

GLOBALIZACIÓN Y MEDIOS EN LAS NNTT.

Una perspectiva crítica y práctica para el aula.

José Antonio Gabelas (Grupo Spectus)

jgabelas@uoc.edu

www.spectus.net

Nuestra experiencia como grupo procede del trabajo con los medios en estas dos últimas décadas. Con la irrupción de las todavía mal llamadas nuevas tecnologías observamos que aunque la tecnología ha cambiado existen una serie de factores contextuales de recepción y difusión que permanecen y que son comunes. Del mismo modo que existen otros elementos claramente diferenciadores en sus contenidos y finalidad.

Consideramos que el boom que supuso la aparición del vídeo en los años ochenta, con los noventa se repetiría con la informática y a finales de esta década ocurriría con internet. Sin embargo ¿cambia algo en la escuela? ¿o seguimos trabajando con el libro de texto como altar del saber cuando los alumnos/as y sociedad circula a velocidades de vértigo por las autopistas de la información? ¿Ha cambiado en algo en rol del docente, los contenidos del currículo, la organización de los centros y lo que es más importante: la comunicación entre profesores y alumnos, más bien tendríamos que decir entre estudiantes, pues todos lo somos?

También pensamos que los viejos errores que ya se exhibieron con los medios audiovisuales se están repitiendo con las nuevas tecnologías. Sólo interesa aprender la técnica y la integración de estos medios en el aula sólo se concibe desde una teoría instrumentalista y pragmática. En nuestra opinión, la tecnología es ideología y como tal hay que plantearla. Un por qué y un para qué debieran presidir los programas de formación, las programaciones, los diseños curriculares con los medios y las TIC. Este planteamiento supone replantear la figura del docente, de sociedad, de escuela y de tipo de comunicación.

Nuestro trabajo sobre **Globalización y Comunicación**¹ recoge una serie de experiencias realizadas en estos últimos cinco años alrededor de las TIC, que podríamos sintetizar alrededor de los siguientes ejes, que bien podríamos denominar mitos:

1. Con las TIC cambiamos el modelo de la educación a distancia.

La Educación a Distancia ha pasado por tres etapas. En primer lugar fue el documento impreso, con la publicación de materiales escritos que se intercambiaban. Luego vino la etapa llamada analógica, con la incorporación del vídeo, radio, TV abierta y por cable. Por último llegó lo digital, caracterizado básicamente en la videoconferencia, las redes y la

¹ Artículo aparecido en el portal www.uoc.edu el 24 de enero del 2002

creación de las aulas virtuales. Hoy tenemos una educación a distancia que integra las tres etapas pero con la tendencia a repetir con las TIC lo que siempre se ha hecho sin ellas. Transmitir y transmitir información, de un modo unidireccional. Se nos antoja pensar que esto ocurre en gran medida porque la jerarquía de las estructuras de mando, gestión y organización chocan con la horizontalidad de la comunicación y su coaprendizaje. Lo importante sigue siendo el sistema educativo, sus contenidos, los saberes y sus portadores (los docentes), los resultados académicos, en vez de los alumnos. El saber no está en un centro cerrado llamado libro o aula, tiene muchos accesos y precisa de la participación de todos para llegar a las redes del conocimiento. César Coll ²define esta tendencia afirmando que se está generando la idea de que la introducción de las nuevas tecnologías va a comportar un cambio metodológico, de una manera casi mágica y pregunta si ese optimismo es sólido, o se queda a menudo en lo potencial, en lo posible, antes que en lo real.

2. Con las TIC se facilita la comunicación entre todos.

De los seis mil millones de habitantes que pueblan el planeta, más de dos mil no tienen acceso a las redes. El alto costo de las comunicaciones virtuales dificulta la igualdad de oportunidades. No en balde, el perfil del internauta está dibujado como varón, blanco, de clase media. A este problema económico tenemos que añadir lo ya dicho sobre el empleo reduccionista de la comunicación. Cuando la escuela incorpora las TIC ¿qué tipo de comunicación está proponiendo, qué tipo de educación plantea y para quién? Que nunca tantos han sido comunicados por tan pocos. Recogemos y hacemos nuestras las palabras de E.Galdeano, cuando afirma que "estamos ante un mundo sin alma; no hay pueblos, sino mercados; ciudadanos, sino consumidores; naciones sino empresas; relaciones humanas, sino competencias mercantiles". Si la comunicación se reduce a tecnología y mercado estamos convirtiendo nuestras relaciones en puro intercambio comercial, alimentado la triste espiral del que más tiene más invierte para tener más. Las grandes empresas venden a los que tienen, los que carecen de poder adquisitivo, sencillamente no existen. Ya lo afirma con un amplio registro de eufemismos N.Negroponete en su obra Digital Men: o eres digital o no existes. El costo social ya lo conocemos, grandes partidas presupuestarias que deberían emplearse en proyectos de educación o sanidad, se destinan a compras de materiales informáticos que sólo sacan provecho unos pocos, o que se apolillan en los almacenes o estanterías de los centros porque no hay nadie que los gestione con una visión de desarrollo comunitario.

3. Con las TIC se afirma que todos estamos más informados.

² César Coll, catedrático de la Universidad de Barcelona, presenta en el II Seminario de Primavera sobre Internet organizado por la Fundación Santillana, su ponencia Interacción y construcción del conocimiento.

Vivimos en la sociedad del exceso de la información. Es difícil seleccionar, discernir lo necesario de lo superfluo; lo importante de lo accesorio. Falta tiempo y criterios. Se habla mucho de la telebasura pero poco de la información basura, esa que está al alcance de muchos, pero que no sirve para nada. Mientras el ciudadano usuario se mueve entre la basura informativa del exceso y las sobras, los productores y propietarios de los medios y sus estructuras manejan información selectiva. Ellos conocen e identifican a los consumidores en sus gustos y consumos. Un servidor de internet o el uso de la tarjeta electrónica permite conocer las necesidades y preferencias. Los lugares, las horas, productos y establecimientos de consumo. Se emplean sistemas de información muy sofisticados que controlan y vigilan. Se publicó la semana del 16 al 22 de Abril del 2001 en el New York Times, un anuncio original que mostraba la fotografía de un teléfono móvil y un eslogan que podríamos traducir como "Ahora equipado con llamada a tres. Tú, la persona con quien hablas y el gobierno" Resulta ser un anuncio de una campaña publicitaria auspiciada por la Unión Americana para las Libertades Civiles. Cada mensaje que enviamos por correo electrónico, cada palabra que escribamos en un chat o que digamos en un móvil, cada operación o transacción que realicemos con la tarjeta, están almacenados en el ordenador de una empresa.

El exceso de información se debe en gran parte porque la tecnología permite localizarse y distribuir desde cualquier parte, lo esencial para producir contenido en Internet es tener información y conocimiento, lo que se traduce –como explica detalladamente M.Castell³–en personas con esa información y ese conocimiento, que están sobre todo concentradas en los grandes centros culturales y grandes áreas metropolitanas del mundo. Con toda la información en la Red, pero no con el conocimiento que se necesita para lo que se quiere hacer. Se trata de saber dónde está la información, cómo buscarla, cómo procesarla, cómo transformarla en conocimiento específico y útil. Se trata de la capacidad de aprender a aprender, que tanto se pregona desde los púlpitos ministeriales, pero que la diaria realidad manifiesta lo contrario. Sin accesos, sin infraestructura, sin mentalización, sin preparación es imposible.

4. Las TIC y los mitos de la interactividad, la participación y la libertad de expresión.

Con los MCM (Medios de comunicación de masas) se construyó el simulacro de la realidad. Liderados por la TV, creemos lo que vemos. Sólo existe lo que sale por la tele y repiten el resto de los medios. Con las TIC se ha impuesto el simulacro de la participación, de la interactividad, de la igualdad.. Se confunde interactividad con interacción. Lo primero implica una participación activa de todos los participantes con una máquina, la interacción sería el proceso que se produce entre seres humanos.

³ M.Castell. Lección inaugural del programa del Doctorado sobre Sociedad de la Información y el Conocimiento para la UOC. Barcelona 2000.

Cuando operamos con una máquina sólo podemos seguir el itinerario diseñado previamente por el programador del producto. Como señala R.Aparici en la ponencia citada, no hay forzosamente una correspondencia entre el grado de interactividad de un dispositivo técnico y el nivel de democratización del medio.

En estos últimos años la tele abandona su epicentro como medio que modela la opinión pública , a favor de las redes. La industria del marketing integra los modelos de representación tradicionales en los nuevos medios. La relación entre los tradicionales MCM y las TIC es un tema muy poco estudiado, olvidando que unos medios no desplazan a otros, sino que aprovechan sus sinergias. La fascinación que ejercen las todavía llamadas Nuevas Tecnologías cubre un deseo muy humano, que poco ha cambiado con el paso de los años. Ser joven. Modernidad, nuevas solidaridades, libertad de acceso y desplazamientos, igualdad... son rasgos que aparecen en todos los anuncios . “Delante del ordenador todos somos iguales”, sería el eslogan de esta macrocampaña muy bien orquestada por las grandes empresas tecnológicas y entidades financieras.

Internet se ha convertido en el corazón que articula el resto de los medios. Tal y como apunta M.Castells⁴, la Red es el sistema operativo que permite interactuar y canalizar la información de qué pasa, dónde pasa, qué podemos ver, qué no podemos ver y ser, por tanto, el sistema interactivo del conjunto del sistema multimedia. Como ilustración de lo dicho podemos ver la sala de redacción del Chicago Tribune, totalmente integrada en Internet en la que los periodistas procesan información en tiempo real y de ahí sale hacia éste y otros periódicos en Estados Unidos, una serie de cadenas de radios y varias estaciones de televisión. ¿Cuál es el cambio? Esa información llega y se procesa en tiempo real. Un medio de comunicación masivo, continuo e interactivo que permite el acceso de sus usuarios. La escuela debiera recoger este testigo y responder a lo que la actualidad le demanda.

Para desarrollar estos postulados hemos realizado una batería de actividades agrupadas en los seis capítulos que recoge nuestro material:

- La representación de los medios y las TIC
- Información y gestión de la información
- Publicidad y tecnología
- Recepción crítica y creativa
- Modelos sociales y estereotipos
- Poder y medios

Este material dispone de un texto escrito que será publicado brevemente en Ediciones de la Torre con el título “Máscaras y espejismos: una aproximación al impacto audiovisual, de la reflexión a la acción”, y una web que tendrá actualizados sus contenidos.