente como este criterio corresponde a la interacción, la colaboración que debe llegar al paso siguiente

de integración a través de una construcción social conjunta, al establecer una demanda por parte de la ciudadanía reclamando «su derecho a la participación. Y, por tanto a la comunicación» (Kaplún, 1998: 63).

3. EL DESPERTAR DE LA COMUNICACIÓN EN LA EDUCACIÓN

Revière a principios del siglo XXI en *El Malentendido*, nos invitaba a recorrer este itinerario sobre el alcance social, económico y político de la relación entre identidad social e industrias comunicativas. En medio de esta red comercial, los contenidos de los mass media ven transformados sus posibilidades creativas en un conglomerado de consignas, más o menos evidentes, que inciden en cada persona y, desde este sentido, radica el malentendido. La información que ha pasado por el tamiz del mercado, medios y partidos políticos no es tal, sino desinformación y propaganda en una sociedad unívoca, reduccionista y claramente engañosa, que adultera la democracia e impone permanentemente un esquema comunicativo desde una perspectiva política.

Teniendo presente esta «socialización» vendida a través de este contexto mediático, podríamos entender la comunicación atendiendo a esa capacidad de compartir unas normas conjuntas para realizar acciones comunes que lleven al desarrollo unificado de objetivos en una especie de intercambio desigual. Kaplún (1998) explica este cambio comunicativo en la actualidad al hacer uso de los medios de difusión social, produciéndose «una reducción de la comunicación humana a favor de la información y la difusión; esto es, de todas las formas modernas de imposición de los transmisores sobre los receptores, a las que continuamos llamando erróneamente comunicación de masas» (Kaplún, 1998: 61). Esta integración podemos contemplarla por tanto, desde una perspectiva más social, planteamientos que se han visto actualmente potencializados gracias al desarrollo de la Web 2.0 y el

software social. El empoderamiento social a través de los mismos medios se ha hecho realidad, dando un nuevo estilo a la comunicación y otorgando un papel protagonista a la ciudadanía, equiparable al cambio que trajo consigo la imprenta. La única diferencia se puede consolidar en que «los efectos de la imprenta al principio solo fueron experimentados por las élites intelectuales y tardaron al menos cuatro siglos en llegar a las capas profundas de la sociedad (Scolari, 2015: 31). Como consecuencia, se ha abierto camino a compartir el poder, otorgando a la ciudadanía la posibilidad de opinar, jerarquizar, clasificar y generar audiencias detrás de todas las posibilidades que forman, en su conjunto, la Web 2.0 y las redes sociales.

La proliferación de estos nuevos escenarios digitales que permiten a la ciudadanía «adueñarse» de los nuevos medios ha provocado el descenso de consumo de medios de comunicación tradicionales. El 23 de septiembre de 2014 el periódico *La Vanguardia* se hacía eco de una noticia sobre uno de los mass media que aún tiene importancia en nuestros días: la televisión. Bajo el titular: El consumo de televisión de los jóvenes se desmorona en dos años, la noticia versaba sobre este hábito social que se está perdiendo entre este sector; el motivo del descendimiento es el consumo de otro tipo de canales de Internet en dispositivos móviles, «para los jóvenes lo esencial de su relación con la tecnología es la posibilidad de un mundo de relaciones y vínculos permanentes» (Quiroz, 2010: 191). El abismo diferencial en el ámbito comunicativo que ofrece la televisión e Internet va desapareciendo abriendo paso a un estilo de comunicación interactiva, que «modifica la relación usuario-medio y aumenta la interactividad, que, como ya ha quedado puesto de manifiesto, es otro de los conceptos clave del panorama mediático en la actualidad» (Gutiérrez Martín, 2013: 90). Esta relación comunicativa entre el medio y las personas se ha ido desarrollando, superando diferentes niveles de interactividad

hacia una participación más crítica y creativa. El desarrollo de los mass media proyectado hacia social media ha permitido la creación de un mensaje propio, relacionado con las posibilidades y limitaciones intrínsecas del contexto. De forma paralela a los condicionantes del desarrollo tecnológico de este tipo de medios, el tratamiento de la realidad está determinado por el determinismo social en que desarrolla la información: valores, intereses y el gran detonante ideológico, que sustentan los responsables de los diferentes órganos de comunicación. Esta civilización de la dominación ideológica de los mass media puede ser combatida culturalmente desde la educación a través de la apropiación de los nuevos escenarios digitales, teniendo como objetivo la generación de una revolución cultural, tecnológica y participativa. Esta creación colectiva en este tipo de medios otorga un verdadero protagonismo a la cultura participativa (Jenkins, 2009) posibilitando el diálogo entre sus miembros y abriendo un hueco a la esperanza del cambio, vaticinado por los pioneros de la educomunicación.

Un ejemplo de este tipo de prácticas educativas en relación con una comunicación social y una pedagogía participativa, se había dado en Europa a comienzos del siglo XX con la aplicación de las prácticas de Freinet (1896-1966). Este maestro francés utilizó a través de la imprenta, el texto libre como medio de comunicación por la práctica de la escritura en el ámbito escolar. El texto libre, en palabras del pedagogo, «ha de ser escrito cuando se tiene algo que decir» (Freinet, 1973: 16), prevaleciendo la dimensión dinámica y funcional del lenguaje escrito. En la escuela de Freinet se impulsaba al alumnado a ser escritor que se expresa libremente: elige tema, el soporte material de trabajo, instrumentos gráficos, longitud del texto, periodicidad, ritmo de producción, etc., valorando su capacidad espontánea y defendiendo sus criterios con una absoluta libertad. Este planteamiento choca con los métodos de enseñanza tradicionales, al no estar relacionados con las necesidades

que tiene el alumnado ni con la demanda social y estar planificados para un entorno escolar que «tiene sus fines, sus modos de vida y de trabajo, su moral y sus leyes, diferentes de los fines, de los modos de vida y de trabajo del medio no escolar» (Freinet, 1979: 37). Referido a este tipo de prácticas que fomentan la libertad de creación Lessig (2012) en su libro *Por una cultura libre* describe la labor de Daley y Barish, educadoras en escuelas de barrios empobrecidos. Por medio de una propuesta de creación digital, estas maestras fomentaron en el alumnado una alfabetización mediática o para los medios de base, consiguiendo el desarrollo de la atención a través de la creación y edición de videos sobre sus vidas, las historias que ellos mismos querían compartir con sus semejantes. El mismo Lessig (2012) presenta otra experiencia similar usando el remix en el aprendizaje, concretamente en la universidad de Houston; a través del proyecto Digital Storytelling, se ha producido «un extraordinario repertorio de videos históricos, creados por los estudiantes que investigan esmeradamente sus narraciones, y seleccionan de archivos de imágenes y sonidos la combinación que mejor expresa el argumento que desean plantear en su video» (Lessig, 2012: 115).

Una educación realista en contacto con la existencia natural (Luzuriaga, 1986), que debe enfrentarse a la tradición libresca, manifestar confianza en la naturaleza humana y considerar el potencial de la ciudadanía, desde la infancia, como constructores de una sociedad más justa. Este nuevo planteamiento posibilita la creación en libertad, reconociendo las nuevas posibilidades de «representar, recitar y apropiarse de elementos de historias preexistentes [...] una parte valiosa y orgánica del proceso de alfabetización cultural de los niños» (Jenkins, 2008: 186). Al igual que el alumnado del maestro francés, las nuevas generaciones se convierten en sujetos participantes en la acción comunicativa y esa participación aporta su parte de construcción en la cultura de la remezcla; éstos, incluso «apren-

den más sobre la forma de expresión que re-mezclan que si se limitaran a construir directamente esa expresión» (Lessig, 2012: 115). En esta perspectiva, se han posibilitado nuevas formas de aprender y, sobre todo, de comunicarse por parte de las nuevas generaciones que «son desarrolladas gracias a su condición de ciudadanos de un contexto de sabios digitales [...] convirtiendo la narrativa digital en el medio que ellos utilizan para aprender y comunicarse.

Esta cultura de la remezcla era una utopía en el siglo pasado, pero la defensa de la expresión libre en múltiples formatos mediáticos era considerada de vital importancia por pensadores de la época. Para Vallet (1977) gracias a los mass media, el ser humano no dispone solamente de palabras para expresarse con sus semejantes, como hemos apreciado con el texto libre, sino también de sonidos e imágenes. Para este autor, en medios como televisión y cine encontrábamos algún centenar de especialistas que sabían manejar este lenguaje, frente a millones de receptores que percibían los mensajes, sin saber, en la mayoría de los casos, leerlos y expresarse por el mismo medio. La relación comunicativa entre emisor y receptor se debilita desde el momento mismo en el que el receptor desconoce en gran medida los procedimientos de descodificación del mensaje, dificultando la comunicación horizontal que, como señala Freire (1970), «tiende a imponer a ellos su palabra transformándola, así, en una palabra falsa, de carácter dominador» (Freire, 1970: 152). Los lazos que unen el lenguaje de los sonidos, las imágenes y las palabras han llegado a ser estrechos y constantes, manifestándose no como tres lenguajes diferentes y contrarrestados, sino como un sólo lenguaje total (Vallet, 1977). Se plantea de nuevo la necesidad de cambiar la escuela y la universidad, agentes socializadores, para que en ella se eduque a estudiantes aprovechando todas sus capacidades y la alfabetización en este lenguaje total. Esto hace de su propia pedagogía una antecesora de los sistemas actuales que buscan ofrecer un entrenamien-

to de las capacidades sensoriales: olfativas, auditivas, visuales, cinésicas y gustativas. Estos componentes deben ser considerados con el mismo nivel de importancia, pero interrelacionados y entrelazados para constituir el lenguaje total. Basándonos en la atención a las instituciones, a partir de la metodología del lenguaje total, se crea un proceso educativo-comunicativo centrado en la labor de las facilitadoras y facilitadores. Por consiguiente, puede afirmarse que este modelo de Vallet (1977) promueve el diálogo activo y participativo de las personas participantes en el proceso, favoreciendo una comunicación íntegra y no lineal para un aprendizaje más libre.

Esta acción educativa y comunicativa debe ser, por tanto, una acción cultural por la liberación, que prepare a la ciudadanía para actuar en el contexto histórico en el que viven, tomando conciencia de las situaciones injustas de las que son testigos y apostando por el cambio de las mismas. No debemos educar para que los estudiantes sean meros depósitos de información, sino participantes desde la potencialización del lenguaje total hacia una educación para la vida, buscando el desarrollo potencial del conocimiento activo, auténtico y dinámico. Esta alfabetización concientizadora sólo puede entenderse desde el carácter político de la educación y su estructura social que divide a las personas educandas en oprimidas y opresoras, porque alfabetizar supone que el alfabetizado supera la conciencia intransitiva y logra desarrollar una conciencia crítica liberándose de la cultura impuesta por opresión. El papel de las educadoras y educadores como los ejemplos vistos anteriormente, debe pasar a ser simplemente de colaboración, dejando que el propio alumnado, como miembro de la ciudadanía, sea protagonista de los nuevos escenarios educativos y comunicativos.

El desarrollo de esta acción pedagógica en el planteamiento de Freire (1970) se encamina hacia el cambio del mundo desde esta perspectiva. La transformación requiere de

un grito de esperanza, considerada como una necesidad ontológica, un instrumento que evita toda tendencia a la desesperanza, que nos lleva a convertirnos en personas inertes, conducidas al fatalismo, avanzando hacia lo inédito viable, entendido por Freire (1970) como el sueño imposible y utópico. En este contexto desesperanzador, el papel de los medios en nuestra sociedad se ha revestido, a lo largo de la historia reciente, con un carácter educativo. Los diferentes espacios «eran instrumentos para canalizar a la gente a ver una combinación de contenidos en lugar de otra; los medios buscaban «mantener su audiencia variando la combinación de contenidos para evitar que el `espectador´ cambiara a otro canal» (Lessig, 2012: 76). El modelo transmisivo, utilizado por las empresas dirigentes de estos medios, ha logrado que se haya manipulado a la sociedad a través de sus emociones por medio de un modelo conductista en la transmisión de conocimientos. Sarlo (2001) señalaba que la televisión, como mass media, hablaba como los televidentes y nosotras o nosotros hablábamos como la televisión, por lo que, de acuerdo con esto, se puede decir que los nuevos medios digitales crean las mismas habilidades de interacción. Desde los contextos educativos, se hace imprescindible fomentar el juicio crítico hacia estos medios, como han defendido los impulsores de la educación para los medios a lo largo del presente siglo, pero aún perdura el modelo de transmisión de conocimientos de la enseñanza tradicional, ahogando la creatividad y la construcción del conocimiento crítico dentro de los muros de las aulas, alejados muchas veces de los nuevos escenarios comunicativos, e impulsando un modelo que «se tambalea ahora cuando el profesor ya no tiene la autoridad de poseedor y controlador de la información; cuando en los medios, en Internet y en la nueva televisión, se plantea una relación, más horizontal, entre los usuarios» (Gutiérrez Martín, 2013: 99)

En este cambio educativo, es fundamental el papel del profesorado, que debe ser di-

rigido hacia un modelo más democrático y una comunicación más interpersonal; su labor debe encaminarse a la función de facilitador de los procesos de aprendizaje del alumnado, rompiendo con los esquemas bancarios, transmisores y unidireccionales, denunciados por Freire (2002). Partiendo de esto, basará su actuación en los intereses del alumnado en confrontación con el mundo en el que viven, fomentando el empoderamiento del mismo, haciéndose «necesaria una prealimentación, un conocimiento lo más profundo posible del educando y una apertura continua a escucharlo por parte del docente a lo largo del proceso educativo» (Kaplún, 2006: 54). En esta perspectiva se hace necesaria la incorporación, no sólo de dispositivos digitales en los espacios de educación formal, sino también el estudio de social media. Si estos nuevos espacios de interacción son incorporados por el profesorado en los planes de estudio, pueden abrir un abanico de posibilidades para poder cambiar el modelo, compartir conocimiento y construirlo de forma colectiva a nivel social. Si consideramos el aprendizaje como un producto social y la reflexión que se construye de forma compartida parte de este proceso, el inicio de un camino a través de los medios sociales, contribuirá a la creación de canales de expresión y diálogo entre los creadores de un proceso educativo determinado. Ser usuarias y usuarios de los medios sociales comporta ventajas para extender los espacios de socialización, abriendo nuevos horizontes por el contacto de las personas y grupos.

Por ese motivo, el papel del profesorado consiste en ejercer como facilitadoras y facilitadores abiertos al cambio del proceso comunicativo en la educación, generando nuevas expectativas y motivaciones. Como advirtió Cartier (1992) en los inicios del surgimiento tecnológico, como nuevos sujetos actores tienen una obligación mayor y es la de implementar la interactividad que exige a la ciudadanía para poder crear conocimientos innovadores y ser especialistas en comunicación ajustado a los patrones inte-

ractivos, creando espacios de interlocución.

4. INSISTIENDO EN LA PROPUESTA: EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN.

El análisis efectuado hasta ahora ha permitido apreciar las transformaciones que se están registrando en materia de comunicación, que abarcan las estructuras económicas, políticas y culturales de la sociedad y que deben tener una clara repercusión en la educación. Bauman (2006), sociólogo y pensador polaco, ha denominado este tiempo que vivimos como «modernidad líquida» en el que desconocemos qué pasará mañana, caracterizado por su volatilidad, cambio instantáneo, y ésta tiene como consecuencia la sensación de inseguridad total. Tiempo de movilidad, incertidumbre y relatividad de valores, destacan frente a la anterior etapa «sólida» donde la seguridad en los contenidos concretos y en los valores estables definían la sociedad. Esta cultura es un fluido de producción de conocimiento en constante transformación, que choca con la estabilidad e inalterabilidad de lo sólido, característico de la producción cultural del pasado siglo. Los nuevos medios han provocado el surgimiento, dentro de la cultura líquida, de una generación de creadores en colaboración que están cambiando el ocio, las comunicaciones personales, el trabajo, el aprendizaje, etc. Se vive una experiencia líquida diferenciada de la cultura sólida, que demanda innovadores enfoques y modelos de alfabetización ante los nuevos códigos y formas comunicativas, convirtiendo a los individuos en transformadores de información en conocimiento (Gutiérrez Martín, 2003; Snyder, 2004; Monereo, 2005; Tyner, 2008; Merchant, 2009; Leahy y Dolan, 2010). Porque «sin alfabetización no podrá existir desarrollo social armonioso en la sociedad del siglo XXI. Sin población culta –es decir, que posea una cultura sólida– no habrá una sociedad líquida que

sea democrática e inteligente» (Área y Pessoa, 2012: 7)

Los nuevos medios que nos ha proporcionado la tecnología, han posibilitado que hombre vuelva a la originaria aldea global (McLuhan, 1990), recobrando la voz y mostrando el rostro de los que permanecían sin voz. De esta forma el ser humano vive en la paradoja de disfrutar de lo natural (ver, oír, saber, comunicarse) a través de lo artificial (tecnología). Como señala Silva (2005) en la actualidad el emisor «ofrece un abanico de elementos y posibilidades de manipulación al receptor; [...] un mundo abierto, modificable» (Silva, 2005: 17). Las distintas corrientes de pensamiento potencializadas por el estudio de autoras y autores anteriormente citados, ofrecen la posibilidad de cambiar la realidad y convertir a cada persona en un «medio de comunicación» (Aparici, 2010: 19) interactivo. En esta línea de pensamiento, «la audiencia ha tomado los papeles de editorial, emisor de radio o televisión, editor, creador de contenido (escritor, fotógrafo, videógrafo, caricaturista), comentarista, documentador, administrador del conocimiento (bibliotecario), periodista y anunciante (comprador y vendedor)» (Bowman y Willis, 2007: 40). Comunicativamente, esta realidad nos obliga a potenciar en el ámbito educativo el desarrollo de un alumnado EMEREC (Cloutier, 1973), «sujeto comunicante, dotado de potencialidades para actuar alternadamente como emisor y receptor de otros emires poseedores de iguales posibilidades; facultando, pues, no sólo para recepcionar, sino también para autogenerar y emitir sus propios mensajes» (Kaplún, 1992: 23). Este modelo hace resurgir los principios de la Revolución Copernicana de la educación, estableciendo al alumnado como protagonista del proceso educativo y comunicativo, como origen y fin de la comunicación gracias al desarrollo de los nuevos medios y su aplicación al aula.

La Web 2.0 ha modificado las reglas de la comunicación interactiva permitiendo que Internet contribuya a fomentar la participa-

ción de la ciudadanía en la construcción del conocimiento colectivo dentro de un modelo más horizontal y bidireccional. Una participación basada en la libertad de expresión, un derecho humano fundamental señalado en el artículo 19º de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948, y que han recogido algunas de las constituciones de los sistemas democráticos. La opinión de los miembros de esta sociedad constituye una alternativa a las fuentes fundamentales de poder, dominación y cambio social. La opinión pública afecta a los estamentos de poder creando una reputación en las redes sociales que, de una manera u otra, descubre los secretos más ocultos o comparte las verdades más demostrables de nuestra persona. La forma en que la ciudadanía piensa determina el destino de diferentes normas y valores sobre los que se asienta la sociedad y presiona hacia el cambio de la misma. Esta repercusión social de la opinión pública es una realidad en la Sociedad Red (Castells, 2010) donde «las relaciones que constituyen los fundamentos de toda sociedad, además de los procesos que desafían las relaciones de poder institucionalizadas, se determinan y deciden cada vez más en el campo de la comunicación» (Castells, 2008: 2). Este tipo de comunicación proporciona el intercambio multimodal de mensajes interactivos desde cualquier parte de forma sincrónica o asincrónica. Con estas nuevas formas para comunicarse, las usuarias y usuarios construyen su propio sistema social media como alternativo a los mass media, utilizando un lenguaje digital y posibilitando la interacción global de la ciudadanía. Desde esta perspectiva, el papel de la educación cobra una importancia fundamental, al tener la obligación de educar al alumnado en el aspecto mediático de la nueva cultura digital, desarrollando en él las actitudes que le permitan manejar los diferentes lenguajes y producir, de forma justa y atendiendo a la verdad, sus mensajes y aportaciones que formen parte de esta inteligencia colectiva que se puede potenciar desde el software social.

Con Wellman (2001) abarcamos otro aspecto característico a tener presente en este ámbito educativo y comunicativo que es la comprensión de estos entornos como espacio relacionales. En este sentido entendemos que «las comunidades son redes de lazos interpersonales que proporcionan sociabilidad, apoyo, información, un sentimiento de pertenencia y una identidad social» (Wellman, 2001: 1). A través de esta red se producen interconexiones pero con una identidad, un fin común que proporciona una interactividad más activa y más funcional, avivando un sentimiento de pertenencia a la misma. Las comunidades tradicionales han dado paso a otro tipo de comunidades que han pasado de ser «comunidades espaciales» a ser «comunidades redes». Estas interconexiones estabilizadas en la práctica, construyen las «comunidades virtuales» donde se juntan el lugar físico o ciberlugar entendido, como señala Gabelas (2010): «un territorio para los riesgos, donde las incertidumbres, la violación de la confianza y los engaños son factores reales» (Gabelas, 2010: 24). Estos escenarios digitales resultan imprescindibles que sean utilizados como espacios educativos y entornos de formación. Las nuevas comunidades virtuales que se están potenciando desde las instituciones educativas, como son los cursos masivos, abiertos y online (MOOC), son un ejemplo de estos grupos, aunque aún tienen que tener un mayor arraigo para que pasen de ser comunidades virtuales de aprendizaje a comunidades de práctica, teniendo su praxis educativa, una repercusión en la capa social.

Estos hechos dan prueba contundente de las posibilidades de los nuevos medios para consolidar «multitudes inteligentes» y recabar información, publicar diferentes mensajes en distintos formatos, crear y convocar movilizaciones a nivel internacional. Para Rheingold (2004) «nos hallamos ante un nuevo medio de organización social, cultural y política, que instaura un nuevo régimen tecnosocial» (Rheingold, 2004: 14) provocado por el uso de «artilugios inteligentes

de intercomunicación» (ibid, 2004), que se encuentran actualmente en un periodo de gestación pero que están provocando la próxima revolución social de la historia. Estas «multitudes inteligentes» están surgiendo no desde las cúpulas institucionales, sino desde las prácticas periféricas de los aficionados, que deciden cambiar sus modos de juntarse, de trabajar, de «comprar, vender, gobernar y crear» (Rheingold, 2004: 19). En este sentido, dentro de esta realidad, el software social está transformando las instituciones y la práctica de la comunicación y la educación. La opinión pública es ahora mucho más libre gracias a la democratización tecnológica, llegando incluso las ciudadanas y ciudadanos a actuar como auténticos periodistas, configurándose así el ya famoso y bien conocido término de «periodismo ciudadano», entendido por Holguín (2009) como «reportería hecha en las calles por gente común y corriente que publica sus noticias en blogs personales o que alimenta canales de noticias tradicionales con fotos y videos» (Holguín, 2009: 22). Esta posibilidad de participación, este periodismo ciudadano, debe acercarse también a los entornos educativos, fomentando el desarrollo de las competencias que permitan al alumnado manifestarse en un «lenguaje total» y poder construir una información alternativa a la que los medios tradicionales de comunicación quieren insertar en nuestro pensamiento.

En este contexto diferentes sectores utilizan estas estrategias para congregarse a grupos que atentan, debido a una manipulación emocional, contra la dignidad de la persona y su ser social. Los medios que controlan lo que se difunde a escala planetaria, ocultan la verdad defendiendo sus propios intereses antes que la veracidad de la información transmitida. Como podemos comprobar, a medida que el mundo virtual se expande, nos encontramos con el aumento de este control y espionaje por parte de los grupos de poder, que intentan establecer sus criterios y evitar la pérdida de equilibrio de un sistema que beneficia a las grandes empre-

sas y sistemas capitalistas. En palabras de Castells (2009), «los medios de comunicación son las redes esenciales, ya que ellos, organizados en oligopolios globales y sus redes de distribución, son la fuente principal de los mensajes y las imágenes que llegan a las redes de las personas» (Castells, 2009: 54). En este sentido reactualizamos las palabras de McLuhan (1981), «nadie sabe todavía el lenguaje que corresponde a la nueva cultura tecnológica; somos sordomudos y ciegos por lo que se refiere a la nueva situación» (McLuhan, 1981: 256). Esta «discapacidad sensorial» puede verse equilibrada gracias a un desarrollo emocional óptimo en el ámbito educativo. El fomento de un pensamiento crítico y del desarrollo de una capacidad cognitiva capaz de enfrentarse a cualquier circunstancia puede posibilitar que el alumnado, en la sociedad presente y futura, pueda desenvolverse en los nuevos espacios de comunicación y establecer sus criterios con autonomía, respeto y, sobre todo, interactuando desde un modelo dialógico.

Como hemos podido comprobar la relación entre comunicación y educación es clara y necesaria. La educación no puede existir sin la comunicación y viceversa, especialmente porque los más jóvenes se comunican y se educan a cualquier hora y en diferentes escenarios digitales y analógicos. Las diferentes corrientes pedagógicas y de la comunicación deben responder a esta cuestión y promover en los diferentes espacios educativos visiones más amplias, críticas y reflexivas. La labor como facilitadoras y facilitadores es la de trazar este recorrido tan complejo con una mirada en la democracia social y un espíritu de aprendizaje e innovación que nos acerque a la realidad para poder modificarla, re-crearla, etc., para poder vivirla en plenitud.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] Abad Liñán, J.M. (2015). Los gobiernos entienden que ya no se puede controlar el flujo de información. Periódico

co El País. Disponible en: <http://goo.gl/O5WlqD>

- [2] Aparici, R. y García, A. (2008). *Lectura de imágenes en la era digital*. Madrid: Ediciones la Torre.
- [3] Aparici, R. (2010). *Conectados en el ciberespacio*. Madrid: UNED.
- [4] Área, M. y Pessoa, T. (2012). De lo sólido a lo líquido: Las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0. *Revista científica sobre Educación y Comunicación: Comunicar*. Disponible en: <http://goo.gl/0K4Sa2>
- [5] Ayen, X. (2015). Umberto ECO: "Se puede mentir mucho diciendo la verdad". *La Vanguardia*. Disponible en: <http://goo.gl/MWXvO7>
- [6] Bauman, Z. (2006). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- [7] Bowman, S. y Willis, C. (2003). *Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información*. USA: The Media Center.
- [8] Cartier, M. (1992). *Un Nuevo Modelo de Acceso al Conocimiento*. En Silvio, J. (Comp.). *Calidad, Tecnología y Globalización en la Educación Superior Latinoamericana*. Caracas: Ediciones CRE-SALC-UNESCO.
- [9] Castells, M. (2001). *La galaxia de Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona: Areté.
- [10] Castells, M. (2008). *Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red*. Disponible en: <http://goo.gl/hLiwL>
- [12] Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- [13] Chomsky, N. y Ramonet, I. (1996). *Cómo nos venden la moto*. Barcelona: Icaria.
- [14] Cloutier, J. (1973). *La communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self-Media*. Canada: Les Presses de l'Université de Montréal.
- [15] Craig, R. T. (1999). *Communication theory as a field*. *Communication Theory*, Nº 9 (2), 119-161.
- [16] De Miguel Pascual, R. (2006). *Fun-*

- damentos de la comunicación humana. Alicante: Editorial Club Universitario.
- [17] Fiske, J. (1984). *Introduction to Communication Studies*. London: Methune.
 - Fotheringham, W. C. (1967). *Perspectivas sobre la Persuasión*. Allyn and Boston: Bacon.
 - [18] Flores de Gortari .S. y Orozco Gutiérrez, E. (1998). *Hacia una comunicación administrativa integral* (pp.24-369). México: Trillas.
 - [19] Freinet, C. (1973). *El texto libre*. Barcelona: Laila.
 - [20] Freinet, C. (1979). *Los métodos naturales I. El aprendizaje de la lengua*. Barcelona: Fontanella.
 - [21] Freire, P. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Madrid: Siglo XXI de España. Editores S.A.
 - [22] Freire, P. (1993). *Pedagogía de la esperanza*. Madrid: Siglo XXI de España. Editores S.A.
 - [23] Freire, P. (2002). *La educación como práctica de la libertad*. Madrid: Siglo XXI.
 - [24] Fueyo, A. (2003). *Alfabetización audiovisual: una respuesta crítica a la pedagogía cultural de los medios*. Disponible en: <http://goo.gl/rVcvtZ>
 - [25] Gabelas Barroso, J.A. (2010). *Escenarios virtuales, cultura juvenil y educación 2.0*. En Aparici: *Educomunicación más allá del 2.0*. Barcelona: Gedisa.
 - [26] Gutiérrez, A. (2003). *Alfabetización digital. Algo más que ratones y teclas*. Barcelona: Gedisa.
 - [27] Gutiérrez, A. (2013). *Televidentes en-red-dados: Educación mediática para el usuario interactivo*. En Orozco: *Tvmorfosis. Colección Tendencias*. México: Universidad de Guadalajara.
 - [28] Holguin Jaramillo, C. (2009). *El futuro del periodismo, la aldea global*. Revista Arcadia, 43. Bogotá: Publicaciones Semana S.A.
 - [29] Jenkins, H. (2008). *La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
 - [30] Jenkins, H. (2009). *Fans, blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración*. Barcelona: Paidós.
 - [31] Kaplún, M. (1998). *Una pedagogía de la comunicación*. Madrid: Ediciones de la Torre.
 - [32] Leahy, D. y Dolan, D. (2010). *Digital Literacy: A Vital Competence for 2010?* N. en Reynolds and M. Turcsányi-Szabó (Eds.). *Key Competencies in the Knowledge Society*. IFIP AICT 324, pp.210-221 Berlín: Springer. Disponible en: <http://goo.gl/DOAGky>
 - [33] Lessig, L. (2012). *Remix. Cultura de la remezcla y derecho de autor en el entorno digital*. Barcelona: Icaria.
 - [34] Luzuriaga, L. (1986). *Historia de la educación y la pedagogía*. Buenos Aires: Losada.
 - [35] McLuhan, M. (1981). *Cinco dedos soberanos impiden la respiración*. En Carpenter, E. y McLuhan, M.: *El Aula sin muros*. Barcelona: Cultura Popular.
 - [36] McLuhan, M. (1990). *La aldea global*. Barcelona: Gedisa.
 - [37] McLuhan, M. (1964). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
 - [38] Merchant, G. (2009). *Web 2.0, New Literacies, and the Idea of Learning through Participation* English Teaching: *Practique and Critique*, 8, 107-122. Hershey, PA: IGI Global.
 - [39] Monereo, C. (2005). *Internet y competencias básicas. Aprender a colaborar, a comunicarse, a participar, a aprender*. Barcelona: Graó.
 - [40] Postman, N. (2001). *Divertirse hasta morir: el discurso público en la era del show bu*. Barcelona: Editorial la Tempestad.
 - [41] Quiroz Velasco, M.T. (2010). *Educación en otros tiempos. El valor de la comunicación*. En Aparici: *Educomunicación más allá del 2.0*. Barcelona: Gedisa.
 - [42] Ramonet. I. (2010). *Una reflexión sobre los medios y la democracia*. Blog Rebelión. Disponible en: <http://goo.gl/v0QmVk>
 - [43] Rheingold, H. (2004). *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social*.

- Barcelona: Gedisa.
- [44] Romero García, C.A. (2014). Transmisión de información por medios convencionales e informáticos. Málaga: IC Editorial.
 - [45] Sarlo, B. (2001). Scenes from Post-modernnlife. Minneapolis: University of Minnesota Press.
 - [46] Scolari , C. A. (2015). Ecología de medios. Barcelona: Gedisa.
 - [47] Shannon, C. (1948). Una teoría matemática de la comunicación. Bell System Technical Journal: U.S.A.
 - [48] Silva, M. (2005). Educación interactiva. Enseñanza y aprendizaje presencial y on-line. Barcelona: Gedisa.
 - [49] Snyder, I. (2004). Alfabetismos digitales. Comunicación, Innovación y educación en la era electrónica. Málaga: Aljibe.
 - [50] Tyner, K. (2008). Audiencias, intertextualidad y nueva alfabetización en medios. Revista Científica de Comunicación y Educación: Comunicar. Disponible en: <http://goo.gl/MnfrVk>
 - [51] Valderrama, C.E. (2010). Ciudadanía y formación ciudadana en la sociedad de la información. Una aproximación desde la comunicación-educación. En Aparici: Educomunicación más allá del 2.0. Barcelona: Gedisa.
 - [52] Vallet, A. (1977). El lenguaje total. Zaragoza: Luis Vives.
 - [53] Wellman, B. (2001). Physical Place and Cyberplace: the rise os networked individualism. International Journal od Urban and Regional research, 1.
 - [54] Wolton, D. (2006). Salvemos la comunicación. Barcelona: Gedisa.
 - [55] Zanoni, L. (2008). El imperio digital. El nuevo paradigma de la comunicación 2.0. Buenos Aires: Ediciones B Argentina.

CURRICULUM VITAE

Javier Gil Quintana es Doctor en Educación por la UNED; Graduado en Magisterio por la Universidad de Valladolid; Máster en Tecnologías Digitales y Sociedad del Conocimiento y Máster en Comunicación y Educación en la Red por la UNED; experto en análisis de medios, producción digital y software libre (UNED). Ha colaborado con centros de formación del profesorado de Castilla y León en el ámbito de la integración de los nuevos medios en las aulas y en la incorporación de metodologías activas en las prácticas educativas. Su trabajo como director y docente se ha centrado en el Colegio Rural Agrupado "Entre dos ríos" (Segovia) y en el Centro de Educación Infantil y Primaria "Villalpando" (Segovia) desarrollando proyectos de Educomunicación en las aulas de Educación Infantil y Primaria, recibiendo distintos reconocimientos autonómicos al trabajo realizado.

Actualmente colabora como profesor en la facultad de Educación de la UNED (Madrid) y forma parte del equipo docente de los MOOC del Proyecto Europeo ECO (UNED). Su labor investigadora se centra en los nuevos espacios formativos MOOC, presentando diferentes comunicaciones en congresos y artículos en diversas revistas de impacto. A través de su labor docente universitaria en la UNED contribuye a la potencialización del empoderamiento del alumnado en estos espacios, apoyando la creación de sMOOC desde ECO, apostando por la innovación educativa a través de los MOOC, liderando a un grupo de alumnos del Máster Redes Sociales y Aprendizaje Digital, una serie de cursos que apuestan por el cambio educativo.