

# La moda tecnológica en la educación: Los peligros de un espejismo

Esther Gispert Pellicer

Universidad de París VIII (Francia)

La fascinación por la tecnología puede llevar consigo la creencia en la transparencia y la neutralidad de los mensajes. En la sociedad de las nuevas tecnologías se confunde información y conocimiento, de tal forma que el individuo está cada vez más informado pero menos argumentado. También se cree que la interactividad significa pluralidad y no se analizan con demasiada frecuencia las desigualdades sociales que originan las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Así pues, el gran reto de la educación es el de controlar los peligros de una cierta moda tecnológica

The fascination for technology can entail the belief in the clarity and neutrality of the messages. In this society of new technologies information and knowledge are confused in such a way that the individual is increasingly better informed but less reasoned. It is also believed that interactivity means plurality and the social differences caused by the new information and communication technologies are not often analysed. Therefore, the great challenge of education is to control the dangers of a certain craze for technology.

DESCRIPTORES: Enseñanza-aprendizaje, Nuevas Tecnologías de la Información

## 1. Introducción.

Las *tecnologías de la información y la comunicación*<sup>1</sup>, están hoy en día de *moda* en la mayoría de los países desarrollados. Desde hace ya algún tiempo, los políticos incluyen en sus discursos mensajes de carácter apologético que ensalzan las virtudes de los nuevos medios de comunicación para avanzar en el progreso económico, cultural y social; los educadores, sitúan cada vez con más frecuencia, a las nuevas tecnologías de la información, en la avanguardia de las innovaciones que operan en el sistema educativo; los padres y madres de familia, expresan a menudo el sentimiento que las modernas formas de transmitir informaciones constituyen una pieza clave para el éxito escolar de sus hijos e hijas. Sin embargo, lamentablemente, también tenemos que decir sin el ánimo de ser pesimistas sino más bien con la voluntad de ser realistas, que una gran parte de estas declaraciones llenas de buenas intenciones, naufragan, antes de ser llevadas a la práctica, por múltiples causas de índole económico y cultural, principalmente. Es decir, si bien parece ser que hay una incipiente preocupación social, que va en aumento, por controlar y dominar las llamadas *nuevas*<sup>2</sup> tecnologías de la información y la comunicación porque se las considera propulsoras de un cambio social de signo positivo, hay también, al mismo tiempo, una serie de impedimentos que condicionan poderosamente su uso. ¿Dónde se origina y en qué se basa esta fascinación por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación?. ¿Cuáles son los principales condicionantes que repercuten en la utilización de las tecnologías de la

información y la comunicación con finalidades educativas?. Estas son algunas preguntas que quiero plantear a lo largo de este artículo. Las posibles respuestas a estos interrogantes, no son sencillas ni rápidas, pero nos invitan a sumergirnos en una reflexión entorno a las principales implicaciones socioeducativas de las tecnologías de la información y la comunicación.

Una de las premisas que quiero establecer para impulsar la reflexión se fundamenta en la afirmación que el culto por las nuevas formas de comunicación está íntimamente ligado, en la mayoría de las ocasiones, a su propia condición tecnológica. Existe, a menudo, en la mente de muchas personas, la idea que los avances obtenidos a nivel técnico, se traducen inmediatamente en un significativo aumento en el nivel del progreso humano. Además de esta opinión preconcebida, también existen una serie de concepciones que condicionan sustancialmente la manera como los recursos de las tecnologías de la información y la comunicación son utilizados en las prácticas educativas. La creencia que la información es transparente, porque constituye un simple reflejo de la realidad, constituye una de las grandes ingenuidades compartidas por un gran número de espectadores. La información no es neutra, sino que está sujeta a una serie de procesos de codificación que influyen ideológicamente en el público. El principal reto que las prácticas educativas han de llevar a cabo para una utilización racional de las tecnologías de la información y la comunicación, pasa por el conocimiento de sus procesos productivos. La concentración, en unas pocas manos, de la capacidad para elaborar el contenido de la comunicación, ha originado un desequilibrio entre los productores y los consumidores de mensajes. Aunque los medios de comunicación se hayan esforzado, en algunas ocasiones, por facilitar la participación de los receptores en el proceso de comunicación, la hipotética libertad de estos últimos resulta, hoy en día, muy escasa. La fascinación por la tecnología también ha originado que la escuela confunda, en muchas ocasiones, la información con el conocimiento. El exceso de información no siempre suele ir acompañado de un proceso de reflexión por parte del sujeto. De la misma forma, la *ansiosa* ruptura de los procesos educativos unidimensionales, mediante la interactividad, no ha de implicar forzosamente, una mayor libertad en el proceso de conocimiento. El presente artículo pretende establecer una reflexión sobre algunos de estos problemas para demostrar hasta qué punto la fascinación tecnológica en el ámbito educativo, tiene que ir acompañada de una reflexión y no contentarse en ser una simple moda pasajera.

## **2. La fascinación por la tecnología.**

En el mundo occidental actual, la fascinación por la tecnología está íntimamente ligada a la creencia que el progreso en este campo conduce inevitablemente a una mejora de las condiciones humanas. Neil Postman (1994:83), expresa así, su particular visión de la sociedad tecnocrática: «Tecnópolis es un estado de la cultura. También es un estado de la mente. Consiste en la deificación de la tecnología, que quiere decir que la cultura busca que le autorice la tecnología, encuentra las satisfacciones en la tecnología y recibe los órdenes de la tecnología. Esto pide el desarrollo de un nuevo tipo de orden social y, por lo tanto, conlleva a la disolución rápida de gran parte del que se asocia a las creencias tradicionales. Los que se sienten más cómodos en Tecnópolis son los que están convencidos que el progreso técnico es el objetivo supremo de la humanidad y el instrumento que puede resolver los enigmas más profundos que tenemos».

Pero si bien el progreso técnico es imparable, y contribuye en numerosas ocasiones a producir un cambio social de signo positivo no siempre habremos de ampararnos en la tecnología, para intentar salvar todos los problemas a los cuales nos enfrentamos en la cotidianidad. La fascinación por la máquina, la idolatría por la tecnología, produce, según el antropólogo francés Philippe Bréton (1995:137) un importante desplazamiento del papel y de la función de la herramienta en relación a sus propias finalidades «La comunicación no está hecha para el hombre, sino el hombre para la comunicación. El efecto perverso de una tal inversión, donde el medio pasa a ser finalidad, es que la herramienta ya no sirve más para realizar aquello para lo cuál ha sido concebida y acaba por funcionar tan sólo por ella misma.»

La fascinación por la tecnología también ha influido significativamente en las prácticas educativas. La principal preocupación de los educadores que intentan aproximarse a las tecnologías de la comunicación y la información, es con mucha frecuencia el dominio instrumental de sus dispositivos técnicos. Hacer funcionar correctamente el vídeo y el ordenador -por citar solamente quizás las dos herramientas técnicas, más comúnmente usadas en las prácticas escolares- es a menudo, el reto más importante al cual se enfrenta el profesorado que intenta introducir los recursos audiovisuales e informáticos en sus prácticas educativas. Ahora bien, esta preocupación del profesorado por la técnica, se manifiesta de una forma más clara cuando se quiere introducir el uso del ordenador en las aulas. Por ejemplo, Ferrés (1994) opina que el universo de la comunicación audiovisual resulta aparentemente asequible para cualquier tipo de usuario hecho que contrasta con el mundo de la *informática*, que es considerado un campo hermético, tan sólo reservado a los iniciados. Esto se demuestra, dice este autor, cuando se da la circunstancia que todo el mundo se considera capaz de emitir juicios críticos sobre un film, aunque no haya recibido ninguna preparación específica en este campo.

Una interesante explicación de este hecho nos la da Román Gubern (1987) que establece una frontera neta entre el mundo de la sensorialidad, que caracteriza al audiovisual y el mundo intelectual, representado por la informática. El primero, es el Eros Tecnológico y se rige por el hedonismo icónico, el segundo, es el Logos Tecnológico y se caracteriza por la expansión de la abstracción digital, que es conceptual e intangible. La contraposición existente entre estos dos campos, explica el por qué el ordenador se adapta mejor al modelo tradicional escolar, que privilegia la intelección por encima de la sensorialidad, que no las formas de representación audiovisual. Así pues, para asumir la introducción de los medios audiovisuales en la educación, es necesario compartir la opinión, que las formas de representación audiovisual, son productos culturales, que reflejan la visión de la sociedad del momento y no únicamente simples formas de entretenimiento y de diversión. En este sentido, Ferrés (1995:18) reivindica una transformación en la función de la escuela, que ya no debería limitarse a poner la imagen al servicio del modelo comunicativo tradicional y que, en cambio, tendría que plantear un modelo comunicativo nuevo, que estuviera en concordancia con las propias características de la iconosfera: «( ... ) la sensorialidad sobre la intelección, la concreción por encima de la abstracción, la emoción por encima de la racionalidad: entendiendo todos estos valores como puntos de partida, es decir, no como a objetivos y finalidades en si mismos, sino como medios para conocer o sintonizar con unos alumnos transformados por la cultura en la que han nacido y en la que están creciendo; como puntos de partida de un proceso que, a través de un gradual

distanciamiento, conduzca a la reflexión, al diálogo, a la confrontación, a la investigación .. ».

Por lo tanto, recogiendo otra vez el sentimiento de inquietud de gran parte del profesorado por el dominio técnico de los recursos audiovisuales e informáticos, tendremos que decir, que este tipo de preocupaciones pecan de un cierto reduccionismo, ya que dan una serie de dimensiones fundamentales de las tecnologías de la información y la comunicación, relacionadas ya sea con su propio contenido, o bien con las instancias políticas y económicas que las producen. Es decir, una vez superados los obstáculos más estrictamente técnicos, que pueden resolverse con relativa facilidad, hay que plantear la necesidad de analizar estas formas de comunicación desde el punto de vista de los mensajes que vehiculan: ¿Quién los produce? ¿Cuáles son sus características y de que manera pueden influir en los receptores?. Estas son algunas de las posibles preguntas que los educadores deben plantearse como pautas de análisis y de reflexión.

### **3. La creencia en la transparencia y neutralidad del mensaje.**

La preocupación por analizar quienes producen y cómo se producen los mensajes en el terreno audiovisual nos acerca a uno de los problemas claves con los que debe enfrentarse los educadores: la creencia en la transparencia de la imagen. En el plano audiovisual, según advierten ciertos autores (Pérez Gómez, 1994; Vitalis, 1994), este descuido por analizar el contenido parece ser especialmente significativo. Existe una opinión muy extendida según la cual la imagen es un fiel reflejo de la realidad y, por consiguiente, no es necesario un código para interpretarla o bien para expresarse con ella. El mundo de la imagen, que se caracteriza por otorgar una gran primacía a las formas y a las apariencias externas, es muy hábil para camuflar los componentes de la ideología social dominante. Esta circunstancia impide que los individuos reaccionemos racionalmente y críticamente delante de los estímulos visuales, ya que en la mayoría de las ocasiones, cuando observamos una imagen o un documento fílmico, no manifestamos la curiosidad por averiguar los significados implícitos no aparentes.

Pero contrariamente a lo que se cree con demasiada frecuencia, la imagen no es transparente sino que se articula mediante una serie de códigos producidos intencionadamente para crear un determinado efecto en el espectador. Los medios audiovisuales son constructos y representaciones de la realidad, más que simples transmisores y/o reflejos de la misma. Por lo tanto, existen enormes diferencias entre las imágenes y sus referentes, entre la representación y la realidad y entre el significante y el significado. Además, los medios de comunicación, en general, y los audiovisuales, en particular, dependen de una estructura de producción y de unos intereses económicos y políticos que hacen que los mensajes que vehiculan no sean neutros. Por consiguiente, su influencia se va concretando en la creación de una serie de concepciones ideológicas, que constituyen la base a partir de la cual se fundamentará nuestra interpretación de la realidad cotidiana y, posteriormente, la toma de decisiones en relación a su intervención.

Las múltiples divergencias que establecen la contraposición entre la *imagen* y la *realidad*, son de naturaleza muy variada, y, por lo tanto de difícil clasificación. Ahora

bien, con el ánimo de simplificar y, al mismo tiempo, de dar una visión global de este tema, he considerado oportuno abordar estas controversias desde los focos principales en donde se originan y que son, a mi entender, los siguientes:

### *1. La impregnación de la imagen de la subjetividad de su creador.*

Hay una especie de concepción latente en la mente de muchas personas según la cual, las imágenes que son creadas por un procedimiento mecánico (cine, fotografía, infografía, etc.) no parecen responder a ninguna intervención subjetiva. Las características técnicas de su proceso reproductivo, al mismo tiempo que les otorgan una serie de cualidades, como la objetividad y la neutralidad, estimulan la facultad de copiar con absoluta fidelidad la realidad a la que representan. Pero esta pretendida científicidad con la que se quiere atrapar la realidad y que parecer ser tan sólo posible mediante la utilización de un aparato mecánico es totalmente infundada y falsa. Entre el dispositivo técnico y la realidad, siempre hay un sujeto que es quien toma las decisiones relativas a qué mostrar y de qué forma hacerlo. Por consiguiente, la imágenes son el resultado de una percepción subjetiva del mundo, que es construida en función de las informaciones, los sentimientos y las ideas que su creador quiere expresar. Además, los medios de comunicación, en general, y los audiovisuales, en particular, dependen de unas estructuras de producción condicionadas por unos intereses económicos y políticos que hacen que los mensajes que vehiculan no sean neutros.

### *2. La existencia de un código mediante el cual se expresa la imagen.*

Los medios audiovisuales emiten mensajes organizados y jerarquizados que influyen en la forma en que el individuo descodificará la realidad y los fenómenos sociales. Por lo tanto, más que simples espejos de la realidad, las imágenes son signos producidos intencionadamente para transmitir determinados mensajes. Para descifrar estos mensajes y comprender su significación, es necesario estar familiarizado con una serie de conocimientos y disponer de una metodología de análisis adecuada, que permita extraer las significaciones de la obra.

### *3. La ilusión perceptiva del espectador.*

Los estudios fisiológicos de la percepción humana, han establecido la teoría que el órgano de la visión, fundamental en el proceso de registro de las imágenes, no es un instrumento neutro, sino más bien todo lo contrario, porque actúa de mediador entre el cerebro y el mundo. Por consiguiente, el espectador, al que se refiere Jacques Aumont (1992), es precisamente el sujeto que a parte de tener una capacidad perceptiva -es decir, que utiliza los ojos para observar una imagen- se caracteriza por unos saberes, afectos, creencias y por su pertenencia a una época y a una cultura, que tienen una enorme influencia en su aprehensión del mundo visual. Por otra parte, las teorías de la recepción<sup>3</sup> han dejado de considerar al sujeto espectador como una entidad abstracta para preguntarse de qué sexo es dicho sujeto -abriendo el camino del estudio de los géneros-, cuál es su condición social, cuáles son los rasgos característicos de su identidad nacional etc. Los estudios sobre la recepción están poniendo en crisis la pretendida uniformidad con la que a partir de tendencias forzosamente objetivas, se construye la entelequia llamada espectador.

En definitiva, la falsa creencia en la transparencia de la imagen y en su neutralidad reside, tal y como advierte Genevève Jacquinet (1995), en una doble ingenuidad: la idea que hay un mundo, positivo, real, ya existente, susceptible de ser convertido en imágenes y sonidos a partir de procedimientos técnicos, y la creencia que se puede crear una imagen que se ajuste perfectamente a esta realidad existente. En este sentido, la transparencia constituye el principal handicap para emprender un trabajo profundo y sistemático de análisis y estudio del propio discurso audiovisual.

#### **4. El desequilibrio entre el productor y el consumidor de mensajes.**

En la sociedad de las nuevas tecnologías, el individuo está cada vez más informado pero menos argumentado. Es decir, mientras que la cantidad de mensajes que puede recibir una persona se multiplica de una forma vertiginosa, se reduce, al mismo tiempo, nuestra capacidad de manifestar un punto de vista personal en relación a las informaciones que nos bombardean. Esta situación es fruto de las acentuadas diferencias existentes entre los productores de los medios, que concentran en unas pocas manos la capacidad de elaborar las informaciones y los consumidores, que aún siendo más numerosos no disponen a penas, de mecanismos útiles para hacer frente a la avalancha de mensajes que reciben. La frontera que se ha establecido entre la información y el pensamiento, constituye otro de los graves problemas derivados de la supuesta neutralidad de las tecnologías.

En un artículo firmado por Eduardo Galeano (1995), aparecido en la revista de actualidad francesa *Le Monde Diplomatique*, se preconizaba que nos estamos acercando hacia una sociedad de la incomunicación, porque mientras que el número de personas que tienen derecho a escuchar y a mirar no cesa de crecer, se reduce vertiginosamente el número de aquellas que tienen el privilegio de informar, de expresarse y de crear. La dictadura de la palabra única y de la imagen única, aún más devastadora que la del partido único, impone por todo el mundo una misma forma de vida, y otorga el título de ciudadano ejemplar a aquél que es consumidor dócil y espectador pasivo. Esta situación, cada vez más acentuada, desemboca según la opinión de este autor, en la siguiente paradoja: mientras que la tecnología de la información está hoy en día cada vez perfeccionada, nuestro mundo se parece cada vez más a un reino de mudos. Esta conclusión nos reafirma en la tesis que el progreso técnico no conduce siempre a una mejora en las condiciones sociales humanas. Así, por ejemplo, el futuro al que parece que nos acercamos, es totalmente inadmisibile desde un punto de vista democrático, por distintas razones. En primer lugar, porque la información que recibimos del mundo y que conforma en gran medida nuestra percepción de la realidad, no puede ser administrada por un pequeño grupo de personas, que además responden a intereses políticos y económicos determinados. En segundo lugar, porque existen importantes trabas políticas y económicas que impiden el acceso igualitario a la información a todas las personas de nuestro planeta.

Una vez tomada la conciencia de las diferencias existentes entre los que producen los mensajes y quienes los reciben, los medios de comunicación han intentado disimular su prepotencia en relación al consumidor, mediante dos estrategias: la diversificación en la oferta y el establecimiento de mecanismos mediante los cuales el consumidor se pudiera expresar.

La multiplicación de la oferta, lejos de contribuir al aumento de la libertad de elección del consumidor, más bien ha limitado esta facultad. La ampliación de los canales que regulan la oferta informativa, ha estado generalmente acompañada de una reducción de alternativas a la norma institucional, o de una marginación- exclusión de las actitudes culturales consideradas como no mayoritarias o divergentes. Paradójicamente aunque era algo a lo que se veía ya venir- la proliferación de cadenas de televisión en nuestro país, con la aprobación de la creación de las privadas, ha fomentado la homogenización de los productos televisivos, y en consecuencia ha limitado las posibilidades de elección del espectador. Los imperativos de las audiencias -que funcionan estrictamente según parámetros de carácter económico- han establecido una competencia desleal entre las cadenas de televisión privadas y públicas. Las primeras, se vuelcan por ofrecer una programación que se adapte a los gustos mayoritarios del público y su objetivo prioritario es conseguir una rentabilidad económica. Las segundas, en cambio, movidas por un interés social, deberían preocuparse por fomentar el nivel cultural de los espectadores. Pero los imperativos económicos han acabado, como sucede casi siempre, por imponerse, y a las cadenas públicas de televisión les resulta muy difícil proponer una programación que se justifique prioritariamente por su interés cultural y educativo. El resultado de este es el siguiente: las televisiones públicas, se asemejan cada vez más a las privadas, y los espacios de interés cultural desaparecen o bien quedan relegados a franjas horarias totalmente marginales. Finalmente, el comercio ha impuesto sus leyes, en el ámbito cultural y educativo, marginando el conocimiento y el acceso hacia la pluralidad de voces u opciones.

Durante décadas, los medios de comunicación de masas se forjaron a partir de un ideal democrático: el de posibilitar el acceso a la información a un gran número de personas, sin restricciones de tipo económico ni sociales. Pero al final, la accesibilidad a la información, lejos de ser democrática, está condicionada también por la capacidad adquisitiva y el nivel cultural del individuo. Así, pues, sucede con frecuencia que los estudiantes que pueden utilizar las nuevas tecnologías, son los mismos que tienen una familia con un nivel adquisitivo medio-alto y/o que está especialmente sensibilizada ante el hecho que sus hijos-estudiantes aprendan con estos nuevos medios. El cúmulo de todas estas circunstancias, provoca el hecho que las desigualdades sociales se reproduzcan con la participación de las tecnologías de la información y la comunicación de una manera más acentuada. Así pues, se advierte la necesidad que el consumidor disponga de un mayor poder para hacer frente a la poderosa manipulación ideológica de los medios y que al mismo tiempo pueda manifestarse de tal forma que contribuya a dinamizar el debate público. Y es que en una sociedad democrática tal y como lo manifiesta André Vitalis (1994:41) «el que usa los medios debe ser considerado no tan sólo como un consumidor sino también como un ciudadano».

## **5. La distinción entre información y conocimiento.**

La incidencia de las nuevas tecnologías en las prácticas educativas, puede haber originado la confusión entre dos términos: información y conocimiento. Estas dos palabras, que se utilizan a menudo como sinónimas, entrañan significaciones muy distintas. Las informaciones constituyen la base del conocimiento, pero la adquisición de éste implica además la puesta en marcha de una serie de operaciones intelectuales, que ponen en relación los nuevos datos con las informaciones almacenadas previamente

por el individuo. El conocimiento se adquiere, pues, cuando las diversas informaciones se interrelacionan mutuamente, creando una red de significaciones que se interiorizan. En la actualidad, uno de los trastornos provocados por los medios es el hecho que el hombre moderno cree tener acceso a la significación de los acontecimientos, simplemente porque ha recibido información sobre éstos. «Los medios, difundiendo informaciones, han aumentado finalmente, a su pesar, la ignorancia del mundo real en la que nosotros nos encontramos, ya que la ignorancia tiene como su mejor aliada la ilusión de saber», argumenta al respecto el antropólogo francés Phillipe Bréton (1991:141).

El pensador francés Alain Finkielkraut (1987), considera que el espíritu enciclopedista que caracteriza los años de la ilustración en los que el sujeto ansiaba una amplia información que le permitiera el acceso al conocimiento, no ha pervivido en la sociedad actual en la que el exceso de información ha conducido a la derrota del pensamiento.

«La empresa artesanal de los Enciclopedistas ha sido sustituida por los libros de bolsillo, los videocasetes y los bancos de datos y ya no existe el obstáculo material para la difusión de la Luz. Ahora bien, en el preciso momento en que la técnica, a través de la televisión y de los ordenadores, parece capaz de hacer que todos los saberes penetren en todos los hogares, la lógica del consumo destruye la cultura. La palabra persiste pero vaciada de cualquier idea de formación, de apertura al mundo y de ciudadano del alma. Actualmente lo que rige la vida espiritual es el principio del placer, forma posmoderna del interés privado. Ya no se trata de convertir a los hombres en sujetos autónomos, sino de satisfacer sus deseos inmediatos, de divertirlos al menor coste posible. El individuo posmoderno, conglomerado desenvuelto de necesidades pasajeras y aleatorias, ha olvidado que la libertad era otra cosa que la potestad de cambiar de cadenas, y la propia cultura algo más que una pulsión satisfecha.» (Finkielkraut, 1987:128).

Una fórmula que favorece el conocimiento es la adquisición de una actitud crítica. Una definición completa de lo que significa expresar un sentimiento crítico nos la ofrece Geneviève Jacquinet (1981), que cita varios requisitos que ha de cumplir una persona para ser considerada crítica en relación a los medios de información y de comunicación y que son los siguientes: Ha de ser capaz de limitar ella misma el consumo de los medios para protegerse de sus riesgos y peligros. Ha de saber fundamentar sus gustos y preferencias sobre la base de juicios claros a partir de análisis categorizados. Ha de poder controlar el poder manipulador de los medios como lecturas de la realidad. Ha de ser capaz de obrar de manera activa a lo largo de su vida, de modo que los medios de comunicación estén puestos siempre al servicio de principios democráticos. Ha de participar activamente en el proceso social, en función y a partir de su posición en la sociedad la cual está a su vez determinada por el contexto económico y cultural en el que se desarrolla el individuo.

## **6. La interactividad no significa pluralidad.**

La unidireccionalidad en el proceso de información y comunicación de la mayoría de los medios, es también una característica que preocupa a los que reclaman la participación activa del ciudadano en la construcción de la realidad social. Parece ser que, para muchas personas, un requisito fundamental para democratizar la información

es el de romper definitivamente con este tipo de comunicación dirigida en un único sentido. Así pues, con la voluntad de brindar al consumidor la posibilidad de manifestar su propia opinión en relación a un determinado tema, o hasta incluso para elaborar sus propios mensajes, se han puesto de relieve una serie de dispositivos técnicos: un posible ejemplo se trata de las redes telemáticas, que ofrecen la oportunidad a las personas que están interconectadas entre sí, de intercambiar sus puntos de vistas. Pero la palabra más de moda, que se ha utilizado en muchas ocasiones como abanderado a las promesas de libertad y participación en el acto de comunicación es la de interactividad. Bajo este concepto genérico, se esconde, como lo manifiesta Olivier Koechlin (1995), una forma forma de expresión que se caracteriza fundamentalmente por romper la linealidad del proceso de comunicación, al que nos tenían acostumbradas las reglas heredadas de la narración literaria o cinematográfica. El concepto de interactividad, que fue creado primitivamente para caracterizar una forma particular de relación entre el audiovisual y el espectador, que intenta transformar a este último en operador activo de manera que su actividad pueda revertir en el programa, se manifiesta, según Dominique Chateau (1990) en distintos grados:

*Interactividad intransitiva:* Delante de una película cinematográfica, no hay interactividad, en estricta medida, más que cuando el espectador realiza una actividad sensorial, intelectual y afectiva que contribuye a determinar la interpretación del mensaje, el cual no se modifica en absoluto en función de este resultado.

*Interactividad transitiva débil:* El espectador televisivo puede acceder a este grado de interactividad, en el momento en que efectúa su elección, en base a al abanico de programas que se le ofrecen en las distintas cadenas que recibe. El contenido del programa tampoco resulta afectado por la elección.

*Interactividad transitiva fuerte (al menos potencialmente):* El telespectador puede intervenir en el transcurso mismo de las emisiones, sea a través del teléfono o a través de un sistema de teletexto, y su reacción influye, aunque modestamente, en el desarrollo del programa.

Esta situación se complica aún más, como apunta Geneviève Jacquinot (1993), con las nuevas tecnologías interactivas -en el sentido transitivo del término- es decir, cuando el espectador pasa a ser actor y actúa sobre el programa. En este momento, la comunicación no es unívoca y el programa, en este caso, no hace más que simular, el proceso de quien enseña y de quien aprende. Según esta autora la interactividad pedagógicamente productiva es aquella que permite, a través de la organización de un discurso didáctico - ya sea llevado a cabo con un soporte mediático texto, audiovisual clásico, fílmico o electrónico, o texto interactivo- hacer compartir entre el que aprende, no un mensaje-producto sino un proceso de producción de sentido que permita al espectador o interactante, la capacidad de construir su propio proceso de aprendizaje. « Hoy en día la interactividad transitiva, que es posible gracias a las tecnologías informáticas, no lo reemplaza<sup>4</sup>: en el peor de los casos, puede dificultar su funcionamiento -sobre todo cuando las potencialidades de producción de sentido ofrecidas al usuario son poco reales o escasamente extendidas-, en el mejor de los casos puede facilitar, pero nunca sustituirlo» (Jacquinot, 1993:63).

Sin embargo, ambas opciones -la diversificación en la oferta y el establecimiento de mecanismos mediante los cuales el consumidor se pudiera expresar-, si bien amparadas

en decisiones llenas de buenas intenciones, no han resultado ser nada satisfactorias en relación al objetivo para el cual aspiraban.

A las nuevas tecnologías de la información y la comunicación se les augura un futuro impredecible. La fe en el continuo progreso de la comunicación, fomentada por los intereses económicos de los grupos y empresas que producen y comercializan en este sector, conlleva casi siempre la convicción optimista que este futuro imparable se hace en beneficio absoluto del hombre. Mientras dicho espejismo influye en algunas de las prácticas educativas, también abundan las personas que renuncian a utilizar las tecnologías de la comunicación y la información, porque sienten nostalgia por el texto impreso al que atribuyen la única forma válida para vehicular contenidos de enseñanza y aprendizaje y se resisten a salir de su particular galaxia Gutenberg. Estos dos polos opuestos, que se mueven entre la fascinación y el rechazo y que responden a la clasificación propuesta por Umberto Eco (1990) de apocalípticos e integrados<sup>5</sup>, tienen un mismo defecto en común: el desconocimiento de las verdaderas posibilidades de las tecnologías de la comunicación y la información. Mientras que para unos el carácter tecnológico de estas nuevas formas de comunicación constituye uno de sus principales atributos, para otros constituye una de las más poderosas trampas. Pero el mundo de la educación debe situarse más allá de dicha dicotomía y romper con los espejismos y suavizar las actitudes de rechazo, para descubrir cuáles son los auténticos cimientos sobre los que se está edificando la TecnoPolis.

### **Referencias bibliográficas.**

AUMONT, J. (1992): **La imagen**. Paidós, Barcelona.

BRÉTON, P. (1991): **L'explosion de la communication**. La Découverte, Paris.

BRÉTON, P. (1995): **L'utopie de la communication**. La Découverte, Paris.

CHATEAU, D. (1990): "L'effet zapping", **Communications**, 51, pp. 45-55

ECO, U. (1990): **Apocalípticos e integrados**. Lunien, Barcelona.

FINKIELKRAUT, A. (1987): **La derrota del pensamiento**. Anagrama, Barcelona.

FERRÉS, J. (1994): "Pedagogía de los medios audiovisuales y pedagogía con los medios audiovisuales" en SANCHO, J.M. (Coord.): **Para una tecnología educativa**. Horsori, Barcelona.

FERRÉS, J. (1995) "Estrategias para el uso de la televisión", **Cuadernos de Pedagogía**, nº234, pp. 18-21.

GALEANO, E. (1996): "Vers une société de l'incommunication", **Le Monde diplomatique**, nº 502, p. 16.

GUBERN, R. (1987): **El simio informatizado**. Fundesco, Madrid.

JACQUINOT, G. (1981) : "On demande toujours des inventeurs", **Communications**, n° 33, pp. 5-23.

JACQUINOT, G. (1993): "Apprivoiser la distance, et supprimer l'absence? ou les défis de la formation á distance.", **Revue Française de Pédagogie**, n° 102, pp.55- 67.

JACQUINOT, G. (1995): "La télévision á l'école: mode d'emploi", conferencia pronunciada en Mendoza (Argentina), en el **9º Congreso Nacional 'El diario en la escuela'**.

PÉREZ GÓMEZ, A.I. (1994): "La cultura escolar en la sociedad posmoderna", **Cuadernos de Pedagogía**, n° 225, pp. 80-85.

>POSTMAN, N. (1994): **Tecnòpoli**. Llibres de l'Index: Barcelona.

KOECHLIN, O. (1995): "Réflexions autour de l'écriture interactive", **Dossiers de l'audiovisuel**, n° 64, pp.10-12.

VITALIS, A. (1994): "La part de citoyenneté dans les usages" en VITALIS, A. **Médias et nouvelles technologies. Pour une socio-politique des usages**. Éditions Apogée, Paris.

## Notas.

<sup>1</sup> Con esta denominación común, nos referiremos a los dispositivos técnicos, informáticos y audiovisuales, que actúan al servicio de la transmisión de la información y al establecimiento de un proceso de comunicación.

<sup>2</sup>Aunque resulta muy difícil establecer una frontera precisa entre las viejas y las nuevas tecnologías, las más modernas formas de la información y de la comunicación -que combinan los recursos audiovisuales y los informáticos- son las que gozan de un mayor éxito social.

<sup>3</sup> En los últimos años se han elaborado numerosos textos sobre las teorías de la recepción, principalmente en el ámbito anglosajón donde se ha convertido en una auténtica moda universitaria. Entre los textos clásicos de la teoría feminista se encuentra el libro: Teresa de Laurentis *Technologies of gender*, Londres: Macmillan Press, 1987; en el ámbito de los estudios interculturales anglosajones encontramos el manual: David Mortley, *The Nationwide Audience: Structure and Decoding*, Londres: British Film Institute, 1980. Un buen resumen de las características generales de la teoría de la recepción en el cine -fácilmente aplicable a otros ámbitos- es el artículo: Manuel Palacio "La noción del espectador en el cine contemporáneo", en *Historia general del cine. El cine en la era del audiovisual*. Madrid: Cátedra, 1995.

<sup>4</sup> Se refiere, en este caso, al proceso de aprendizaje.

<sup>5</sup> Los apocalípticos son los que creen que la cultura es un hecho aristocrático que tan sólo pertenece a una minoría refinada. Los que defienden esta actitud, tildan de

anticultura aquella que es elaborada de manera que se adapte a todo el mundo. Algunas de las principales acusaciones a la cultura de masas que a menudo son puestas en boca de los apocalípticos son las siguientes: En primer lugar, que los mass media alimentan una visión pasiva y acrítica del mundo y una información sobre el presente que desvirtua el pasado histórico; también es una crítica la que formulan al referirse a su característica de medios educativos, porque definen su acción de individualista y democrática, pero con tendencia a producir modelos humanos heterodirigidos. En contraste a esta posición se manifiesta la reacción de los integrados que elogian la televisión, los periódicos, la radio, el cine, la historieta porque les permiten acceder fácilmente a una cultura popular. El que no se plantea el integrado es quien produce y controla esta oferta cultural y la posible indefensión que experimenta su público.