

DOI: <https://doi.org/10.29105/gmjmx21.40-523>

Reseñas de libros

GIL QUINTANA, Javier (2023). *Educación y Comunicación en una Sociedad Posdigital. Investigación Documental y Análisis de Perspectivas*. Octaedro

Carlota Casal

Universidad Nacional de Educación a Distancia, España

 <https://orcid.org/0009-0005-8332-9526>Email: carlota.casal@gmail.com

Manuel Fernández-Galiano

Universidad Nacional de Educación a Distancia, España

 <https://orcid.org/0000-0002-9923-8750>Email: manuel.fergaliano@gmail.com

La irrupción de las tecnologías digitales en el siglo XX supuso mucho más que una nueva manera de comunicarse, pues causó una ruptura con todo lo que existía previamente y creó una nueva sociedad digital que ya ha sido superada. Actualmente nos encontramos en la sociedad postdigital, en la que los retos no son comprender cómo funcionan los dispositivos o recursos tecnológicos, sino en ser capaces de educar e investigar en este contexto. Sobre ello reflexiona Javier Gil Quintana en su nueva obra *Educación y comunicación en una sociedad postdigital. Investigación documental y análisis de perspectivas*.

Incluso aquellos familiarizados con la línea de investigación de este autor se sentirán

sorprendidos con los objetivos planteados en este texto, pues ampliarán su conocimiento preexistente sobre qué es aprender y enseñar en este contexto. Para ello, el investigador revisa con ojo crítico documentación preexistente sobre el tema y establece siete categorías vinculadas con la educomunicación que se analizarán de manera pormenorizada en los capítulos que componen la obra.

Se destaca la importancia de establecer dinámicas comunicativas bidireccionales y pedagogías interactivas en el aula. Las mismas que se dan entre el individuo y la sociedad, gracias a las tecnologías digitales. Profesorado y alumnado han de convertirse en *emirecs*, emisores y receptores de

Gil Quintana, Javier (2023). Educación y Comunicación en una Sociedad Posdigital. Octaedro

información, con el objetivo de fomentar el pensamiento crítico. Un alumnado que sea capaz de discernir la información verdadera de las llamadas *fake news*. La educomunicación, tema vertebral de este libro, tiene su origen, entre otros factores, en la primera emisión televisiva en 1926 por parte de su creador, Braid. Este hito cambió la historia del mundo y dio lugar, en los años 70, a un movimiento que sería definido como *media literacy*. Este fue revisado por diferentes autores y organismos como la Unesco o el CICT. Su importancia es tal que en la nueva *Ley Orgánica 3/2020 del 29 de diciembre de Educación (LOMLOE)* se recalca su importancia en la Educación Primaria y en la Educación Secundaria. Además, el INTEF ha reconocido la relevancia de la capacitación tecnológica para los docentes definiendo un *Marco Común de Competencia Digital Docente* y es frecuente observar cómo docentes de diferentes materias comparten sus materiales a través de redes sociales.

Postdigital no refiere una vida más allá de lo digital, sino a la oportunidad de explorar las consecuencias de esta nueva sociedad en nuestro día a día. El autor destaca cómo la relación entre diferentes actores como personas, el aprendizaje, los contextos, las infraestructuras tecnológicas y las entidades no humanas justifican la importancia dada a los *likes*, a los *selfies* o que, en muchos casos, prima lo que sucede en la pantalla a aquello que pasa en la vida real. Así, la ciudadanía ha de cambiar el modelo participativo para lograr que la construcción del conocimiento compartido sea horizontal, en lugar de venir de las clases dominantes o los grupos de poder.

Hemos de convertirnos en lo que Toffler llama *prosumers*, productores y consumidores de información, que se define de diferente manera dependiendo de su presencia e interacción en la red. Este término está estrechamente relacionado con el de *influencer*, que está vinculado con los fines comerciales, ya que sacan rédito de su actividad que interesa a las empresas.

Por supuesto, se profundiza en la idea de imagen como realidad, pero también como constructo para adaptarse al medio. La imagen puede tener una dimensión des-educadora, pero su uso es positivo y ha de introducirse en contextos educativos ya que permite comunicarse y transformar la sociedad. El cine, las series, la televisión y la publicidad permiten a los individuos relacionarse, creando una sociedad más globalizada. Aunque no hayan sido creadas para emplearse en entornos educativos, podemos sacar enseñanzas de ellas si formamos a consumidoras y consumidores en discernir aquellos rasgos que pueden perpetuar estereotipos sexistas. Además, la actitud crítica les ayudará a detectar cuándo están siendo tratados como consumidores y a no sucumbir a las imágenes retocadas, en muchas ocasiones por *influencers*, para ocultar sus defectos.

Este tema culmina en una reflexión sobre las redes sociales que, aunque tienen poder para cambiar la sociedad a través de la construcción de vínculos, en muchos casos causan recelo, puesto que pueden ser manipuladas a favor de las clases dominantes. Se pone en manifiesto la necesidad de que las personas como consumidoras sean conscientes de que en ellas

Gil Quintana, Javier (2023). Educación y Comunicación en una Sociedad Posdigital. Octaedro

puede encontrarse información inventada, imágenes manipuladas, sensacionalismo, mentiras o situaciones de riesgo para determinadas edades. Así, la actitud crítica ayudará a los prosumidores a explotar el potencial de las redes como agente de cambio.

Un nuevo contexto como el descrito, necesita nuevas estrategias para captar la atención de la ciudadanía. Por ello, el autor recalca la relevancia de la gamificación, que otorga un componente lúdico a la educación. Pedagogos como Montessori o Decroly hicieron aportaciones que iniciaron una revolución en el proceso de enseñanza y aprendizaje a través de metodologías activas que buscaban potenciar las actitudes de los discentes. La gamificación también es empleada por marcas como *Nike* o *Volkswagen* para fidelizar a su clientela. Además, existen aplicaciones sencillas como *Kahoot* o *Quizlet* que permiten gamificar el aprendizaje en el aula. Incluso, propone actividades como *scaperooms* que permiten gamificar el mundo real y son muestra de que la gamificación no es únicamente digital.

Otra estrategia interesante son los sMOOC y tMOOC que parten de los MOOC, cursos gratuitos que democratizan la educación y que versan sobre cualquier rama del conocimiento. Estos permiten a personas de cualquier parte del

mundo superar el *e-learning* tradicional gracias a la cultura de la participación. Si bien es cierto que son sumamente positivos, existen ciertas dificultades como las tasas de deserción o la necesidad de cierto manejo técnico para poder hacer uso de ellos.

Por último, el autor abre una ventana al futuro a lo que puede suceder con la educación y la comunicación en este contexto. Así, la educomunicación ha de buscar una posición contraria a las tendencias empleadas por los *influencers*, comprendiendo que el alumnado ha de ser el foco y que los docentes han de adaptarse a sus intereses, construyendo un proceso de enseñanza y aprendizaje relevante, activo y que los empodere.

Los activistas educomunitarios serán vitales para lograr el cambio social necesario que pasa por la formación de la actitud crítica y la creación de una cultura libre en la que la sociedad esté implicada. Este proceso tendrá lugar en un contexto hiperdigitalizado en el que la educación tiene grandes retos y, por ello, es necesario que todos los agentes implicados, como *influencers de aprendizaje*, trabajen para crear un entorno en el que no sea la sociedad la que esté al servicio de la tecnología, sino que sea la primera la que maneje a la segunda para satisfacer sus necesidades y crear espacios para todas y todos.