



El cine y la televisión como nuevos paradigmas de la Educación

"Los cinco retos del siglo XXI para la TV y el Cine educativos: la TV a la carta, el espectador responsable, la interactividad, la formación continua, y la TV a través de Internet"

José María Perceval

Doctor en Ciencias Sociales (EHESS, París) y
Doctor en Ciencias de la Comunicación (UAB, Barcelona)

Profesor de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Autónoma de Barcelona - España

Santiago Tejedor

Doctor en Periodismo y Máster en Comunicación y Educación
por la Universidad Autónoma de Barcelona

Profesor de Periodismo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Autónoma de Barcelona - España

Resumen

El nuevo usuario de la televisión educativa/cultural podrá trazar una educación abierta construida según un currículo personal, afrontar este camino desde su propia libertad crítica, realizarlo en continuo contacto con los profesores que le tutorizan, extenderla a lo largo de su vida y poseer las herramientas telemáticas necesarias par lograrlo. Esta visión utópica resultaría del cumplimiento de los cinco retos de la televisión y el audiovisual educativo/cultural: libertad, responsabilidad, interactividad, continuidad y virtualidad. "Los cinco retos del siglo XXI para la TV y el Cine educativos: la TV a la carta, el espectador responsable, la interactividad, la formación continua, y la TV a través de Internet". Y son retos, porque la sociedad se juega su futuro como tal – su progreso o su retroceso – en los próximos años.

Palabras clave: educación, formación, cine, televisión, interactividad.



Introducción

Nuestras escuelas y centros educativos sufren el asedio del nuevo contexto sociomediático. Hemos pasado de la cultura de masas a la cultura multimedia, a la construcción social de la realidad a través de los medios, a la cibercultura. “La existencia humana se desarrolla a partir de ahora en esa esfera, entre virtual y semiológica, que es la comunicación mediática”¹. “La escuela ya no es la depositaria privilegiada del saber. Es una fuente más entre otras. Compite en desventaja con la radio, el cine, la televisión, Internet...”². El alumno/a se sienten seducidos y atraídos por cantos de sirena mucho más potentes que los académicos estrictos.

Estudiar la sociedad con categorías clásicas – incluso de los estudios de comunicación de la primera época – resulta insuficiente y desesperante. Es necesario construir un nuevo ‘modelo sistémico’ en el sentido de Bertalanffy, que abarque la nueva realidad desde una perspectiva constructivista³.

Nos encontramos ante un nuevo ciudadano que se encuentra entre el espectador pasivo y anestesiado de los medios de masas y el nuevo producto que metamorfosea a los humanos en una especie de cyborgs o en un ‘hombre simbiótico’⁴. Debemos reaccionar y afrontar esta nueva realidad tan apasionante como peligrosa. El cambio de paradigma propuesto debe ir acompañado de un cambio de mentalidad y de estrategia educativa, de una verdadera transformación de la educación y de la política de los medios.

Al mismo tiempo, el sistema escolar responde con dificultad ante la nueva demanda de lectura del lenguaje audiovisual y alfabetización digital que provoca una nueva frontera social entre los ciudadanos. La informatización y digitalización es un proceso

¹ PÉREZ TORNERO, José Manuel, *Comunicación y educación en la sociedad de la información. Nuevos lenguajes y conciencia crítica*. Paidós, Barcelona, 2000.

² PÉREZ TORNERO, José Manuel, “Las escuelas en la sociedad de la información. Dilemas y problemas”, dossier Medianews, Barcelona, 2000.

³ WATZLAWICK, Paul, *Teoría de la comunicación humana. Interacciones, patologías y paradojas*, Herder, 2000.

⁴ ROSNAY, Joël de, *El hombre simbiótico*, Cátedra, Madrid, 1995.



que se encuentra en sus inicios pero que avanza en todos los campos de forma resuelta y ya nos avisa de su intención totalizadora y simplificadora, de la convergencia absoluta con que unirá todos los soportes de la comunicación y de la simplificación de uso final⁵. Es un proceso, aun inacabado, que requiere nuevas competencias y habilidades para poder acceder a la cultura y la investigación.

“Con este fenómeno, las instituciones, los roles personales, los individuos, las identidades y los grupos se transforman – son, en realidad, atrapados por una vorágine de cambios -. Lo cual introduce incertidumbre, desconcierto y, a veces, desorientación”. A la creciente incultura tecnológica se une la tecnofobia de muchos académicos. Se necesitan medidas imaginativas y creativas⁶ que dialoguen con los modelos clásicos pedagógicos y didácticos, que estudien los nuevos medios, que exploren las posibilidades de la interactividad, para ofrecer alternativas y soluciones.

Durante los años 90 hemos asistido a un proceso de concentración de empresas y capitales sin precedentes en la historia de la humanidad. Al mismo tiempo se han globalizado – mundializado, planetizado... – todos los procesos mediáticos y financieros potenciando un discurso consumista global acompañado de una velocidad inédita de los intercambios, de una revolución tecnológica que ha transformado el cine y la televisión, de una revolución de la moda y las costumbres⁷, y de la visión – muchas veces más virtual que real - de una humanidad común en los medios, discurso e ideología que ha encontrado en las nuevas tecnologías de la información su mejor valedor y su principal motor.

Seguimos en la misma alternativa que en los años ochenta del siglo pasado pero, ahora, de forma dramática: necesitamos producir una televisión adecuada para el sistema escolar paralela a una televisión para educar a la sociedad en la cultura y frente a los medios (que no significa enfrentada a los medios). Es decir, necesitamos

⁵ NORMAN, Donald A., El ordenador invisible, Paidós, Barcelona, 2000.

⁶ STERNBERG, Robert J., y LUBART, Todd I., La creatividad en una cultura conformista. Un desafío a las masas, Paidós, Barcelona, 1997.



integrar la educación en el marco audiovisual, desarrollar una estrategia educativa en y por los medios, y organizar el currículo de educación en comunicación. La televisión – y los diversos medios audiovisuales e interactivos - curriculares junto a la televisión “crítica”, deben unirse como las dos caras de la moneda, como el significante y el significado de Saussure para obtener el mismo objetivo: ser el signo de un cambio cultural general de la sociedad.

Esta es una realidad inevitable y la razón es muy simple: si nos atenemos a las definiciones antropológicas clásicas de cultura o a las visiones dialécticas, ambas definen la cultura como el conjunto de los elementos que constituyen y conforman la identidad de un grupo, es decir, las imágenes – icónicas y mentales – a través de las cuales una sociedad interpreta el mundo y los mecanismos de reproducción de estas ideas. Por tanto, los medios de comunicación de masas actuales son el motor primordial de la cultura y la educación en el comienzo del siglo XXI. Los medios inducen a valores, opiniones y actitudes ante la vida, cambian el vocabulario y el lenguaje de su público⁸, muestran visiones cosmológicas espacio-temporales complejas⁹, desestiman grandes grupos de costumbres tradicionales y valorizan otros nuevos inéditos y revolucionarios... La imagen está sometida a una velocidad de cambio que la transforma y nos transforma¹⁰. Pero, ¿estamos de acuerdo con esta educación anárquica – a veces neurótica - y parcializada – a veces sectaria – que ofrecen los medios de comunicación de masas?

Ni la escuela puede vivir de espaldas a los medios ni la sociedad abandonarse alegremente en el placer pasivo de unos medios cada vez más seductores: la sociedad debe ser educada y la escuela debe ser reformada.

⁷ LIPOVETSKY, Gilles, *Metamorfosis de la cultura liberal. Ética, medios de comunicación, empresa*. Anagrama, Barcelona, 2002. LIPOVETSKY, Gilles, *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*, Anagrama, Barcelona, 1990.

⁸ ADORNO, Theodor W., *La ideología como lenguaje. La jerga de la autenticidad*, Taurus, Madrid, 1992.

⁹ KANIZSA, Gaetano, *Gramática de la visión. Percepción y pensamiento*, Paidós, Barcelona, 1998.

¹⁰ DEBRAY, Régis, *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*, Paidós, Barcelona, 1994.



La televisión exclusivamente escolar es una televisión amputada, constringente, no sólo de cortas miras (perspectiva) sino imposible de aplicar finalmente. La televisión y el cine exclusivamente cultural sin una propuesta educativa – una planificación positiva -, representa también una opción parcial, elitista y alejada de la sociedad que desea cambiar. La cultura de Elliott o del grupo de Bloomsbury es ideal como utopía social individualista pero debe conectarse con una nueva sociedad de medios de masas.

Los cinco retos del siglo XXI

El nuevo usuario de la televisión educativa/cultural podrá trazar una educación abierta construida según un currículo personal, afrontar este camino desde su propia libertad crítica, realizarlo en continuo contacto con los profesores que le tutorizan, extenderla a lo largo de su vida y poseer las herramientas telemáticas necesarias par lograrlo. Esta visión utópica resultaría del cumplimiento de los cinco retos de la televisión y el audiovisual educativo/cultural: libertad, responsabilidad, interactividad, continuidad y virtualidad. "Los cinco retos del siglo XXI para la TV y el Cine educativos: la TV a la carta, el espectador responsable, la interactividad, la formación continua, y la TV a través de Internet". Y son retos, porque la sociedad se juega su futuro como tal – su progreso o su retroceso – en los próximos años.

Actualmente, el proceso de aprendizaje es complejo y depende de herramientas intelectuales diversas aplicadas al manejo y tratamiento de la información. Los nuevos medios, amplificados por el desarrollo las redes de comunicación mundiales y de Internet, ofrecen la mayor información que ha tenido jamás la humanidad y, al mismo tiempo, las posibilidades más fáciles de gestión. Necesitamos información pero, ¿cuál? ¿Cómo? ¿De qué manera?

La información¹¹, como todo discurso, depende de su construcción formal, como lenguaje que la hace comprensible y de su poder de seducción como espectáculo¹². Los medios audiovisuales han logrado en este último sentido un avance espectacular

¹¹ CHARAUDEAU, Patrick, Le discours d'information mediatique. La construction du miroir social, Nathan, París, 1997.

¹² GONZÁLEZ REQUENA, Jesús, El espectáculo informativo, Akal, 1989.



en los años noventa: recibimos una serie de estímulos visuales inéditos basados cada vez más en la ficción y menos en la descripción de la realidad (información política, social o científica). Lo fundamental de los nuevos medios es la ruptura del sentido de la realidad. Los artefactos que producen los nuevos medios son, cada vez, técnicamente más perfectos¹³ para sustituir la realidad por un escenario de la realidad, su virtualidad (verosimilitud) es magnífica: se trate del cine, la televisión o las nuevas experimentaciones digitalizadas de la realidad virtual. El doble supera al original, la copia a lo real¹⁴. Es mucho más impactante ver el film cyborgico Gladiator que un documental sobre el imperio romano.

El cine y su lenguaje representan la vanguardia de la experimentación arquitectónica de una nueva realidad¹⁵ con una constante evolución de contenidos que se refleja en el guión interno de los medios audiovisuales¹⁶ y en la dinámica de las teleseries¹⁷. Dentro de la variedad de géneros audiovisuales, el cine cultural, basado en la apreciación crítica del espectador cultivado¹⁸, ha ampliado su campo con la colaboración del documental¹⁹ – que había sido excluido y recluido en la televisión hasta los años noventa, después de haber sido olvidado en la gran pantalla (noticiarios de la primera época del cine y primeros documentales de ficción) -. El documental y la docu-ficción (incluido el mockumentary, uno de cuyos ejemplos emblemáticos es *Forgotten Silver* de Costa Boates y Peter Jackson) se están convirtiendo hoy en productos rentables, preparando al público en el camino hacia el documental educativo.

¹³ MARTÍNEZ ABADÍA, José, Introducción a la tecnología audiovisual. Televisión, vídeo, radio, Paidós, Barcelona, 1997.

¹⁴ ROSSET, Clément, Lo real y su doble. Ensayo sobre la ilusión, Tusquets, Barcelona, 1993.

¹⁵ COMPANY, Juan Miguel y MARZAL, José Javier, La mirada cautiva. Formas de ver en el cine contemporáneo, Generalitat Valenciana, 1999.

¹⁶ COMPARATO, Doc, El guió. Art i tècnica d'escriure per al cinema i la televisió, UAB, 1989.

¹⁷ FRIEDMANN, Julian, Writing long-running television series, Luton Press, 1996.

¹⁸ PUJALS, Gemma y ROMEA, Celia (coordinadoras), Cine y literatura. Relación y posibilidades didácticas, Cuadernos de educación, Universidad de Barcelona, 2001.

¹⁹ SHAW, Jackie y ROBERTSON, Clive, Participatory Video, Routledge, New York, 1997.



Por otra parte, la confluencia digital dirige todas las energías creativas hacia el gran ordenador multifunción. Todo el universo audiovisual – del que no hay que olvidar el papel fundamental de la fotografía²⁰ o la radio junto al vídeo o al multimedia – se convierte en un posible material educativo. En él, en lo más profundo de su corazón cibernético y en el diálogo con su interface, se basarán los nuevos audiovisuales interactivos de la educación del futuro²¹. Pero, en este sendero hacia la digitalización, la informatización y la virtualización, debemos afrontar una serie de retos. Y, superarlos, o perder ese futuro.

La educación a la carta o una TV abierta

Ya no es una utopía la posibilidad de disponer en cualquier momento del material audiovisual adecuado para la función lectiva que requerimos. El problema es la falta de diálogo existente entre ambos mundos: el de los medios audiovisuales y el de los docentes.

Debemos aplicar el saber teórico de las ciencias de la comunicación a los medios y la educación para provocar una confluencia de ambos campos al mismo tiempo que una reflexión crítica superadora de las grandes teorías de la pedagogía y la didáctica. Los medios audiovisuales e interactivos son el único camino para aplicar las grandes utopías educativas del siglo XIX y XX (desde Celestin Freinet a Jean Piaget, de Lev Semyonovich Vygostky a Paulo Freire, de Karl Rogers a Pierre Faure) que deseaban cambiar el esquema clásico de los procesos de aprendizaje e instrucción unidireccionalmente dirigidos. El 'aula sin muros' de Mc Luhan que puede llevarnos quizás a una sociedad sin aulas²² pero jamás sin docentes. El éxito de la televisión ha venido por diversas causas:

- a) El lenguaje audiovisual y cinematográfico no requiere para su comprensión inmediata ningún tipo de alfabetización.

²⁰ FREUND, Gisèle, La fotografía como documento social, GG, Barcelona, 1999.

²¹ MOEGLIN, Pierre, Le satellite éducatif. Média et expérimentation, CNET, París, 1994.

²² PÉREZ TORNERO, José Manuel, "Del aula sin muros a la sociedad sin aulas. La nueva televisión y la nueva educación", Euskaltelebista-Gobierno Vasco, Bilbao, 2000.



- b) Se encuentra organizado sobre un tipo de tecnología de distribución y registro que asegura el control centralizado y la máxima distribución
- c) El acceso es directo, a través de las salas de cine que se convierten en lugares de comunicación social inéditos y de los hogares rompiendo o supliendo la transmisión oral familiar (esta es una enorme diferencia entre ambos medios en tantos aspectos tan complementarios).
- d) Ambos medios han permitido, convivido y favorecido, el proceso de globalización.
- e) Favorecen una recepción pasiva y crean un espectador inmóvil que tiene pocas capacidades de elección²³ a pesar de poder optar por la sala de cine más cercana o transformarse en un homo zapping (a veces de forma neurótica).
- f) Han provocado una homogeneización creciente de la sociedad y una vulgarización del lenguaje standard de comunicación, provocando la tiranía de la franja mediana (los que ven una determinada película o un determinado programa televisivo imponiéndolo al resto de la sociedad – fundamental como elemento de sociabilidad en la franja de edad infantil y juvenil).

Lejos de limitarse a ser un instrumento de comunicación, la televisión ha creado un nuevo contexto, un nuevo ambiente para el conocimiento. Justamente, la palabra "ambiente" parece definir bien la situación: los acontecimientos, los progresos o retrocesos de la conciencia pública se desarrollan en la televisión. Con lo cual se ha convertido en una especie de escenario total de las acciones sociales. Además, ha introducido un nuevo discurso dominante y alterado profundamente los modos de experiencia de la humanidad. ²⁴

²³ SARTORI, Giovanni, Homo videns. La sociedad teledirigida, Taurus, Madrid, 1998.

²⁴ PÉREZ TORNERO, José Manuel, PERCEVAL, José María, La televisión educativa, UNED, 1994.



La búsqueda de público²⁵ y un mal entendido uso de los estudios de recepción ha llevado a los medios audiovisuales a una espiral destructiva de la calidad en beneficio de la sensacionalidad (muchas veces cirquense), lo que ha provocado las críticas de los académicos²⁶ y el rechazo frontal que aun afecta a muchos docentes. No se puede estar contra la televisión y, menos, de espaldas a ella.

La oferta televisiva, y la influencia crítica de la televisión educativa/cultural como oferta de vanguardia y educación de la mirada, debe permitir una elección responsable y selectiva. Los productos audiovisuales (procedentes del cine, la televisión, la fotografía, el vídeo, la radio o el multimedia) deben ser contemplados como materiales educativos, ser insertados modularmente en currículos docentes y ser utilizados como otras herramientas de comprensión de la realidad (aun teniendo en cuenta de que, muchas veces, son construcciones de la realidad que normalmente la desvirtúan)²⁷.

El espectador responsable

El primer paso es la formación de un espectador responsable. Ese proceso educativo requiere un esfuerzo analítico y práctico que se concreta en la llamada educación en comunicación, conjunto de estrategias que intentan formar en un uso crítico y no un rechazo frontal de los medios, un uso activo y participativo en relación con los medios.

Dos acciones:

- a) Educación de la mirada crítica. A través del estudio del cine, la televisión y los productos multimedia, se puede acceder escalonadamente a una capacidad de elección donde el juicio sobre el producto domine a la seducción que él mismo nos produce, sin perder la capacidad lúdica de distracción.

²⁵ DAYAN, Daniel (compilador), En busca del público. Recepción, televisión y medios, Gedisa, Barcelona, 1997.

²⁶ BOURDIEU, Pierre, Sobre la televisión, Anagrama, Barcelona, 1997.

²⁷ AGUADED GÓMEZ, José Ignacio, "La educación sobre televisión. Propuestas para la utilización didáctica del medio televisivo en la escuela", en Comunicación y educación en la sociedad de la información, p.221-234.



- b) Elección de materiales para la enseñanza extraídos del mundo audiovisual que, resituados por el docente, se convierten en herramientas del conocimiento de la realidad.

Es decir, un doble juego: trabajar con los medios para la educación al mismo tiempo que educar al ciudadano/alumno en la conciencia crítica de los medios. Con ello se liberaría un pensamiento libre y crítico ante los mensajes mediáticos, directa consecuencia de la lectura crítica de los medios. La educación en medios²⁸ no es sólo una asignatura para los alumnos, es una asignatura pendiente para el docente y el ciudadano en general. Sin una educación en medios nos encontramos desprotegidos – y en manos – de los medios y de las grandes corporaciones de la comunicación.

La interactividad

Ya no es una utopía la posibilidad de una interacción entre el docente, el material audiovisual y el alumno, de un trabajo superador que lo transforme en un nuevo producto educativo, de un diálogo fluido y continuo entre los tres campos para avanzar en el proceso educativo formal. Para ello, es necesaria la sustitución de los modelos informacionales lineales – que han dominado las teorías clásicas de la educación y la comunicación- por modelos pragmáticos y discursivos más complejos: la tutorización compartida (ya que el alumno se tutoriza a sí mismo en los trabajos en grupo), la enseñanza por problemas (que se solucionan a través de los medios de comunicación disponibles, sobre todo la herramienta de Internet), el trabajo colaborativo en red...

La clase virtual²⁹ – sea semipresencial o sea una ayuda a la clase presencial - no debe ser una pesadilla para el docente, un fantasma que amenaza con arrebatarse el mando de la educación para dárselo a perversas máquinas sin corazón. Por el contrario, la clase virtual es una realidad que le ayudará y amplificará su poder educador.

²⁸ BUCKINGHAM, David, Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea, Paidós, Barcelona, 2005.



La creatividad³⁰ es un elemento fundamental del nuevo espacio educativo interactivo donde se trabaja la imaginación³¹ del alumno mediante el juego y el problema, el esfuerzo recompensado y la autoevaluación constante. Las máquinas sólo ofrecen la técnica, los contenidos son implementados por los docentes o por el trabajo colaborativo de los alumnos.

La televisión interactiva³², cuyos comienzos han sido más prometedores que efectivos, es la herramienta adecuada para la ampliación del campo educativo a toda la sociedad, para la utilización multimedia de géneros³³ y recursos. El aula sin muros se convierte en una realidad – pero siempre bajo la tutoría de los docentes y no entregado a las leyes del mercado.

La formación continua

El aula sin muros permite una educación continua y a la carta, una adaptación continua del ciudadano para perfeccionar su cultura y adaptarse a una sociedad cambiante. Esta necesidad, percibida cada vez más por el ciudadano, ha hecho que los museos europeos se encuentren repletos de público desde hace una década. Este fenómeno es novedoso y se coordina con una boom del llamado turismo cultural.

Las escuelas de formación continua no dan abasto a los nuevos clientes, los masters y postgrados son cada vez más solicitados. Es una necesidad aunque también la angustia de una sociedad que debe reciclarse continua y constantemente.

Hacia una nueva concepción del ocio como elemento creativo y recreativo. El ocio es formación continua ya que es el tiempo de trabajo no remunerado que dedicamos a

²⁹ TIFFIN, John y RAJASINGHAM, Lalita, En busca de la clase virtual. La educación en la sociedad de la información, Paidós, Barcelona, 1997.

³⁰ CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly, Creatividad. El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención, Paidós, Barcelona, 1998.

³¹ RODARI, Gianni, Grammaire de l'imagination. Introduction a l'art d'inventer des histoires, París, 1997.

³² VILLANUEVA PALACIOS, Pantaleó, La televisión interactiva. De televidents a tvnautes, Informes Generalitat de Catalunya, 1999.

³³ PERCEVAL, José María, TEJEDOR, Santiago, El cuento multimedia como recurso educativo, V Congreso multimedia educativo de la universidad de Barcelona: los retos educativos de la sociedad digital, Barcelona, 2005.



nuestra formación (sea a través de la cultura, sea a través de la educación no reglada). La televisión educativo cultural³⁴ es una salida educativa para prepararnos para esta sociedad del ocio cuando liberemos a este término educativo de su pesada carga semántico negativa de enseñanza curricular o pesado documental de expertos en el tema. Una televisión para el ocio – el *ocio* cultural en el sentido clásico que el término tenía - es una televisión que educa y es una salida coherente al marasmo actual de la televisión pública sin identidad y sin destino³⁵.

La TV a través de Internet

La red se ha convertido ya en una herramienta poderosa de información y ayuda para el cine y la televisión cultural/educativa. El siguiente escalón es transformarse directamente en el medio o soporte por excelencia del lenguaje audiovisual³⁶.

La conversión de la red de Internet en la vía de acceso por parte del usuario, - proceso que tardará unos años en completarse -, rompe con dos implícitos del cine y la televisión tradicionales: la analogía y la emisión espacio/temporal. Es decir, la digitalización y el menú cambian el panorama provocando la confluencia de todos los componentes del audiovisual y la conversión de su recepción en un menú disponible y accesible para el receptor.

Todos los estadios anteriores que hemos definido en forma de retos (la televisión educativa a la carta, la capacidad de elección del receptor convertido en espectador responsable, la posibilidad de interacción y la superación del estricto marco escolar) son superados por el nuevo paradigma: un canal único y accesible globalmente donde las categorías espacio/temporales desaparecen por la inmediatez de la transmisión y el acceso libre a la biblioteca global de registros audiovisuales; una vía de doble sentido, donde el usuario/docente/alumno/espectador se convierte en partícipe a

³⁴ José Manuel PEREZ TORNERO, El desafío educativo de la televisión, Para comprender y usar el medio, Paidós, Barcelona, 1994.

³⁵ PERCEVAL, José María, "Medios de comunicación y educación en la sociedad del ocio", en PÉREZ TORNERO, José Manuel, Comunicación y educación en la sociedad de la información, Paidós, Barcelona, 2002, p.59-72.

³⁶ BRAUNER, Josef y BICKMANN, Roland, La sociedad multimedia. Las futuras aplicaciones del audio-video y las telecomunicaciones, Gedisa, Barcelona, 1996.



través de forams de opini3n e incluso en productor de su propia televisi3n educativa (trabajos personales o de grupo) que sitúa en la red.

La idea de canal, franja o espacio de la televisi3n educativa desaparece sustituida por un espacio modular y estructurado temáticamente.

Conclusiones

Volvemos a las hipótesis del principio. Las posibilidades están ala alcance de la mano, las utopías se cumplen, los retos deben ser superados en una carrera que ha comenzado sin nosotros pero que debemos ganar para el audiovisual educativo/cultural:: libertad, responsabilidad, interactividad, continuidad y virtualidad.

"Los cinco retos del siglo XXI para la TV y el Cine educativos: la TV a la carta, el espectador responsable, la interactividad, la formaci3n continua, y la TV a trav3s de Internet". Son retos, porque la sociedad se juega su futuro como tal – su progreso o su retroceso – en los próximos años.

No es necesario angustiarse ni es posible volverse de espaldas al fenómeno. El proceso de los medios es imparable y se coordina con la aparici3n de un nuevo personaje, un ciudadano comunicador (creador de blogs/bitácoras de texto que ya comienzan a publicar registros audiovisuales este año). En estas páginas personales estará durante unos años el nudo y el diálogo de los nuevos audiovisuales educativos/culturales, el forum universal de crítica y control de los productos educativos/culturales.

Nos jugamos el futuro de la televisi3n educativo/cultural que, probablemente, ya no tenga este nombre en tan sólo unos años. Nos jugamos el futuro de la educaci3n y, por tanto el futuro de la humanidad. Hay que ser optimistas porque contamos con un aliado fundamental: la humanidad misma.



Bibliografía

ADORNO, Theodor W., La ideología como lenguaje. La jerga de la autenticidad, Taurus, Madrid, 1992.

AGUADED GÓMEZ, José Ignacio, “La educación sobre televisión. Propuestas para la utilización didáctica del medio televisivo en la escuela”, en Comunicación y educación en la sociedad de la información, p.221-234.

BOURDIEU, Pierre, Sobre la televisión, Anagrama, Barcelona, 1997.

BRAUNER, Josef y BICKMANN, Roland, La sociedad multimedia. Las futuras aplicaciones del audio-video y las telecomunicaciones, Gedisa, Barcelona, 1996.

BUCKINGHAM, David, Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea, Paidós, Barcelona, 2005.

CHARAUDEAU, Patrick, Le discours d'information mediatique. La construction du miroir social, Nathan, París, 1997.

COMPANY, Juan Miguel y MARZAL, José Javier, La mirada cautiva. Formas de ver en el cine contemporáneo, Generalitat Valenciana, 1999.

COMPARATO, Doc, El guió. Art i tècnica d'escriure per al cinema i la televisió, UAB, 1989.

CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly, Creatividad. El flujo y la psicología del descubrimiento y la invención, Paidós, Barcelona, 1998.

DAYAN, Daniel (compilador), En busca del público. Recepción, televisión y medios, Gedisa, Barcelona, 1997.

DEBRAY, Régis, Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente, Paidós, Barcelona, 1994.

FREUND, Gisèle, La fotografía como documento social, GG, Barcelona, 1999.

FRIEDMANN, Julian, Writing long-running television series, Luton Press, 1996.

GONZÁLEZ REQUENA, Jesús, El espectáculo informativo, Akal, 1989.

KANIZSA, Gaetano, Gramática de la visión. Percepción y pensamiento, Paidós, Barcelona, 1998.

LIPOVETSKY, Gilles, Metamorfosis de la cultura liberal. Ética, medios de comunicación, empresa. Anagrama, Barcelona, 2002. LIPOVETSKY, Gilles, El imperio



de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas, Anagrama, Barcelona, 1990.

MARTÍNEZ ABADÍA, José, Introducción a la tecnología audiovisual. Televisión, vídeo, radio, Paidós, Barcelona, 1997.

MOEGLIN, Pierre, Le satellite éducatif. Média et expérimentation, CNET, París, 1994.

NORMAN, Donald A., El ordenador invisible, Paidós, Barcelona, 2000.

PERCEVAL, José María, "Medios de comunicación y educación en la sociedad del ocio", en PÉREZ TORNERO, José Manuel, Comunicación y educación en la sociedad de la información, Paidós, Barcelona, 2002, p.59-72.

PERCEVAL, José María, TEJEDOR, Santiago, El cuento multimedia como recurso educativo, V Congreso multimedia educativo de la universidad de Barcelona: los retos educativos de la sociedad digital, Barcelona, 2005.

PÉREZ TORNERO, José Manuel, "Del aula sin muros a la sociedad sin aulas. La nueva televisión y la nueva educación", Euskaltelebista-Gobierno Vasco, Bilbao, 2000.

PÉREZ TORNERO, José Manuel, "Las escuelas en la sociedad de la información. Dilemas y problemas", dossier Medianews, Barcelona, 2000.

PÉREZ TORNERO, José Manuel, *Comunicación y educación en la sociedad de la información. Nuevos lenguajes y conciencia crítica*. Paidós, Barcelona, 2000.

PEREZ TORNERO, José Manuel. El desafío educativo de la televisión, Para comprender y usar el medio, Paidós, Barcelona, 1994.

PÉREZ TORNERO, José Manuel, PERCEVAL, José María, La televisión educativa, UNED, 1994.

PUJALS, Gemma y ROMEA, Celia (coordinadoras), Cine y literatura. Relación y posibilidades didácticas, Cuadernos de educación, Universidad de Barcelona, 2001.

RODARI, Gianni, Grammaire de l'imagination. Introduction a l'art d'inventer des histoires, París, 1997.

ROSNAY, Joël de, El hombre simbiótico, Cátedra, Madrid, 1995.

ROSSET, Clément, Lo real y su doble. Ensayo sobre la ilusión, Tusquets, Barcelona, 1993.

SARTORI, Giovanni, Homo videns. La sociedad teledirigida, Taurus, Madrid, 1998.

SHAW, Jackie y ROBERTSON, Clive, Participatory Video, Routledge, New York, 1997.



STERNBERG, Robert J., y LUBART, Todd I., *La creatividad en una cultura conformista. Un desafío a las masas*, Paidós, Barcelona, 1997.

TEJEDOR CALVO, Santiago. *La enseñanza del ciberperiodismo en las facultades de Periodismo de España*. Departamento de Periodismo. UAB, Bellaterra, 2005.

TEJEDOR CALVO, Santiago. "Ciberperiodismo y universidad: La inclusión curricular del periodismo on-line". EN: *Análisis y propuestas en torno al periodismo digital. VII Congreso Nacional de Periodismo Digital*. Del 2 al 3 de marzo de 2006.

TIFFIN, John y RAJASINGHAM, Lalita, *En busca de la clase virtual. La educación en la sociedad de la información*, Paidós, Barcelona, 1997.

VILLANUEVA PALACIOS, Pantaleó, *La televisión interactiva. De televidents a tvnautes*, Informes Generalitat de Catalunya, 1999.

WATZLAWICK, Paul, *Teoría de la comunicación humana. Interacciones, patologías y paradojas*, Herder, 2000.