

APRENDIENDO EN LA ERA DE LA INFORMACIÓN

José M^a Aguilera Carrasco

Asesor y experto en Educación para los Medios

*«Ser en la vida
romero,
romero sólo que cruza
siempre por caminos nuevos»*

LEÓN FELIPE

EL DILUVIO INFORMATIVO Y DIGITAL

Vivimos inmersos en la era de la información. No creo que nadie lo ponga en duda. De hecho una gran parte de los conocimientos de cualquier persona tienen hoy día como fuente alguno de los medios que transmiten la información. Son unos medios que han cambiado y evolucionado rápida y complejamente. A los tradicionales, prensa, radio, cine y televisión, se les han unido una amplia gama de transmisiones y redes que, por medio de ordenadores y vía satélite, llegan a todas partes del mundo. Es todo *un diluxio informativo y digital* el que se nos ha caído encima. Veamos a continuación algunas de las peculiaridades e interrogantes más notables que plantea esta era.

El teléfono significó el que por primera vez fuese posible tener vida pública sin salir de casa. Abrió en las casas importantes ámbitos de libertad, que luego se han ido completando con la llegada de la radio, la televisión y sobre todo la ahora omnipresente Internet.

En el pasado la gente aprendía de su mundo a través del contacto personal, pero *las generaciones actuales* han crecido y, en gran medida, *se han introducido en la socialización a través de los contenidos que ofrecen los medios*. Las corrientes de opinión e información que antes se generaban en los ateneos, cafés, asambleas de centros de trabajo, iglesias y patios de vecinos, han pasado al ámbito doméstico que es donde ahora actúan políticos, juegan los deportistas, cantan y bailan artistas, debaten los intelectuales y

combaten los militares. Si añadimos que gran parte de la actividad comercial pasa por las casas a través de estos medios, concluiremos que la vida pública tiene ahora, más que nunca, formato doméstico: ya no hace falta salir a la calle para informarse de qué sucede ni para tomar ciertas decisiones.

Incluso nuestro más íntimo baúl de los recuerdos está pasando a ser representado audiovisualmente y a estar conservado en forma de discos compactos, que incluyen objetos, personas, vivencias, viajes, fiestas familiares y correspondencias privadas. Por lo tanto la memoria familiar se está modificando radicalmente.

Con Internet, y cadenas de radio y televisión emitiendo las 24 horas al día, nos olvidamos de la dictadura del reloj y materializamos ese sueño de mantenernos informados, comunicarnos y adquirir bienes de forma instantánea.

DEL HOMO SAPIENS AL HOMO VIDENS

Los medios ocupan hoy una parte central y vital en nuestras vidas. Esto se manifiesta de varias formas. Por ejemplo, el tiempo que les dedicamos es una de ellas. Para muchos de nosotros el número de horas que estamos «*mediatizados*» a la semana a veces sólo es superado por las horas de sueño o trabajo. Esto quiere decir que cuando un estudiante finaliza el bachillerato ha pasado una media de 11.000 horas en los centros educativos comparadas con las más de 15.000 viendo televisión o ante el ordenador y las casi 10.000 escuchando música. En este tiempo habrá visto cientos de películas, innumerables anuncios y paginas *web*, que no sólo le habrán provisto de información sino también de una forma de ver y comprender lo que sucede en el mundo. El fenómeno que se está produciendo con este *bombardeo audiovisual* es lo que acertadamente Sartori (1998) ha definido como la transición del *homo sapiens* al *homo videns*.

Los alumnos están inmersos en un mundo muy diferente de las generaciones anteriores. La presencia omnipotente de la televisión no sólo está estableciendo una forma prioritaria de obtener información y de regular el ocio, sino que está creando al mismo tiempo en los alumnos un modo específico de aprendizaje. El problema principal no está en ver más o menos la televisión o en ser moldeado por los modelos de comportamiento que la televisión transmite. El riesgo de la televisión está en que lo resuelve todo con el mínimo esfuerzo. Hay que reconocer que la televisión es un medio recreativo y cultural formidable, del que la educación no puede prescindir. Pero también hay que tomar conciencia de que la televisión lo da todo hecho, las preguntas y las respuestas, los hechos y su explicación, sin que apenas haya que realizar un esfuerzo adicional para comprender la realidad transmitida. Y además se presenta de forma simultánea en dos códigos, el visual y el lingüístico, con claro predominio del primero, por lo que la asimilación de los mensajes es mucho más sencilla.

Ya en 1991 Postman escribía que la televisión había pasado a ser «*el primer currículo*» y que, por tanto, debería ser trabajo de la escuela (que ha pasa-

do a ser «*el segundo currículo*»), el moderar y mitigar sus efectos. Puede que tal afirmación parezca exagerada, pero cada vez somos más los que pensamos que está en lo cierto. La televisión, en particular, e Internet y los medios, en general, ofrecen además un dinámico y persuasivo currículo que comprende conocimientos sobre gente, lugares, sucesos, política, deporte, historia, economía, hábitos, modas, formas de vivir, de viajar y de relacionarse, actitudes, valores, sexualidad, violencia, educación, trabajo, ocio, y, en definitiva, todo lo que despierta el interés en nosotros, la codiciada audiencia.

ALGUNOS PRINCIPIOS E IDEAS BÁSICAS QUE RIGEN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN ESTA ERA:

- *Los medios de comunicación construyen la realidad* acerca de cómo es el mundo y cómo funciona mediante interpretaciones, actitudes y conclusiones que nos dan ya hechas, y elaboradas. Es algo similar a lo que todos hacemos basándonos en nuestras percepción, observaciones y experiencias personales.
- *La audiencia* que tienen los medios tiene un efecto importante a la hora de transmitir unos contenidos-mensajes, u otros.
- Los medios tienen claras *implicaciones comerciales*. La propiedad y el control son dos factores muy importantes. Hay abundantes ejemplos estos días del interés que tienen muchos sectores por hacerse con ellos. En la práctica esto determina que unos pocos individuos decidan qué programas veremos, qué música oiremos, y que informaciones serán transmitidas y objeto de investigación y cuáles no.
- Los medios transmiten *mensajes cargados de ideología y valores*. Esto conlleva unas lógicas implicaciones políticas y sociales.
- *La forma y el contenido* están íntimamente relacionados en los medios.
- No hay que olvidar las cuatro *funciones* tradicionales de los medios de comunicación: *entretener, informar, influenciar y hacer dinero*.

¿QUÉ ESPACIO TENDRÁ LA EDUCACIÓN EN TODO ESTE BATIBURRILLO?

Los medios son algo más que mera información y entretenimiento. Conocerlos en profundidad es una tarea educativa que permitirá a profesores y estudiantes poner al descubierto la gran desigualdad que existe entre quienes manufacturan la información y el entretenimiento, siendo fieles a unos determinados intereses, y aquellos que los consumimos inocentemente, para enterarnos de lo que sucede o simplemente para pasar un buen rato.

Una de las pretensiones esenciales de la educación actual es que el estudiante sepa enjuiciar crítica y autónomamente la información que le suministran los medios de comunicación y analizar el papel que ejercen en su vida. Algo que le debería dar oportunidad para:

- Fomentar el pensamiento crítico distinguiendo entre hechos verificables y opiniones; determinando la relatividad de las fuentes y la exactitud de la información; detectando la parcialidad y aquellas asunciones manifiestas y no manifiestas.
- Desarrollar las habilidades, conocimientos y actitudes necesarias para interpretar las formas en que los medios construyen la realidad.
- Darse cuenta de las implicaciones sociales, culturales, políticas y económicas de la construcción de esta realidad y el efecto persuasivo de sus mensajes.
- Descifrar los productos que emiten los medios para identificar y examinar las ideas, valores y prácticas culturales que contienen.
- Reconocer que los que trabajan en los medios de comunicación están sujetos a una multiplicidad de motivaciones, controles, obstáculos, que abarcan desde los factores económicos a los políticos, organizativos, técnicos, sociales y culturales.
- Advertir que cada uno utiliza un proceso selectivo e interpretativo distinto cuando examina productos *mediáticos*. Este proceso y los significados que se obtienen dependen de factores psicológicos, educativos, sociales, culturales y ambientales.

De lo que *se trata es de enseñar con y acerca de los medios de comunicación*. Sensibilizar al profesorado de la necesidad de introducir en el aula, con otros modales, todo lo que los medios hacen sin cortapisas educativas fuera del recinto escolar.

Los centros escolares son instituciones que siguen orientadas, más que nada, hacia el trabajo basado en el libro de texto y el material impreso. Fuera del recinto escolar no sucede así. Hay una clara influencia y preponderancia de los medios electrónicos. Por eso el sistema educativo que de la espalda a esta realidad estará perdiendo, una vez más, el tren de la Historia, y contribuirá, sin lugar a dudas, a formar alumnos que o bien depositan toda su fe en los medios o que por su influencia se vuelven completamente escépticos.

Lo que se aprende en las aulas es una minúscula parte de cuanto se enseña. Existe, y puede constatarse, una oposición entre el conocimiento derivado de los medios y el escolar, y podemos plantearnos si hay alguna posibilidad de que el conocimiento escolar pueda ser tan eficaz como el cotidiano, o si son totalmente distintos. En ese caso ¿en qué se diferencian?, ¿por qué cuesta tanto aprender en la escuela?, ¿por qué muchos alumnos fracasan?, ¿por qué se enseña tal cúmulo de cosas si se sabe que los alumnos no consi-

guen entenderlas y las olvidan tras pasar los exámenes? Parte de la respuesta a estas preguntas está en la adaptación que tendrá que efectuar la escuela para acercarse más al mundo mediático-digital, mediante contenidos más prácticos e interrelacionados, primando el conocimiento sobre la información y cobrando especial relevancia la creatividad, la interpretación de la información; la capacidad de trabajo en grupo, de acuerdo y cooperación, y la tolerancia, siempre en convivencia con las habilidades clásicas. Las técnicas de mera reproducción mecánica de conceptos irán perdiendo importancia.

LA SOCIEDAD DIGITAL Y SU EFECTO EN LA VIDA COTIDIANA DARÁ UN VUELCO A LA PEDAGOGÍA

La informática hará posible una enseñanza individualizada, pero reforzada con trabajos en grupo. Se hará hincapié en la selección de información y la articulación de una manera de pensar que sirva al alumno dentro y fuera de la escuela. Se dará una dualidad básica: el equilibrio entre innovación y tradición. Las nuevas tecnologías tendrán también el efecto de reforzar la tradición porque resulta imprescindible la competencia en lectura y escritura de al menos dos idiomas para desenvolverse en el entorno telemático.

El problema será cómo lograr que los alumnos se construyan «*coordinadas coherentes de conocimientos*». El riesgo principal no está en la pasividad del alumnado sino en perderse en la telaraña informativa. La información disponible es tan inmensa que lo más importante es saber buscar y seleccionar en el menor tiempo posible. Esto hará que se coticen las habilidades cognitivas más refinadas y más parecidas a las que se necesitan fuera del mundo educativo. Se evaluará la capacidad expresiva, de análisis y de síntesis, así como de selección e interpretación de los contenidos para responder a cuestiones concretas. Hará falta al menos una generación de profesores (¿entre 20 y 30 años?) para adaptarse a todos los cambios. Y se correrá el peligro de que determinados grupos que se consideren «*perdedores*» busquen otras alternativas educativas más sectarias o individualizadas, huyendo incluso de la escolarización.

GENERACIÓN «I»

Bill Gates ha bautizado a esta generación de estudiantes *generación «I»*. La I de *Internet*, pero también de *Información*, venga ésta a través del ordenador, la televisión o cualquier otro medio analógico-digital. Esa I dividirá al mundo del próximo milenio. Los que tengan acceso a la información y, sobre todo, sepan utilizarla, tendrán hecha parte del camino, coinciden los expertos porque la sociedad de la información hará que el aprendizaje sea un proceso para toda la vida.

El docente seguirá al frente de la clase, pero con un papel diferente. El enseñante debe anticiparse. Como ya no será la única fuente de la que beben

sus alumnos, estará obligado a aprender a usar toda esa información. Los profesores serán más «*guías*», orientadores capaces de enseñar cómo buscar y encontrar en ese mar de información lo que es útil. Y, sobre todo, no limitarán a transmitir contenidos, sino también a crear la base para una educación permanente.

En los últimos tres años, la alfabetización tecnológica ha cobrado un gran impulso: un 85% de los centros cuentan ya con al menos un ordenador. El foco de atención ahora es el contenido digital educativo. Hay miles de CD-ROM y sitios de Internet creados específicamente para usarse en las aulas, pero el problema no es la cantidad de posibilidades, sino la selección. Hay una explosión de recursos digitales, pero nadie está seguro de cómo usarlos eficazmente.

El acceso a la educación es el derecho humano más prioritario para los países pobres en el nuevo siglo. Según el último informe de la UNICEF, *Estado mundial de la infancia* (EL PAÍS, 10/1/00), hay casi 1.000 millones de personas incapaces de leer, de firmar, y por supuesto de entender un mero formulario. Uno de cada cuatro adultos de los países pobres es analfabeto, denuncia el informe de Oxfam International *Rompiendo el ciclo de la pobreza*. Algunas cifras más. Se estima que 2.000 millones de personas, un tercio de la población mundial, jamás han hecho una llamada telefónica, y sólo en la India hay más de 300 millones de analfabetos. Esto, en la era de la globalización comercial y del imperio de los ordenadores.

El reto del siglo está en cómo frenar el *Big Bang* educativo que no sólo distancia a países pobres y ricos, sino también —en las propias sociedades bautizadas en la jerga de los expertos como *en vías de desarrollo*— a quienes reciben una enseñanza de calidad y a quienes, con mucha suerte, optarán a las migajas de una enseñanza de caridad.

Por otro lado hay que destacar que la conexión a Internet de humildísimas escuelas de los Andes peruanos y ecuatorianos, o de ciertas escuelas rurales de nuestro país, les ha abierto a maestros y alumnos todo un universo de conocimientos jamás soñado, de ahí que la nueva línea divisoria no será sólo y únicamente, entre los que tienen y los que no, sino entre los que saben y los que no saben manejarse en este aparatoso mundo informatizado y televisado. Internet y la televisión tienen un papel esencial que cumplir para llevar el conocimiento a los lugares más remotos del planeta.

Paradójicamente la explosión de Internet está contribuyendo a un notable descenso del consumo televisivo y a lo que es más sorprendente, la recuperación de la palabra escrita. Saber leer y escribir es la primera condición para incorporarse al mundo de las interconexiones. Estas son las principales limitaciones: saber leer y escribir, disponer de algún sistema de conexión y ciertos conocimientos de informática e inglés.

Conocer la *lingua franca* del mundo moderno actual, el inglés, será sin duda una ventaja añadida. Hay quien afirma que esta lengua va pronto a ser sustituida por un lenguaje único visual-iconográfico, que permitirá comunicar entre sí personas, lugares físicos y soportes muy dispares. Está por ver si

se convierte en un éxito este nuevo esperanto y en qué situación quedan las lenguas minoritarias.

Y aún habrá más. Nuestra voz se convertirá en un obediente instrumento, compitiendo con teclados y ratones a la hora de dar instrucciones al ordenador. El perfeccionamiento de los sistemas de traducción instantánea minará sabiamente las barreras lingüísticas hoy por hoy presentes en la red y monopolizadas por el inglés.

INTERNET, TAN LEJOS, TAN CERCA

Internet significa interactividad, multilingüismo, ubicuidad, personalización y convergencia multimedia. Es el primer medio capaz de expresarse mediante textos enlazados hasta el infinito unos con otros, vídeos, gráficos animados, audio, fotos, etc. y el primer medio accesible desde los más variados soportes, especialmente teléfonos móviles, agendas y libros electrónicos, televisores, coches o las clásicas computadoras.

Los gurús de Internet predicen cuatro áreas que saldrán beneficiadas del invento, son *la educación, la salud, la investigación y el comercio*. Su capacidad de divulgar el conocimiento la convierte en un regalo comparado, por ejemplo, con el gasto que supone para un estudiante de medicina de Etiopía trasladarse a Europa, o simplemente disponer de la Enciclopedia Británica, accesible gratuitamente por la red. Pero además hay otro aspecto que merece la pena destacar: la posibilidad que ofrece Internet de que todos podamos publicar y acceder a lo publicado por los demás. Quienes hemos tenido la fortuna de pasar por el complicado intríngulis que supone la publicación de un libro, agradecemos enormemente esta posibilidad. *Ahora todo aquel que tenga algo que decir*, desde una mera información, noticia, poema, dibujo, fotografía o pieza musical, hasta un reportaje especializado o tesis doctoral *lo podrá difundir sin prácticamente ningún coste, ni proceso editorial selectivo*.

En Internet el género, la nacionalidad, el color de la piel, la religión, la edad, la raza, las minusvalías físicas en cuanto barreras, desaparecerán en la mayoría de los casos. No es necesario moverse de casa para trabajar en las antípodas, algo inimaginable hace pocos años. Ni tampoco estudiar. Hoy por hoy se puede vivir en Galicia y seguir una carrera universitaria, o un master en Cataluña o Estados Unidos. Son ya más de un centenar de centros en el mundo los que ofrecen estas posibilidades de educación superior y que también se están extendiendo a la educación primaria y secundaria.

En suma, los medios de comunicación, con Internet a la cabeza, suponen un revolucionario avance tecnológico destinado a enriquecer la apasionante tarea de vivir. Tienen sus condicionantes y con algunos de ellos me gustaría terminar este revoltijo de ideas. Espero haber contribuido humildemente a generar un debate sobre los retos de esta apasionante era de la información. Agradeceré cualquier comentario o sugerencia que se me quiera hacer llegar por correo electrónico a: jaguilerac@nexo.es

Sí, pero...

- *¿Ayudará esta era a reducir las diferencias en el acceso a la información y la educación?*
- *¿Estamos mejor informados de lo que acontece a nuestro alrededor?*
 - *¿Cómo se aprende a seleccionar la información que verdaderamente necesitamos ante semejante aluvión?*
 - *¿Cuál es la idea que tenemos del mundo?*
 - *¿En qué difiere nuestra forma de verlo de la que tenían nuestros antepasados?*
 - *¿Qué concepción del mundo realizan los medios de comunicación?*
 - *¿Hay alguna parte del planeta que quede «más oscura» que otra en los medios? ¿por qué?*
 - *¿Quién y cómo representa mejor nuestra vida cotidiana?*
 - *¿Por qué cada día nos cuesta más la comunicación interpersonal si tenemos tanta facilidad para las comunicaciones virtuales?*
 - *¿De qué manera se está viviendo en el ámbito educativo esta nueva era?*
 - *¿Ha supuesto algún cambio?, ¿cuál?, ¿en qué se nota?*

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera, J. M.: *Aprendiendo en la era de la información*, Anaya-Alauda, Madrid, 1999.
- Delval, J.: *Aprender en la vida y en la escuela*, Morata, Madrid, 2000.
- Herren, R.: *Globalización 2000*, www.tiempodehoy.com, visitado el 10/1/2000.
- Pérez de Pablos, S. y otros: *La educación que viene*, Diario *El País*, Madrid, 17/1/2000.