

REVERBERAR

Publicación Académica

Máster Internacional de Comunicación y Educación

Universidad Autónoma de Barcelona
Gabinete de Comunicación y Educación
Barcelona 2010

Gabinete de Comunicación y Educación. UAB
Dr. José Manuel Pérez Tornero
Dr. Santiago Tejedor Calvo
Coordinadora Académica Glória Baena Soria

Organización

Albanir Faleiros Machado Neto
Natalia Paula Scantamburlo
Janet Lucero Velázquez Becerra

Compilación

Albanir Faleiros Machado Neto
Natalia Paula Scantamburlo

Autores

Elisabete Álvarez Santos
Albanir Faleiros Machado Neto
Santiago Giraldo Luque
Felipe Jaramillo Velez
José Martínez Abadía
César Mendoza Beltrán
José María Perceval
José Manuel Pérez Tornero
Azucena Rodríguez Ramírez
Natalia Paula Scantamburlo
Santiago Tejedor Calvo
Walter Temporelli
Fernanda Tusa Jumbo
Leticia Vázquez Méndez
Janet Lucero Velázquez Becerra
Simón Vialás Fernández

Maquetación y Diseño

Janet Velázquez

Universidad Autónoma de Barcelona. Facultad de Comunicación (Bellaterra)

ISBN 978-84-693-9778-7
Hecho en España

Reverberar by Autores Varios is licensed under a Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada 3.0 Unported License

Esta obra está bajo una licencia Attribution-NonCommercial-NoDerivs 3.0 Unported de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/> o envíe una carta a Creative Commons, 171 Second Street, Suite 300, San Francisco, California 94105, USA.



CONTENIDO

Introducción / 5

Palabras Mentoras

Sometimes i feel like reality... / 7

El reto de “re-fundar” y “re-inventar” los medios. José Manuel Pérez Tornero / 9

Tiempos difíciles donde todo es fácil. Santiago Tejedor Calvo / 13

La inmensa capacidad de no atender. José María Perceval / 19

Parte de esta historia. Walter Temporelli / 23

Ciudadanía Activa y Alfabetización Mediática: relaciones básicas y posibilidades de desarrollo. Santiago Giraldo Luque / 27

Presentación de proyectos audiovisuales. José Martínez Abadía / 33

Sociedad de la Información y Sociedad del Conocimiento

...los problemas de Lázaro realmente empezaron... / 37

A influência sobre o livre pensamento nas Universidades. Albanir Faleiros Machado Neto / 39

Brevísima historia de la divulgación científica. Felipe Jaramillo Vélez / 47

Del Circo al Carnaval. De la divulgación a la apropiación social del conocimiento.

Felipe Jaramillo Vélez / 51

Psicología Educacional e Práticas Educativas mediadas pelas Tecnologias de Informação e Comunicação. Elisabete Álvarez Santos / 57

Alfabetización Digital y Mediática

...Lázaro disfrutaba como nunca antes... / 63

Comunicação e Ócio - Uma via de mão única. Albanir Faleiros Machado Neto / 65

En tiempos de crisis: reingeniería de los telediarios. Fernanda Tusa Jumbo / 71

De la Videoclipización al Mushup: implicancias en Comunicación y Educación.

Natalia Scantamburlo / 75

Medios y Tecnologías Educativas, Educación en Medios

...En el principio estaba todo... / 79

¿Cómo formar en el contexto de la cultura actual de Internet a los jóvenes usuarios?

Leticia Vázquez Méndez / 81

Alicia en el País de las Maravillas 2010. Propuesta de actividad para una lectura crítica de cine. Azucena Rodríguez Ramírez / 85

Proyectos y Talleres

...una cosa sí es segura, por ahora toca seguir viajando... / 93

El cosmonauta: un modelo alternativo de producción y distribución cinematográfica.

Simón Vilás Fernández / 95

Sometimes I feel like abstract. Janet Velázquez / 105

Introducción

La presente publicación fue desarrollada en el marco del Máster Internacional de Comunicación y Educación del Gabinete de Comunicación y Educación-UAB y tiene por objeto divulgar aquellos contenidos estudiados, analizados e investigados dentro de las áreas disciplinares propuestas en el programa académico del mismo.

Entendemos que el campo de la Comunicación y el de la Educación no se encuentran en la actualidad aislados sino que, fruto de la interdisciplinariedad, permiten el desarrollo de trabajos Educomunicativos.

En este sentido, los textos publicados son el resultado de un proceso de aprendizaje basado en la reflexión de las problemáticas y tópicos propios de estos campos disciplinares. A su vez, tienen la intención de generar en el lector nuevos interrogantes del mundo Educomunicativo. De allí la expresión inicial de nuestra contraportada: “Aprender sin reflexionar es malgastar la energía”(Confucio).

Los artículos y textos fueron realizados por algunos de los alumnos de la promoción 2010 y docentes de diferentes áreas de estudio. Cada uno de ellos contribuye a resolver y analizar algún aspecto de este incipiente campo, el de la Educomunicación, a partir del aporte e influencia de sus experiencias y conocimientos académicos y profesionales.

Para su comprensión, la presente publicación se encuentra dividida en un primer apartado denominado *Palabras Mentoras* y cuatro ejes conceptuales: *Sociedad de la Información y Sociedad del Conocimiento*; *Alfabetización Digital y Mediática*; *Medios y Tecnologías Educativas*, *Educación en Medios y Proyectos y Talleres*.

En el apartado *Palabras Mentoras* se recopilan textos facilitados por algunos docentes del Máster, los cuales poseen una vasta experiencia en la materia y un reconocido recorrido académico.

La primera sección, *Sociedad de la Información y Sociedad del Conocimiento*, desarrolla a partir del punto de vista de sus autores, la evolución histórica y social del conocimiento. Para ello se abarcan, como objetos de análisis, los medios masivos de comunicación (retomando las Teorías de la Comunicación)

y la escuela. En el primer caso, como divulgadores científicos y, en el segundo, involucrando a la universidad y el sistema escolar como formadores del libre pensamiento y de nuevos métodos de enseñanza-aprendizaje en el mundo de la globalización y la revolución tecnológica.

La segunda sección, *Alfabetización Digital y Mediática*, explica en tres artículos diferentes pero no por ello contradictorios, la relación existente entre ocio, medios de comunicación y educación. Esta sección hace hincapié en el lugar que ocupan las instituciones mediáticas y educativas en la actualidad y la responsabilidad de sus gestores (comunicadores y educadores) en el proceso educativo del individuo.

La tercera sección, *Medios y Tecnologías Educativas*, *Educación en Medios*, pretende dar a conocer las oportunidades que ofrecen los productos comunicativos, tales como el cine e internet, para el desarrollo de propuestas que favorezcan la educación en medios.

Por último, la sección *Proyectos y Talleres* tiene por finalidad difundir propuestas creativas en este campo disciplinar.

Sin embargo, no queríamos dejar ausente la temática que este año afecta al Máster: “acercamiento de las culturas”. En este sentido, hay una multiculturalidad presente en la publicación, por lo cual se privilegiaron no sólo los puntos de vista individuales, los espacios de reflexión propios y la formación personal, sino también el respeto por las lenguas de origen y las normas de estilo y redacción propias de cada uno de los autores.

Para finalizar, agradecemos a profesores del Gabinete de Comunicación y Educación de la UAB, quienes influenciaron estos artículos a partir de las propuestas áulicas transmitidas. En especial, a los profesores Fabio Tropea y José María Perceval en quienes se evidencia una fuerte transmisión conceptual y un despertar de nuevos interrogantes teóricos en los alumnos.

Albanir Faleiros y Natalia Scantamburlo
Compiladores

PalabrasMentoras

Sometimes i feel like reality...

Primera parte ó al comienzo...

El día de su resurrección todo parecía más normal que siempre, el mismo calor de esos días, esa quietud que lastima, de vez en cuando algún sonido lejano;

en verdad no era un mal lugar para toda la eternidad, tan solo ese olor, ese olor inmundado, ese olor a carroña, ese olor provenía de él...

de pronto las voces del otro lado, algunos lloriqueos (por qué son tan incisivos los lloriqueos?), ese olor...

un sonido ensordecedor, la roca ha sido removida, ese olor, luego la luz...

al fin dos siluetas,

¡sí!, dos siluetas humanas, entonces esa voz fuerte, limpia y retumbando por todos lados...

Lázaro Leváaantate!!!

Esse fin de semana fue bastante animado por no decir movido, Lázaro se sintió a sus anchas, solo de vez en cuando volvía ese olor...

definitivamente contar con la amistad de ese Jesús era todo un acierto, si se acababa el licor solo pedía agua, si no había comida suficiente la hacía rendir....

en la tarde del segundo día de celebraciones por su resurrección Lázaro estaba tan contento y tan ebrio que olvidó ese olor...

como era de esperarse las habladurías no dieron espera, unos decían que todo era obra del

demonio, otras que tanto Lázaro como ese Jesús eran terroristas integrantes de una célula urbana Celota, se hablaba inclusive de un complot orquestado por esta organización junto con algunos de los pocos medios independientes; se llegó a decir que Lázaro era (literalmente hablando) la prueba viviente de la descomposición social de la época...

los constantes desmanes que desde palacio se producían centraban todas las miradas en Herodes, así como los constantes desaciertos que Poncio Pilatos demostraba en materia local, reflejaban el odio generalizado hacia el imperio... pero para ser sinceros entre: trabajo, templo, sinagoga, pan y por supuesto circo "romano", no quedaba mucho más tiempo para materializar esos odios tan ancestrales como la biblia misma; además, quién puede quejarse cuando otros compatriotas tan herederos del reino de yavé como Lázaro habían triunfado siendo exitosos cantantes, inmortales gladiadores y rancios industriales de la cerveza...

el resto de semana pasó como llegó para Lázaro, casi sin notarlo, así es la vida unas veces se está muerto y de repente lo resucitan a uno, entre ires y venires, preguntar un perfume acá, comprar otro acá, ese olor ya casi se va... desde que lo resucitaron su memoria no era de lo más precisa....

El reto de “re-fundar” y “re-inventar” los medios

José Manuel Pérez Tornero

Reverbero: cuerpo de superficie bruñida en que la luz reverbera. **Reverberar:** reflejarse. Los medios son hoy reflejo y reverberación de las sociedades que los han creado, promovido y... transformado. La coyuntura actual exige más que nunca que todos, pero especialmente, de los “educadores” una particular “reverberancia” crítica, reflexiva y elocuente. Ese rumor será luego melodía.

Los textos que se recogen en este libro desempeñan esa función de reverberar. En ellos hay reflejos de autores, enfoques, teorías y corrientes. Pero también algo de luz propia, creativa y original. Son un “espejo innovador” que invita a “re-fundar” y “re-pensar” los medios.

El 8 de agosto (2008) -no había quebrado aún Lehman Brothers- Paulson, secretario del Tesoro de EEUU, recibió una carta de 16 de las grandes entidades financieras de Estados Unidos: “Consideramos -decían- que la crisis de 2007 y 2008 es la más severa desde la II Guerra Mundial”, y, entre otras, atribuían las causas a “los excesos del comportamiento humano colectivo: optimismo desenfrenado en las subidas y miedo -bordeando el pánico- en las bajadas”. Fijémonos: “excesos del comportamiento humano colectivo”, buena fórmula para una amargada antropología moralizante, ¡qué vaciedad, en cambio, para una explicación racional! Máxime viniendo de quien viene que hubieran debido de ser capaces de diagnosticar y proponer soluciones.

Pasan los días y en octubre la crisis y el miedo es ya pánico: “La semana que culminaron ayer los mercados mundiales -dice un editorial de *El País*- es peor incluso que las peores semanas de los meses de octubre de 1929 y 1987. (...) peor que ningún otro *crash*”. (...) “El pánico mundial, muy intenso en las plazas asiáticas, obedece a varias razones de fondo. Una de ellas es que los inversores no se creen los planes de rescate financiero, ni las reducciones concertadas de tipos de interés, ni las desesperadas inyecciones de liquidez en el sistema. Consideran que han llegado tarde y que no evitarán algunas quiebras financieras latentes. Los inversores sólo confían hoy en intervenciones públicas di-

rectas, en los bancos privados y en el control, lejano o próximo, de los poderes públicos.

Si los diagnósticos son ciertos, la crisis de confianza está llevando a poner radicalmente en cuestión la mentalidad imperante durante las últimas décadas. Mentalidad en la que se ha inspirado el desarrollo de la globalización y de la sociedad de la información. Mentalidad que resume en los siguientes principios asociados: *tecnología-innovación-mundialización- crecimiento-consumismo-mercado*.

Estos principios hasta ahora sacralizados y que han servido de pilares del sistema capitalista financiero, se resquebrajan a ojos vista:

- La tecnología -que hasta ahora imponía un determinismo altivo- ha resultado irrelevante en esta crisis o se muestra impotente.
- La innovación -tan cacareada- no ha cambiado los vicios del sistema: despilfarro, ineficiencia, corrupción, incoherencia.
- No hay ya crecimiento: las grandes economías o se estancan o entran en periodos de recesión e, incluso, algunos hablan de depresión.
- Ya no se consume al ritmo que se hacía y, sobre todo, se pone en cuestión el modelo consumista; de pronto, buena parte de los ciudadanos se han puesto a ahorrar y a preservar su dinero.
- Ya no cree casi nadie en la inhabilidad del mercado -al menos en su sacralización- ya no cree nadie cuando lo que se está reclamando es la intervención y nacionalización por parte de los poderes públicos.

Se deshincha una nueva burbuja. Ya no es la burbuja de Internet o de las empresas *punto.com*, es la burbuja, más enorme todavía, de las finanzas globalizadas, del reinado de las bolsas especulativas y de la ideología *neocons*.

Un estilo de gestión del mundo -ese *management* descarado, soberbio, arrogante y agresivo que, de un modo u otro, todos hemos padecido- se ha venido abajo. Apenas en dos meses, no queda nada de él si no es una triste caricatura. El que los ejecutivos de Fortis hayan celebrado una comida en Montecarlo a razón de 50.000 euros el cubierto, o el que los ejecutivos de una banca en quiebra norteamericana hayan "curado sus penas" en un *ressort* de superlujo es sólo el esperpento de un régimen de gobernar las empresas que muere a ojos vista.

Pero, a buen seguro, el *tsunami* de la desconfianza creciente que sólo ha hecho más que empezar acabará con sus últimos vestigios.

Pero, ¿cómo no se ha visto venir todo esto?, ¿cómo no hemos sido capaces, en una era mediática, con infinidad de recursos informativos a nuestro alcance, de adivinar la magnitud de la catástrofe que se estaba fraguando?

Y, sin embargo, durante los últimos tiempos ha habido aviso para navegantes para todos los gustos. Stiglitz, ex-ejecutivo del Banco Mundial y premio Nóbel de economía, escribió tres libros desenmascarando la interioridad ineficaz, corrupta, soberbia e inútil de este mundo de líderes financieros. Economistas como J. Saaks, nos han explicado claramente los límites y tremendos riesgos de nuestro sistema cuando al crecimiento demográfico, la destrucción de las fuentes energéticas y al crecimiento no sostenible había que añadir la incompetencia y el desinterés por encontrar una vía de cooperación global que empezara a resolver parte de nuestros problemas. Luego ha habido innumerables denuncias, nada evitables, como las de un Noam Chomski, que ha escrito infinidad de textos y artículos sobre la eventual, y ya nítida, caída de EEUU y su imperio y sobre la tremenda operación de vaciado mental que estaban realizando al-

gunos medios globales al respecto. Armand Mattelart y N. Klein no han cesado de denunciar la multinacional publicitaria. Hammelink, clamó en el desierto por la instauración de la ética en el ciberespacio...

Desde la Semiótica, la Sociología, la Ética, desde muchas ciencias sociales y humanas -incluso desde algún tipo de Economía- la insostenibilidad del sistema ha venido siendo denunciada con sistemática continuidad por muchos autores -además de los ya mencionados: Baudrillard, Touraine, Ziegler, Bauman, Morin, Bech-. El capitalismo negro de nuestro tiempo ha sido descrito por todos ellos: con sus amos y esclavos, con sus despotismos ilustrados, con su indiferencia negligente y falta de compasión (o, hasta, su fatiga de compasión-Susan Moeller-) ante el sufrimiento que ha degenerado en violencias étnicas y discursos xenófobos y racistas (Cf. Perceval) repartidos por el mundo, guerras energéticas, desolación en los países emergentes, temores y dependencias.

Todos ellos han señalado la indiferencia ante la vida de este desarrollo económico (Morin) o la licuefacción de la misma vida social (Bauman, *La vida líquida*) hasta convertirla en un magma de inseguridades, miedos e inestabilidades perpetuas; o en un flujo continuo (Gitlin) de falta de sentido y de aturdimiento, o de estupidización (Lasch), o de falta de sentido (Bech). O un Eco, que nos describía cómo íbamos para atrás como el cangrejo y, sin embargo, nos explicaba cuánto recuperaríamos si éramos capaces de salir del aturdimiento tonto de la falsa modernidad mediatizada...

Aquella sociedad del *riesgo*, descrita complacientemente por Giddens, muestra ahora su peor cara. El riesgo incontrolado, que ya no se puede calcular como una variable de nuestra acción humana, sino que se ha convertido en una constante azarosa del sistema. Una banca que cae una sobre otra y todas juntas, se derrumban como un castillo de naipes, una política espectacularizante -basada muchas veces en el *storytelling* del cuento fantástico- pero que ha sido incapaz, por ejemplo, de federar de un modo razonable

Europa, o de favorecer una mínima concercación en torno a los fines del milenio, o tan sólo de no dejarse llevar por el unilateralismo más brutal y descarnado.

Por todo ello, es innegable que, de alguna manera había avisos de desastre por doquier, pero caían en saco roto, *nadie* les prestaba atención o, al menos, suficiente atención. No había información solvente ni eficaz al respecto. No había, por tanto, un mínimo grado de concienciación de la opinión pública, ni mucho menos un repertorio mental de estrategias de salida.

Es justo ahora, pues, recordar aquella denuncia de Neil Postman, que fue catalogado en su día, de *catastrofista*: ¡Los medios nos hacen divertimos hasta morir! Seguimos todos y, sobre todo nuestro sistema mediático, empeñados en seguir *divirtiéndonos* mientras el planeta de *desangra* a ojos vista (Cf. *Guión y actualidad*: sigue aumentando el consumo de televisión).

Sin embargo, es ésta una cuestión crucial, ¿dónde estaban los medios?, ¿dónde estaba su poder de información, de exploración, de alerta?

El 7 de septiembre ya nos preguntábamos: “Cuando -en medio de una sorpresa generalizada y de un *shok* sicológico de envergadura mundial- los bancos se hundan, quiebran las compañías aseguradoras, suspenden pagos las empresas, los alimentos se encarecen y se pierden millones de empleos, tal vez deberíamos preguntarnos por qué no alertaron los medios de comunicación a tiempo de todo esto que nos ha sucedido”. Ahora, un mes después -cuando todo parece haberse agravado- la misma pregunta sigue siendo crucial pero es aún más imperativa.

Necesitamos un diagnóstico urgente y un remedio activo. Si los medios han fallado, si no nos han prevenido, si no nos han hecho modificar nuestras percepciones y conductas

ante lo que ha sucedido, no podemos continuar como si nada.

Lo más preocupante es empezar a atacar que tal vez los medios no han fallado por ignorancia, ineficacia, descuido u omisión, sino por connivencia o, al menos, complacencia con los factores que nos han llevado a la ruina. ¿Acaso no han sido ellos los promotores del consumismo, los que han alentado, enaltecido y sacralizado a los ejecutivos agresivos como nueva élite del universo y los héroes principales de nuestro Olimpo?, ¿acaso no han sido ellos los que han *acolchado* nuestra sensibilidad ante las atrocidades que el sistema necesitaba perpetrar delante de todos sin que nadie protestara -Iraque, Guantánamo, Darfur, etc.-?, ¿o no han sido ellos los que han impulsado esa espiral del silencio que encubría los riesgos temerarios de una Banca Internacional que, gracias a ellos, promovía un consumismo cívico exaltado que, a su vez, hacía crecer la publicidad de la que se nutrían los medios de comunicación?

Probablemente, ni han sido todos los medios, ni sólo ellos han sido los culpables de la situación, pero la pregunta tiene que empezar a contestarse, por qué si ha nacido ya la desconfianza y hasta el pánico ante las instituciones financieras y políticas, la credibilidad de los medios ha empezado a perder muchos enteros y seguramente resistirá pocas pruebas sin desmoronarse.

Para recuperar la confianza necesitaremos de nuevo a los medios pero de ahora en adelante, ¡ya nada será igual! Tienen que cambiarse muchos principios, muchos métodos. Tienen que encontrarse nuevas vías de participación y de creación de opinión pública. Debemos abrir paso a la conciencia crítica tanto como a un discurso alternativo solvente y eficaz. Será necesario explorar nuevos caminos y marcar nuevos territorios de debate público. Nada seguirá siendo igual. Casi todo tendrá que re-fundarse y re-inventarse»

Tiempos difíciles donde todo es fácil

Santiago Tejedor Calvo

La muerte en directo. Así tituló Elpais.com un reportaje realizado por Iban Campo, periodista vasco afinando desde hace muchos años en Santo Domingo (República Dominicana).¹ Sucedió el 23 de agosto de 2007. La historia es trágica. Sin embargo, al mismo tiempo, constituye un claro ejemplo de las características definitorias del nuevo escenario comunicativo en línea.

El huracán Dean se acercaba con fuerza a la Dominicana. Las autoridades advirtieron a los ciudadanos. Sin embargo, dos jóvenes desoyeron los consejos y decidieron dedicarse a recoger los cangrejos que expulsaban con violencia las olas del mar. Hasta que una de ellas se llevó consigo a uno de los jóvenes. Allí mismo, filmando el furioso oleaje se encontraba Carlos Fernández ataviado con su cámara digital. Lo que grabó puede resumirse en pocas palabras: una cabeza se mueve impotente entre gigantescas olas. Tras unos minutos, desaparece. El video termina. En tan sólo tres días, más de 250 mil personas vieron el video en *YouTube*. Internet y, concretamente, el periodismo-ciudadano posibilitaron la crónica de una *muerte en directo*.²

Sin embargo, el ejemplo nos aporta más aspectos para la reflexión. A partir de este material elaborado con un equipo doméstico y por una persona no experta en la creación de mensajes audiovisuales, la tarea del periodista Iban Campo fue la de indagar, contextualizar y completar los datos que completaban la historia. Su tarea fue la de *escribir* por un lado, pero al mismo tiempo la de verificar, contrastar y ampliar la información relativa al

video. Además, a él le correspondió también la labor de *ensamblar* en un solo mensaje un conjunto de recursos *on line* que si bien no eran todos de su autoría (tal es el caso del video mencionado) sí que fueron resultados de su búsqueda y selección, y pasaron a integrar un *itinerario ciberperiodístico* creado por él.

El caso viene a plasmar la demanda de una gran rapidez en la elaboración de los mensajes, la necesidad de aprender a *manejar* con criterios periodísticos contenidos elaborados por ciudadanos anónimos, la pertinencia y utilidad de conocer qué recursos ofrece la red y, por encima de todo, la importancia de conocer las pautas para articular mensajes ciberperiodísticos que definan *recorridos guiados* a partir de los materiales existentes en la red de redes. En definitiva, la historia nos sitúa en un contexto donde todos pueden ser emisores, pero no periodistas. El ciberperiodismo sigue siendo, ante todo, periodismo. Y los ciberperiodistas siguen siendo, ante todo, periodistas. No obstante, la red de redes les exige asumir nuevas habilidades y competencias.³

Muchos cambios, poco tiempo

En Internet, la prioridad ya no es (desde hace un tiempo) la audiencia masiva. En Internet, los periodistas ya no son (cada vez menos) los únicos que difunden mensajes informativos. En Internet, lo importante ya no es crear nuevos contenidos sino, más bien, aprender a aprovechar los existentes.

Las microaudiencias crecen y, por extensión, los proyectos, las iniciativas y los ciber

¹ Ver: http://www.elpais.com/articulo/internacional/muerte/directo/elpepiint/20070823elpepiint_10/Tes y http://www.elpais.com/articulo/internacional/muerte/directo/elpepiint/20070823elpepiint_10/Tes

² Cabe señalar que Carlos Fernández llamó de inmediato a los servicios de emergencia alertando de la caída del joven al mar y que, según confesó posteriormente, al ver lo sucedido, comenzó a grabar "para que quedara constancia del hecho".

³ Ver: Tejedor Calvo, Santiago. *La enseñanza del ciberperiodismo: De la alfabetización digital a la alfabetización ciberperiodística*, Sevilla, Comunicación Social.

medios que se dirigen a públicos reducidos, específicos, olvidados. A ello se une el crecimiento a una velocidad cada vez mayor de la participación de la audiencia en el debate informativo. Los usuarios deciden (o, al menos, pueden decidir) cómo recibir las noticias, sobre qué temas, con qué jerarquización. Y pueden, incluso, evaluarlas, votarlas, comentarlas, criticarlas, ampliarlas, etcétera.

Por tanto, el usuario es más que nunca lector-autor. No solamente porque puede responder a los *cibermedios* (encuestas, participación en blogs, etcétera), sino porque puede hacer uso de instrumentos informativos capaces de llegar de forma inmediata y con todo tipo de atributos informativos a todos los usuarios de la red. Los *periodistas-ciudadanos* o, si se prefiere, los *ciudadanos-periodistas* han sabido demostrar que la ruptura del monopolio informativo es ya un hecho consumado. Y, al mismo tiempo, han sabido comunicar al mundo un mensaje: *con la Web 2.0⁴ todos somos emisores (que no periodistas)*.

La Web 2.0 introduce una serie de cambios que comienzan a desembocar en proyectos, rutinas de producción y productos altamente innovadores. Las principales diferencias entre la Web 2.0 y la 1.0 se sintetizan en los puntos que pueden observarse en el recuadro.

En este nuevo contexto, el usuario se consolida como el principal *actor* y *protagonista* de Internet. Tal y como apunta Ismael Nafría en su libro *Web 2.0: El usuario, el nuevo rey de Internet*,⁵ se ha pasado de una etapa donde lo más importante eran los contenidos a un escenario, el actual, donde lo más importante es el usuario.

A lo largo de la todavía breve historia de Internet ha habido diferentes *reyes* de la web. En su día, la frase *el contenido es el rey (content is the king)* fue la dominante. Se

entendía en esa etapa, previa al estallido de la *burbuja puntocom*, que si una web quería obtener una posición realmente dominante en el mercado debía ofrecer un contenido lo más valioso posible, distinto de la competencia, de gran valor añadido. Quien tuviera el contenido, reinaría.⁶

En esta nueva etapa, presidida por el crecimiento de los servicios y proyectos de la Web 2.0, se ha tomado conciencia del papel decisivo de los usuarios en el mantenimiento, crecimiento y desarrollo de diferentes espacios en línea. Como señala Nafría: *La Web 2.0 sitúa al usuario en primera línea de la nueva generación de internet*.⁷ El periodista debe, por tanto, reciclar su formación en función de las características definitorias de este nuevo escenario periodístico que inaugura la Web social.

Web 1.0		Web 2.0
Doubleclick	-->	Google AdSense
Ofoto	-->	Flickr
Akamai	-->	BitTorrent
mp3.com	-->	Napster
Britannica Online	-->	Wikipedia
personal websites	-->	blogging
Evite	-->	upcoming.org and EVDB
domine name speculation	-->	search engine optimization
page views	-->	cost per click
screen scraping	-->	web services
Publishing	-->	participation
content managment systems	-->	wikis
directories (taxonomy)	-->	tagging ("folksonomy")
stickiness	-->	syndication
(Fuente: O'Reilly, 2005)		

⁴ "Los propulsores de la aproximación a la Web 2.0 creen que el uso de la Web está orientado a la interacción y redes sociales, que pueden servir contenido que explota los 'efectos red' con o sin crear Web interactivas y visuales. Los sitios Web 2.0 actúan más como puntos de encuentro, o Web dependientes de usuarios, que como Web tradicionales". Ver Cerezo, José M. (dir.). *La blogósfera hispana. Pioneros de la cultura digital*, Fundación France Telecom.

⁵ Nafría, Ismael, *Web 2.0: El usuario, el nuevo rey de Internet*, Barcelona, Gestión 2000.

⁶ Op. Cit., p.117. / ⁷ Op. Cit., p.120.

⁸ Tejedor Calvo, Santiago. *De la alfabetización digital a la alfabetización ciberperiodística*, en Revista Telos, Madrid, Fundación Telefónica, octubre-diciembre de 2007, no. 73.

De la alfabetización digital a la alfabetización ciberperiodística⁸

Son muchas las nuevas demandas formativas que introduce Internet. En un primer estadio, se requiere de una *alfabetización digital*⁹ entendida como la utilización de la tecnología y la comunicación digital y redes para acceder, manejar, integrar, crear, evaluar información para poder funcionar en una sociedad del conocimiento.

No obstante, los profesionales del periodismo *on line* deberán dar un paso más y, desde una *alfabetización digital*, deberán acceder a una *alfabetización ciberperiodística*. Deberán disponer -tanto por sus exigencias profesionales como por su compromiso deontológico- de una serie de capacidades que les permitan seleccionar, acceder, evaluar, integrar, gestionar, crear y comunicarse en el seno de la sociedad-red, aplicando criterios, adoptando decisiones y siguiendo pautas de trabajo de naturaleza puramente periodística. En resumen, el ciberperiodista debe aprender a:

Leer: el ciberperiodista debe conocer las diferentes formas de consulta de los usuarios al acceder a un sitio web. Muchos internautas, en un primer contacto con un cibermedio, no leen sino que hojean los contenidos presentados. Este aspecto influye decisivamente en la concepción y presentación de los mensajes ciberperiodísticos.

Escuchar: el ciberperiodista debe aprender a relacionarse con unos internautas que poseen un gran protagonismo en la red. Ha de escuchar a su público, aprender de él, aprovechar sus aportes, etcétera.

Gestionar: el ciberperiodista debe ser capaz de manejarse con solvencia entre ingentes cantidades de información aplicando criterios que le permitan valorar la calidad de los diferentes recursos y, por ende, seleccionar los idóneos.

Escribir: el ciberperiodista debe ser capaz de elaborar mensajes con textos, sonidos y palabras aplicando las pautas propias de la lectura en pantalla. Se trata, en definitiva, de desarrollar una redacción ciberperiodística adaptada a las posibilidades y oportunidades del medio.

Inventar: el ciberperiodista debe ser capaz de crear nuevos productos informativos superando los heredados de los soportes analógicos. En este sentido, se plantea la necesidad de pasar de un periodista que sólo crea contenidos a un periodista que, además de crear, los busca, consulta, evalúa, selecciona, jerarquiza y aglutina en un nuevo y diferente producto informativo. Nace así el periodismo mashup.

Periodismo mashup: hacia el verdadero multimedia ciberperiodístico

En el artículo *Periodismo 'mashup'*¹⁰: *combinación de recursos de la web social con una finalidad ciberperiodística*¹¹, publicado en la Revista *Anàlisi* del Departamento de Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona, Santiago Tejedor acuña el concepto de *periodismo mashup*¹² para hacer alusión a los nuevos productos ciberperiodísticos que nacen del ensamblaje (con una concepción y finalidad estrictamente informativa) de dife

⁸ Para José Manuel Pérez Tornero, el fenómeno presenta una doble dimensión educativa-tecnológica del concepto. Por un lado, el término "alfabetización" alude a la necesidad de aprender habilidades relacionadas con el dominio de un determinado lenguaje; mientras que la palabra "digital" rescata la naturaleza binaria de las nuevas tecnologías con todo su alcance y posibilidades. No se trata, en definitiva, de aprender el manejo de determinadas herramientas de software y/o hardware. El alcance del concepto va más allá.

¹⁰ Wikipedia define los mashups como: "Una aplicación Web híbrida". Esto es: "Un sitio Web o aplicación Web que usa contenido de más de una fuente para crear un nuevo servicio completo. El contenido utilizado en un mashup es típicamente usado de terceros a través de una interfase pública o usando un API. Otros métodos que constituyen el origen de sus datos incluyen: sindicadores Web (RSS o Atom) y JavaScript.

¹¹ Tejedor Calvo, Santiago. *Periodismo 'mashup': Combinación de recursos de la web social con una finalidad ciberperiodística*, en Revista *Anàlisi*, Departamento de Periodismo, UAB, Servei de Publicacions, Bellaterra, Barcelona, no. 35.

¹² La palabra mashup, originaria del mundo de los *disc-jockeys* (que mezclan diferentes temas para crear uno nuevo), gira alrededor de las API, es decir, de pequeñas aplicaciones de configuración sencilla que se instalan en el servidor que genera el mashup.

rentes utilidades, plataformas y recursos de la Web 2.0.¹³

En este texto, basado en una investigación que se desarrolló tomando como objeto de estudio diferentes sitios web que utilizan mashup con diferentes finalidades, se concluye que la Web social ha posibilitado la aparición de una nueva tipología de productos, servicios y/o aplicaciones online que recuperan el sentido fundacional de la red de redes al tiempo que presentan los requisitos de un verdadero mensaje multimedia.

El denominado *periodismo mashup* estaría inspirado en esta construcción de engranajes que articulan en un solo producto (en este caso, con finalidad estrictamente informativa) diferentes servicios de la red otorgándoles de este modo un nuevo sentido y una nueva utilidad. En este caso, el periodista no genera contenidos, sino que su tarea se centra en la construcción de itinerarios o *rutas* de naturaleza hipertextual que conducen a contenidos on line ya existentes en otras *plataformas colaborativas*.¹⁴

Consolidada en un serie de ámbitos, como el inmobiliario, publicitario, televenta, hotelería, etcétera,¹⁵ el periodismo mashup se encuentra todavía en estado inicial de desarrollo. No obstante, esta nueva tendencia promete consolidarse progresivamente como un remedio al anquilosamiento y falta de creatividad de muchos cibermedios actuales. Para lograrlo, será decisivo que el periodista on line aglutine una serie de habilidades y competencias

que le permitan desempeñar funciones que hasta el momento apenas desempeña o bien lo hace de forma secundaria y/o superficial:

a) El ciberperiodista como gestor y filtro de la información (abundante, confusa y caótica de la red): la labor del periodista online se aproxima al perfil del cartógrafo, planteado por Koldo Meso, o la figura del guardia urbano, que propone Vicent Partal.¹⁶ El ciberperiodista conoce los mecanismos para seleccionar los recursos de mayor calidad y provecho informativo.

b) El ciberperiodista como centinela de la actualidad informativa: el ciberperiodista se mantiene constantemente atento de los cambios de la actualidad informativa en aras de renovar sus contenidos en un tiempo cada vez más estrecho y en un escenario cada vez más abundante en mensajes y con un ritmo más vertiginoso.

c) El ciberperiodista como ensamblador o arquitecto de contenidos y utilidades de diferente naturaleza y procedencia: finalmente, y quizá como aspecto más destacado, la generación de contenidos queda relegada a un segundo término (si bien continúa siendo un pilar fundamental en su quehacer cotidiano) para conferir una importancia creciente al diseño de *itinerarios informativos*, *cartografías*, *mapas* y *modelos navegacionales ciberperiodísticos*. El periodista no sólo construye la actualidad sino que dibuja los *camino*s para recorrerla, conocerla y comprenderla.))

Santiago Tejedor Calvo – Doctor en Periodismo y Ciencias de la Comunicación – UAB,
Doctorado del programa de Ingeniería de Proyectos, especialidad Comunicación, de la UPC,
Profesor del Departamento de Periodismo de la UAB y Coordinador del Gabinete de Comunicación y Educación.
santiago.tejedor@uab.cat

¹³ Molist, Mercé (2006). *El 'mashup', la mezcla de servicios en Internet atrae a la empresas*, en *Ciberpaís*, El País, 26 de octubre de 2006, p. 1-5.

¹⁴ Tejedor Calvo, Santiago. *Periodismo 'mashup': Combinación de recursos de la web social con una finalidad ciberperiodística*, en *Revista Anàlisi*, Departamento de Periodismo, UAB, Servei de Publicacions, Bellaterra, Barcelona, no. 35.

¹⁵ Ver: <http://bilabo-bi>; <http://www.wikiloc.com>; <http://www.panoramio.com>; <http://www.horaylugar.com>; <http://www.geofactory.com>; <http://moon.google.com>.

¹⁶ Para una interesante reflexión en torno a la evolución del perfil del ciberperiodista, consultar Meso Ayerdi, Koldobika, *Un nuevo tipo de profesional llama a las puertas del Periodismo: el periodista digital*, en *Revista Latina de Comunicación Social, La Laguna* (Tenerife), junio-septiembre, año 5, no. 51.

Bibliografía.

- Cerezo, José M. (dir.). *La blogósfera hispana. Pioneros de la cultura digital*. Fundación France Telecom, 2006.
- Molist, Mercé. *El 'mashup', la mezcla de servicios en Internet atrae a la empresas*, en *Ciberpaís*, El País, 26 de octubre de 2006, p. 1-5.
- Nafría, Ismael. *Web 2.0: El usuario, el nuevo rey de Internet*, Gestión 2000, Barcelona.
- Pérez Tornero, José Manuel. *Promoting Digital Literacy, eLearning Action*, Plan 2004-2006, European Commision, Elearning Plan, 2004.
- Tejedor Calvo, Santiago. *De la alfabetización digital a la alfabetización ciberperiodística*, Revista *Telos*, Madrid, Fundación Telefónica, octubre-diciembre de 2007, no. 73.
- Tejedor Calvo, Santiago. *Periodismo 'mashup': Combinación de recursos de la web social con una finalidad ciberperiodística*, en Revista *Anàlisi*, Departamento de Periodismo, UAB, Servei de Publicacions, Bellaterra, Barcelona. no 35.
- Tejedor Calvo, Santiago. *La enseñanza del ciberperiodismo: De la alfabetización digital a la alfabetización ciberperiodística*, Sevilla, Comunicación Social.

Sitios Web.

- <http://www.elpais.com>
- <http://www.wikipedia.com>
- <http://bilbao.bi>
- <http://www.wikiloc.com>
- <http://www.panoramio.com>
- <http://www.horaylugar.com>
- <http://www.geofactory.com>
- <http://moon.google.com>

La inmensa capacidad de no atender

José María Perceval

Introducción

Los educadores esperamos que nuestros alumnos nos atiendan. Es una facultad imprescindible para que nuestro trabajo sea productivo. Oyentes cautivos de nuestro mensaje, se sitúan durante unas determinadas horas programadas enfrente de nosotros, escuchan nuestro discurso y realizan determinadas prácticas a partir de las indicaciones que les damos: copiar apuntes, tomar notas, contestar nuestras preguntas oralmente o por escrito....

En las definiciones dadas por la RAE (Real Academia Española), *atender* cuenta con varias acepciones: 1-Esperar o aguardar. 2-Acoger favorablemente, o satisfacer un deseo, ruego o mandato. 3-Aplicar voluntariamente el entendimiento a un objeto espiritual o sensible. 4-Tener en cuenta o en consideración algo. 5-Mirar por alguien o algo, o cuidar de él o ello. Asociado normalmente a entender.

Las dos primeras acepciones se relacionan con el sistema escolar: los alumnos esperan recibir y su disposición debe ser favorable al contenido educativo que la institución vehicula. Son sujetos pasivos aunque se requiere su consentimiento previo para que este *deseo*, *ruego* y *mandato* tenga una acogida favorable. Se trata, pues, de obtener consentimiento como primer paso de un contrato imprescindible entre profesor y alumno. Los alumnos son *atentos*, es decir, educados y receptivos.

El alumno reconoce que *debe aprender* o que *desea aprender* introduciéndose en una estructura jerárquica donde él como discente se encuentra en un escalón inferior al docente del que admite conocimientos, reglas de comportamiento y normas de evaluación. Este acuerdo se realiza en función de los intereses del alumno. En caso contrario,

hay una violencia implícita que puede estallar o alterar profundamente el proceso educativo convirtiendo el *mandato* en una *imposición*.

A partir de la tercera acepción comienza la parte activa del alumnado en el proceso de *entendimiento*. Atender es mucho más que *entender* y requiere una actitud volitiva por parte del que *atiende*. El entendimiento se aplica *voluntariamente* a un objeto espiritual o sensible, se tiene en cuenta o en consideración algo que nos están explicando y nos comprometemos (quinta acepción) con ese conocimiento.

Estas dos partes de la atención son el núcleo del proceso educativo. Mediante la asunción consentida -no libre absolutamente, pero pactada- del contrato, el alumno es *receptivo* a la comunicación educativa. Con la disposición a atender los que se le explica, el alumno es *activo* en esa comunicación educativa, participa y ayuda a su mejora personal y a la mejora del propio sistema.

Sin embargo, nos encontramos frecuentemente en el sistema escolar con docentes que repiten continuamente la expresión *no atienden*, refiriéndose a la actitud que observan o creen observar en un grupo de su propio alumnado o, incluso, refiriéndose a la tendencia general de toda la clase o de la generación actual que ocupa las aulas. En este caso, nos encontramos ante un problema grave porque *no atender* supone una ruptura de contrato entre el profesor y el alumno. Sin atención no hay educación.

Sin entrar en culpabilidades, debemos buscar causas y soluciones. Y en una comunicación, el problema puede venir del emisor, del receptor o del soporte que vehicula la comunicación. ¿Dónde está el ruido?

¿Se trata de un problema de herramientas pedagógicas equivocadas?, ¿de estra-

tejas narrativas caducas y anquilosadas?, ¿es cuestión de un alumno autista o sordo a nuestras enseñanzas, sean las que sean?, ¿es la para-educación externa de los medios de comunicación actuales que les dota de un escudo protector contra la educación reglada?

Es una causa externa al sistema escolar o interna. ¿No estaremos desarrollando -a pesar nuestro- una inmensa capacidad por parte del alumnado de *no atender*?

La capacidad de no atender que desarrollan las tics y los medios de comunicación

Los medios de comunicación no son ni malos ni buenos pero desarrollan a través de las prácticas que las nuevas generaciones realizan, con los diversos soportes, unas capacidades concretas. Las nuevas tecnologías han dado a estos medios unas inmensas capacidades de seducción que ellos utilizan para su objetivo principal: captar el mayor número de público posible.

El alumnado actual, *nativo de las nuevas tecnologías*, adquiere unas habilidades impresionantes en el manejo de todo tipo de soportes de comunicación disfrutando o sufriendo un proceso de aculturación que le lleva a desarrollar una rápida adaptación a cada nuevo producto que surge en el mercado. Se siente incentivado por unos medios de comunicación que lo envuelven y forman parte de su *identidad* -ya que le sería muy difícil explicarse como persona sin ellos-. Esta incentivación lo hace ser extraordinariamente perceptivo para escoger rápidamente la opción de entretenimiento o información que desea.

Al mismo tiempo, *sufre* un acoso con multitud de mensajes diferentes fruto de la competencia de estos medios por imponerse y de la disponibilidad de información y entretenimiento que le ofrecen -la mayor que ha tenido nunca ninguna sociedad humana-. Esta avalancha le obliga a rechazar continuamente multitud de ofertas que no le interesan o no puede asumir. Se desarrolla asimismo una enorme capacidad de *no escuchar*, lógi-

ca para poder discriminar/eliminar todo lo *no interesante* y *olvidar* rápidamente los mensajes no deseados. Al recibir mensajes desde distintos soportes al mismo tiempo, desarrolla una facultad discriminatoria por la que acepta escuchar uno de ellos, siendo sordo a los demás mensajes que se están emitiendo. Sólo comprende aquello que desea entender.

Así que nos encontramos con un alumno rápido en su percepción pero que desconecta con una inmensa facilidad. Ni una cosa es una virtud ni la otra es un defecto. Ambas son consecuencias del dinamismo de los medios de comunicación actuales ayudados por el desarrollo de las nuevas tecnologías. Al mismo tiempo, su enorme capacidad de captación de un mensaje se coordina con una pérdida absoluta de concentración en el mismo. Los dos fenómenos no son contradictorios sino que se coordinan provocando una dificultad de comprensión de los mensajes y un rechazo de los mismos ante cualquier dificultad. Es más rápido pero mucho menos constante.

Atender no es sólo escuchar ni tan siquiera entender. Atender es comprender y, sobre todo, responder. Y ahora podemos encontrarnos con un alumno que simplemente ni entiende lo que se le está diciendo ni tan siquiera lo escucha.

La capacidad de no atender que desarrollan los medios educativos

El docente parte de una premisa que puede estar equivocada: encontrarse ante un alumno *atento*. Desde el momento en que admite este supuesto puede comenzar un castillo en el aire con gran peligro de derrumbe ya que sus cimientos no son los correctos. La atención como norma de comportamiento puede ser perfecta o al menos razonable. La percepción del movimiento y actitud corporal puede inducirle a engaño: se encuentra ante un cuerpo-robot que le asiente pero no le entiende, le escucha -o parece escucharle- pero no lo comprende, incluso le mira pero no lo ve.

Los educadores pueden romper esta dinámica o aumentarla irremisiblemente, al pre-

tender obtener un público atento -en el sentido factual del término- durante el periodo en que se encuentra cautivo en el aula. Uno de los métodos tradicionales, tomar apuntes, condiciona al alumnado a captar retazos del discurso docente y traducirlo en notas sobre el papel. También obliga al profesor a un control de los alumnos que están realizando esa función sin saber exactamente lo que están escribiendo.

Las formas tradicionales de captar la atención del alumnado están ampliamente estudiadas (estrategias narrativas, modelos explicativos, técnicas oratorias, gestualidad no verbal...) pero dirigidos a un alumnado que ya no existe o se encuentra en un proceso de mutación inédito para estos mecanismos. Aunque el alumnado no puede hacer *zapping* en el aula eliminando la presencia molesta de un docente que no le *interesa*, su mente si puede realizar esta función.

Las nuevas tecnologías se presentan como una ventaja -responden a las nuevas aculturaciones del alumnado- pero pueden y son un arma de doble filo. La posibilidad de aumentar las potencialidades del profesor mediante las nuevas tecnologías incrementa sus posibilidades explicativas pero puede implementar la *desatención*. El ejemplo más vulgar y directo es la pérdida de control visual que significa la presencia de oscuridad en el aula o la situación de pantallas entre el profesor y el alumno con la introducción de los ordenadores individuales.

El alumnado tiene una enorme capacidad de discriminar, eludir y eliminar todo tipo de información que considere *ruido* en un proceso automático y dinámico donde su cuerpo puede escenificar la función de escuchar sin atender ni entender. Las nuevas tecnologías pueden incluso aumentar este proceso y facilitarlo.

Las nuevas tecnologías son neutras y es su utilización la que determina su validez en el proceso educativo. Lo importante es que el alumno desarrolle la parte activa del compromiso que significa la *atención* aplicando voluntariamente su entendimiento a lo que se le intenta explicar.

Cómo lograr la atención del alumnado

En primer lugar, la comprensión de un mensaje requiere concentración y ésta es la facultad primaria que debe ser incentivada. Y la más difícil. La función del docente es implementar las herramientas de comprensión y evitar la dispersión. La dispersión lleva a una sensación de caos y el caos debe ser ordenado en discursos coherentes y explicativos.

En realidad, los medios nos ofrecen la solución aun siendo el problema. Sus estrategias narrativas presentan el caos y una solución *imaginada* e *imaginaria*. Desarrollan la curiosidad del alumno-espectador mediante lo insólito, lo problemático, lo absurdo, lo peligroso... Y, posteriormente, muestran a los héroes descubriendo la trama y la solución del conflicto. El alumno-espectador está perfectamente preparado para comprender estos aspectos si tiene interés en comprometerse en el juego. Su mente disfruta con la trama y recibe la satisfacción final de la solución al caos inicial.

Es la curiosidad la que desarrollará una atención comprometida, es la implicación la que promocionará una participación real del alumno en la operación educativa, es la satisfacción del autodescubrimiento la que llevará a una conciencia de superación. El profesor debe actuar pero, sin la complicidad del alumno, de su *atención*, no logrará nada.

Conclusión

La atención no es un proceso innato, es el fruto de un contrato. Lograr la restauración del mismo es el objetivo de la nueva educación en un mundo educativo-cultural que vive en y con las nuevas tecnologías.

El alumno es un producto de este mundo, es un nativo de las nuevas tecnologías, sufre-disfruta una aculturación provocada por éstas. Es más rápido y más disperso, más incisivo y menos atento, más estimulado y menos concreto.

Le falta desarrollar la comprensión, la identificación, la implicación, la habilidad de ma-

nejas herramientas de las que dispone y la capacidad de construir a partir de los materiales que se le ofrecen.

Para lograr este nuevo alumno *atento* y no desarrollar su inmensa capacidad de *no atender*, es necesario un nuevo pacto educativo y un nuevo docente que utilice las nuevas tecnologías como herramientas para lograr esta atención necesaria y evitar que se conviertan en multiplicadoras de la desatención.

Fundamentalmente, el docente debe transformar sus conocimientos en un buen discurso vehiculando este proceso con unas estrategias narrativas adecuadas. Las nuevas tecnologías son herramientas y no sustitutos de esta labor.

José María Perceval – Doctor en Ciencias Sociales por la CNRS de París (Francia); Doctor en Periodismo por la UAB; y Diplome d'Etudes Approfondis de l'Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales del CNRS (D.E.A.). Docente del Máster Internacional en Comunicación y Educación del Gabinete de Comunicación y Educación – UAB.

josemariaperceval@telefonica.net

Parte de esta historia

Walter Temporelli

Aunque hace menos de 50 años, pensar en el desarrollo que experimentarían las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, resultaba más emparentado con la narrativa fantástica que con la ciencia, seguramente el tiempo dirá que estamos en la protohistoria de la era digital.

El siglo XXI nos enfrentó a la urgente necesidad de revisar todos los aspectos de nuestra vida cotidiana, incluyendo por supuesto los del sistema educativo (SE), el cual y como afirman Savenyee, Olinaa y Niemczyk (2001) día a día va entramándose más y más con las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), hasta el punto de observarse un *deslizamiento conceptual* -como bien lo define Thomas (2010)-, destinado a hacer desaparecer las diferencias entre los espacios de aprendizaje (presenciales tradicionales) y los entornos de aprendizaje (virtuales actuales).

Esta auténtica *revolución tecno-industrial contemporánea*, no ha hecho más que desarrollar y potenciar la idea de que cualquier persona puede aprender cualquier cosa, con cualquier otra persona, en cualquier lugar y en cualquier momento (Bonk, 2009). A pesar de lo expresado, algunos investigadores (Ravenscroft, 2003; Sang et al, 2010) aseguran que la integración de las TICs en el SE está recién comenzando y que debería ser aún mayor. Es por ello que -entre muchas otras razones- el despegue tecnológico sumado a la globalización mundial, está obligando a todo el sistema educativo a releerse y reinventarse. El mundo virtual se ha convertido en un pilar básico de las estructuras organizativas contemporáneas (Castells, 2009; Duncan-Howell, 2010; Kirschner y Bruggen, 2004; Solomon, 2001), planteando nuevos desafíos para asumir los procesos de enseñanza-aprendizaje, en especial en lo referente

a la adquisición de las competencias básicas necesarias -*eCompetences*- (Schneckenberg, 2008).

Comprender cómo son los procesos que el ser humano emplea para conocer el mundo que le rodea, es una preocupación que arrastra milenios de reflexión. La tradición helénica, en torno a las formas de acceso al conocimiento, tuvo importantes derivaciones y vino a actualizarse durante la segunda mitad del siglo XX, gracias a la confluencia de diversas corrientes intelectuales como la Teoría de la Información, la Semiótica, la Lingüística, la Lógica, la Matemática, la Psicología y la Cibernética entre otras, todas ellas englobadas en la que se denominó la *revolución cognitiva*, una de cuyas consecuencia más significativas fue la de rechazar la posibilidad de crear una teoría general psicológica, a partir de los principios asociacionistas. En efecto, a partir de 1956, surge un área de conocimiento en la cual, confluyen psicólogos e informáticos, en donde éstos últimos aportan a la psicología una forma nueva y diferente de enfocar los estudios de la mente, y la psicología le retribuye con la idea de crear programas más complejos y adaptados a las formas de operar e interaccionar de las personas (Gardner, 1995). El resultado son las llamadas *teorías cognitivas o del procesamiento de la información*, donde el hombre es concebido a imagen y semejanza de un procesador de la información: la recibe, la procesa, la almacena y la pone en relación con información anterior. Por tanto, la Psicología cognitiva tiene como objeto estudiar cómo se producen dichos procesos a nivel interno, basándose en el modelo funcional del ordenador, es decir, la utilización de la memoria y la organización interna del conocimiento.

El cognitivismo basa su paradigma no en el carácter adaptativo del organismo (típico del conductismo), sino en el poder de asimilación de la información del medio ambiente. Los organismos no son resultado de las condiciones ambientales, sino que el sujeto posee predisposiciones que le permiten seleccionar, extraer, elaborar y tomar decisiones a partir de la información que recibe (Gros, 1995). En paralelo, y como parte de este fenómeno, nace una nueva ciencia o disciplina denominada inteligencia artificial (IA), entendida como el estudio de cómo programar computadoras que posean la facultad de hacer aquello que la mente humana puede realizar (Minsky, 2002). En éste intento de emulación artificial de los distintos procesos de pensamiento, se han centrado algunas de las investigaciones más profundas e impactantes de las últimas décadas. La IA supone un esfuerzo por comprender la complejidad de la experiencia humana en términos de procesos de la información, a la vez que -como aseguran Barber, Botti y Koehler (2002)- un intento por representar y usar lógicamente información compleja e incompleta, a la vez que busca entender mejor los procesos internos que nos permiten movernos, percibir, comunicarnos y aprender de nuestro entorno. Consecuentemente al desarrollo de la IA, se fueron generando herramientas competentes para solventar las aplicaciones que la IA pudiera demandar. Así, se abrieron paso las denominadas nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC), las cuales crecieron influenciadas por esa necesidad de simulación de procesos del pensamiento humano.

En la actualidad, si bien resulta evidente la transformación que se está dando en las instituciones por acción de las TICs (Beetham, Jones y Gomall, 2001), es muy difícil comprender el real alcance de las mismas (Littlejohn, 2003). No obstante, el impacto que representan las TICs ya no puede soslayarse, están llamadas a modificar distintos estratos de nuestra sociedad, entre ellos el de la educación, por lo cual no es de extrañar

que cada vez sean más las áreas científicas que utilizan el potencial mediador de la comunicación a través de las mismas (Crowe y Zand, 2000).

Estamos en un momento de transición en lo que a tecnologías se refiere: la del pasaje de la era atómica a la era digital, definida como *migración cultural* (Monereo, 2005). El papel, tradicional soporte material de lectura, poco a poco va siendo desplazado por el bit, capaz de albergar en mucho menos espacio, mayor cantidad de información. La velocidad de transmisión es significativamente más alta, lo que permite muchos más intercambios de información en menor cantidad de tiempo. Con la perspectiva que el paso del tiempo otorga, seguramente nuestro momento histórico será entendido como aquel correspondiente al nacimiento de la era digital, y cuyas secuelas hoy día, se nos hace imposible imaginar (Negroponte, 1990). Ante este cambio de paradigma tecnológico, Pérez Tornero (2000) se pregunta ¿cuánto tiempo más seguirá siendo la escuela, la que contenga la vida de los niños durante tantas horas del día, moldeando sus mentes?

En pleno siglo XXI, se impone un cambio de perspectiva en cuanto al modo en que la educación formal percibe a las producciones emanadas del seno de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, cómo las desconoce y cómo teme. Muchas veces el maestro en el aula, se empecina vanamente en desautorizar y combatir a los medios masivos que rodean y atraen la atención de los niños, en lugar de valerse de ellos para comprenderlos mejor e incorporarlos a su actividad diaria (Ottobre y Temporelli, 2010). De tal forma que podemos observar, que Educación y Comunicación emergen como partes sustanciales e interdependientes de un mismo proceso de construcción de significados dentro del mundo de la cultura y, ante ello, las sociedades modernas parecen elegir formas alternativas a la educación tradicional, como son los sistemas de EaD, los cuales paradójicamente se valen de las TICs en su afán de reinstalar antiguas prácticas dentro de tiempos modernos.

Seguramente que quien lea estas líneas se habrá topado con la idea -y la frase- de que la educación está en crisis, y seguramente también, la viene escuchando -y reproduciendo- desde hace muchos años. Si la particularidad de los tiempos que corren es que nos encontramos ante una crisis acaecida por una auténtica revolución tecnológico-económico-político-socio-cultural, debemos trabajar en torno a solventarla de la forma más eficiente posible. Zhao y Frank (2003) hablan de establecer interrelaciones, revisar currículums, rediseñar políticas educativas, adaptar las prácticas escolares y repensar contenidos entre otras múltiples acciones, todas ellas dependientes de un paso necesario: transformar las concepciones que tienen sobre la educación los directamente implicados en ella.

Para intentar ser más concretos, consideramos la necesidad de incorporar prestamente las TICs en el sistema educativo, para que, como destacan Pozo, Monereo y Castelló (2001) los alumnos aprendan a gestionar su conocimiento de forma más autónoma y con mayor número de estrategias adecuadas a las actuales demandas, para lo cual se imponen distintas medidas que colaboren en éste sentido. Aunque si bien resulta evidente la potencia del avance de las nuevas tecnologías aplicadas a la educación (Wolfe, 2001), no ignoramos que ni en sí mismas, ni por su presencia dentro del sistema educativo, las TICs garantizan la mejora y consecución del proceso de enseñanza-aprendizaje (Ottobre y Temporelli, 2005). Entender el uso de la tecnología por la tecnología misma, suele sostenerse por efectos de marketing más que por motivos educativos. Esta forma de integrar a las TICs dentro del sistema escolar, responde a un enfoque tecnológico, el cual se sustenta en las bondades de la propia tecnología, sin tener en cuenta las particularidades del sistema educativo, tal como apuntan Cuban, Kirkpatrick y Peck (2001), en pocas ocasiones el

acceso a las TICs trae aparejado su uso con finalidades educativas.

Las tendencias tecnocráticas, como lo han hecho en otros diversos aspectos de la historia de nuestra vida cotidiana, se posicionaron por encima del fenómeno educativo, y no al revés, tal cual lo señalan Savin-Baden et al (2010): las TICs deberían servir de apoyo y acompañar armónicamente a la pedagogía, pero no ha sido así, sino todo lo contrario, ya que la tecnología ha llevado y lleva de la mano los procesos de enseñanza-aprendizaje. En consecuencia, las TICs pasan a consolidarse como motor y epicentro de la educación, lo que conlleva gran parte del presupuesto educativo, y que termina destinándose a la actualización de recursos para los centros de enseñanza. En detrimento de ello, se produce un hueco acerca de las razones por las cuales se introducen los recursos materiales, apreciándose visiones difusas y ateóricas desde el punto de vista psicopedagógico (Blanton, Moorman y Traten, 1998).

Al igual que Cuban (2003), tenemos la necesidad de preguntarnos si después de tanta tecnología, dinero y promesas, ¿los resultados han sido suficientes? Estamos persuadidos de que el uso de tecnología en educación puede y debe exponerse a la luz de otras realidades, ya que como bien dice Gros (2004), podemos comprender a la tecnología como una herramienta mediadora, a la vez que analizamos al diseño de un entorno virtual de aprendizaje dentro del contexto de cambio y evolución de la sociedad. Como asegura Ru-De (2010) la transformación del sistema educativo no es una mera cuestión tecnológica, sino que debe basarse en conseguir un fundamento empírico, paralelamente a un enfoque asentado en la investigación en psicología del aprendizaje,

Referencias.

- Barber F., Botti V y Koehler J (2002). *IA: pasado, presente y futuro*. Novática N°159, 4-7, edición digital, septiembre/octubre 2002. <http://www.ati.es/novatica/2002/159/159-4.pdf>.
- Beetham, H.; Jones, S.; y Gornall, L. (2001). *Career Development of Learning Technology Staff: Scoping Study*, reporte final para el JISC JCALT, University of Bristol.
- Blanton, W.; Moorman, G.; y Traten, W. (1998). *Telecommunications and teacher education: a social constructivism review*. Review of research in Education, 23, 235-273.
- Bonk, C. (2009). *The World is Open: How Web Technology is Revolutionizing Education*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Castells, M. (2009) *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Crowe, D. y Zand, H. (2000). *Computers and undergraduate mathematics 3. Internet resources*. *Computer & Education*, 35 (2), pp. 123-147.
- Cuban, L.; Kirkpatrick, H.; y Peck, C. (2001). *High access and low use of technologies in high school classrooms: Explaining an apparent paradox*. *American Research Journal*, 38 (4), 813-834.
- Duncan-Howell, J. (2010). *Teachers making connections: Online communities as a source of professional learning*. *British Journal of Educational Technology* 41(2) pp. 324-340.
- Gardner H. (1995). *La nueva ciencia de la mente*. Barcelona: Paidós.
- Gros B. (1995). *Teorías cognitivas de enseñanza y aprendizaje*. Barcelona, EUB.
- Gros B. (2004). *La construcción del conocimiento en la red: límites y posibilidades*. *Revista Teoría de la Educación* 5. Universidad de Salamanca.
http://campus.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_05/n5_art_gros.htm.
- Kirschner, P. y Van Bruggen, J. (2004). *Learning and understanding in virtual teams*. *Cyberpsychology and Behaviour*, 7, 135-140.
- Littlejohn, A. H. (2003). *An incremental approach to staff development in the reuse of learning resources*. En A. Littlejohn (Ed.), *Reusing online resources: A sustainable approach to e-learning*. London: Kogan Page.
- Minsky, M. (2006). *The Emotion Machine: Commonsense Thinking, Artificial Intelligence, and the Future of the Human Mind*. NYC: Simon & Schuster.
- Monereo C. (2005). *La construcción virtual de la mente: implicaciones psicoeducativas*. *Interactive Educational Multimedia*, 9, pp 32-47. [www.ub.edu/multimedia/iem/down/c9/Construccion_of_the_mind_\(SPA\)](http://www.ub.edu/multimedia/iem/down/c9/Construccion_of_the_mind_(SPA)).
- Negroponte N. (1990). *Ser digital*. Buenos Aires: Gedisa.
- Ottobre, S. y Temporelli, W. (2005): *¿Dónde quedó mi Tamagochi?*. Paradojas de las nuevas tecnologías de la educación. Buenos Aires: La Crujía.
- Ottobre, S. y Temporelli, W. (2010). *Profe, no tengamos recreo*. Creatividad y aprendizaje en la era de la desatención. Buenos Aires: la Crujía.
- Pérez Tornero J. M. (2000). *El desarrollo de la sociedad de la información: del paradigma de la cultura de masas al de la cultura multimedia*. En J. M. Pérez Tornero: *Comunicación y educación en la sociedad de la información*, (pp 17-36). Barcelona: Paidós.
- Pozo, J.; Monereo, C.; Castelló, M. (2001). *El uso estratégico del conocimiento*. En Coll, C.; Palacios, J. y Marchesi, A. (Eds.) *Psicología de la educación escolar*. Madrid: Alianza.
- Ravenscroft, I. (2003) *Simulation, Collapse and Humean Motivation*. *Mind & Language*, 18(2), pp. 162-174.
- Savenyeva, W.; Olinaa, Z. y Niemczyka, M. (2001). *So you are going to be an online writing instructor: issues in designing, developing, and delivering an online course*. *Computers and Composition*, 18 (4) pp. 371-385.
- Savin-Baden, M.; Gourlay, L.; Tombs, C.; Steils, N.; Tombs, G.; Mawer, M. *Educational Research*, 52 (2) pp. 123-133.
- Schneckenberg, D. (2008). *Educating tomorrow's knowledge workers: The concept of ecompetence and its application in international higher education*. Delft: Eburon.
- Thomas, H (2010) *Learning spaces, learning environments and the displacement of learning*. *British Journal of Educational Technology*, 41(3) pp. 502-511.
- Zhao, Y. y Frank, K. (2003): *Factors affecting technology uses in schools: An ecological perspective*. *American Educational Research Journal*, 40 (4), 807-841.

Ciudadanía Activa y Alfabetización Mediática: relaciones básicas y posibilidades de desarrollo¹

Santiago Giraldo Luque

La relación directa entre la alfabetización mediática y los mayores niveles de participación democrática (participación activa) ha sido asumida -directa o indirectamente- por una serie de autores y experiencias políticas que demuestran la correspondencia entre los niveles de alfabetización mediática -individuales y colectivos (por ejemplo, en un país específico)- y las expresiones de participación política en diferentes contextos.

El siguiente texto intenta recoger una serie de argumentos y documentos que señalan las diferentes aproximaciones a la relación entre la alfabetización mediática y el proceso político de la participación cívica y social. El artículo se desarrolla en tres puntos de discusión que se sitúan tanto en literatura académica e investigaciones empíricas, como en discursos de instituciones internacionales:

1. Las definiciones de la alfabetización mediática en las cuales se incluye el concepto de la participación política.
2. Los usos de la alfabetización mediática para reducir la ausencia o la apatía frente a la participación política.
3. La capacidad de la alfabetización mediática para incrementar los niveles de la participación política.

1. Definiciones

1.1 Definición de la alfabetización mediática de la Comisión Europea.

La primera aproximación básica sobre la relación que nos ocupa puede encontrarse reflejada en los textos básicos institucionales de las políticas sobre la sociedad de la infor-

mación de la Unión Europea, que la Comisión recoge en los siguientes términos:

“Media literacy is the ability to access the media, to understand and to critically evaluate different aspects of the media and media contents and to create communications in a variety of contexts. Media literacy relates to all media, including television and film, radio and recorded music, print media, the internet and all other new digital communication technologies. It is a fundamental competence not only for the young generation but also for adults and elderly people, for parents, teachers and media professionals. *The Commission considers media literacy as an important factor for active citizenship in today's information society.*”²

1.2 Definición de la alfabetización mediática asumida por el estudio: “Assessment Criteria for Media Literacy Levels”.

Basados en la definición de la CE, el Consorcio EAVI -conformado para desarrollar el estudio para la CE: “Study on Assessment Criteria for Media Literacy”- utilizó la segunda parte de la definición de la Comisión realizando una ampliación de la misma:

“The aim of media literacy is to increase awareness of the many forms of media messages encountered in our everyday lives. It should help citizens recognize how the media filter their perceptions and beliefs, shape popular culture and influence personal choices. It should empower them with critical thinking and creative problem-solving skills to make them judicious consumers and producers of information. *Media education is part of the basic entit-*

¹ Esta comunicación ha sido desarrollada con la colaboración de la Dra. Laura Cervi, profesora de la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) y de Núria Fernández García, becaria PIF de la UAB y Candidata a Doctora en Comunicación y Periodismo por la UAB.

² Disponible en: http://ec.europa.eu/culture/media/literacy/index_en.htm (Consultado el 27 de septiembre de 2010).

lement of every citizen, in every country in the world, to freedom of expression and the right to information and it is instrumental in building and sustaining democracy” (Celot and Pérez Tornero 2009: 23).

1.3 Definición de participación activa de la OCDE.

La OCDE, en su iniciativa: *Local e-democracy national Project* (2003), ha definido la participación activa como:

“...the development of on-line tools and discussion formats which leave citizens latitude to propose *opportunities for participation, set new agendas for discussion, submit their own proposals and shape the final outcomes*” (2003: 16).

1.4 Definición de la OFCOM de la alfabetización mediática.

En la investigación llevada a cabo por la Oficina de Comunicaciones del Reino Unido (OFCOM): *Citizens’ Digital Participation* (2009), la autoridad reguladora de la industria audiovisual definió la alfabetización mediática de la siguiente manera:

“We define media literacy as *the ability to access, understand and create communications in a variety of contexts*. Our work to promote media literacy is intended:

- to give people the *opportunity and motivation to develop competence and confidence to participate in digital society*; and
- to inform and empower people to manage their own media activity (both consumption and creation).” (2009: 5).

1.5 La importancia de la alfabetización mediática para la reforma de la agenda de gobernanza: Banco Mundial.

El artículo titulado: *The Role of Media Literacy in the Governance Reform Agenda*, publicado por el Banco Mundial en 2009, identifica como fundamental el rol de la alfabetización mediática para promover una ciudadanía activa:

“The findings are conclusive: heightened awareness of *media literacy is crucial in the development process. Media literacy deserves priority and acceptance as a critical component for a healthy democratic public sphere*. Hence, creating a strong mandate

through a multi-stakeholder approach is necessary to affect policy change and to extend research programs, demonstrating clearly the linkages among media literacy, citizen action, and good governance” (Martinsson, 2009: 5).

1.6 Grupo de expertos de la Unión Europea para la alfabetización mediática.

La investigación: *Empowerment through Media Education. An Intercultural Dialogue* (2008), publicada por el instituto sueco NORDICOM, aporta la siguiente definición a la discusión:

“When discussing issues regarding democracy and development we often forget that media literacy citizens are a precondition. *An important prerequisite for the empowerment of citizens is a concerted effort to improve media and information literacy—skills that help to strengthen the critical abilities and communicative skills that enable the individual to use media and communication both as tools and as a way of articulating processes of development and social change, improving everyday lives and empowering people to influence their own lives.*” (Carlsson, et al. 2008: 11).

2. Los usos de la alfabetización mediática para reducir las enfermedades de la participación política

2.1 Antídoto para la *infoxicación*: la importancia de la alfabetización mediática para seleccionar, filtrar y entender grandes cantidades de información.

Breindl y Francq (2008) examinan como la Web 2.0 es una herramienta útil para promover la democracia electrónica. En su estudio, intentan encontrar vías para aumentar la participación ciudadana en el proceso político a través de las nuevas herramientas mediáticas, utilizando los ejes propuestos por Vedel (2003): información, deliberación y toma de decisiones/participación. Cuando los autores explican el eje de información, un paso necesario para la participación, añaden:

“Too much information may also lead to disinformation. Even if information can be

freely accessed, few internet users tend to deplete that possibility. Instead of searching always new information, citizens rather try to filter, reduce and administer the overload of information they receive (Vedel, 2003). *Unskilled or inexperienced surfers are likely to misuse search engines and can more easily be deceived by (dis)informative content.*" (2008: 17).

Charles M. Firestone, el Director Ejecutivo del *Aspen Institute Communications and Society Program*, también asume la discusión acerca del rol de la alfabetización mediática en el proceso político de la gestión de la información:

"We should have a right to be informed, but also a responsibility to become informed... If we want to preserve a healthy democracy and society for future generations, we need to instil these literacies in our young as they assume the mantle of their highest calling, citizenship." (2008).

2.2 Alfabetización mediática: herramienta de reducción de la brecha digital.

En su estudio del 2008, Breindl y Francq, utilizando datos recolectados en una encuesta, mencionan que las barreras tanto para la inclusión como para la dificultad en el manejo de las herramientas mediáticas, restringe la participación política en contextos específicos:

"Respondents remain equally worried about various obstacles such as the *digital divide*, risks of manipulation and security issues. Both categories obtain similar scores concerning the barriers to a larger diffusion of e-democracy. The exclusion of people who do not have internet access—or do not wish to have—is clearly the most preoccupying obstacle. The lack of citizen engagement and government's resistance to change also worries respondents." (2008: 25).

Los autores concluyen:

"Issues of information overload and practices of disinformation need also to be addressed. Discussing this first axis shows indeed that the democratic potential of the internet regarding information recovers

both an empowering -increased access and speed, control of the informational environment- but also a de-mobilizational aspect, media literacy and skills, fragmentation, information overload and practices of disinformation" (2008: 52).

En un artículo reciente, Yana Breindl (2010), siguiendo a Chadwick, a Dahlgren, a Lehtonen y a Garrett, establece una diferencia -una brecha- entre las personas que pueden realizar un uso saludable de la información y quienes reciben acríticamente la información desde todos los medios disponibles:

"In conclusion to this first axis, we agree with Chadwick when he argues that -the current era is characterized by the aggregation of huge amounts of information: those who can successfully mine, refine, and subsequently protect it are likely to emerge as dominant-. Even though technologies are often portrayed as equalizing forces, this is not necessarily what happens in practice. Significant usage and knowledge gaps persist. The *digital divide* remains a reality and should not be reduced to access issues as the concept recovers major usage differences. Thus the importance of favouring media literacy as part of civic competences in an ever more digital society (Dahlgren, 2009). As argues Lehtonen 'apart from being able to understand and interpret media texts, citizens are expected to adopt, filter and communicate masses of information coming from various sources' (2008: 173). *Media skills are not only fundamental to citizens but to contemporary contentious movements at large* (Garrett, 2006)." (2010: 52).

2.3 Más allá del usuario: el rol de la alfabetización mediática en la concepción del público como ciudadano.

La literatura académica también sostiene la importancia de considerar a las personas como ciudadanos para mejorar el grado de participación política en un sistema político determinado. La alfabetización mediática desarrolla un rol importante en otorgar al público las habilidades necesarias para utilizar las

nuevas herramientas del enorme entorno mediático y así optimizar su participación en la sociedad. Breindl y Francq inician su discusión sacando a la luz la problemática:

“Furthermore, many internet sites ignore the interactive possibilities of the network and tend to supply unidirectional information. Internet users are often perceived as customers of public services and not as citizens willing to gain influence in the political process (Constant, 2002). *Information alone does not yet lead to increase citizen participation*”. (2008: 17).

Coleman y Norris en un artículo presentado en el Congreso organizado por el Oxford Internet Institute (2005) intentan resumir las diferentes posiciones acerca de la participación:

“Dowe expressed concern about ‘pseudo-participation’: ‘We are all aware of how many forums there are, but nobody really cares about them once they are closes’. Peter Kellner asked ‘What happens to the output of the conversation?’ Janet Seaton suggested that ‘People will want to participate if they understand how they can contribute to the political process and believe that their contribution will be taken seriously.’ *Elected representatives and democratic institutions can contribute by employing e-democracy initiatives only where participation is meaningful, and can be shown to be so.*” (2005: 24).

A su vez, Henry Jenkins toma parte en la discusión cuando menciona:

“Educators must work together to ensure that every (...) young person has access to the skills and experiences needed to become a full participant, can articulate their understanding of how media shapes perceptions, and has been socialized into the emerging ethical standards that should shape their practices as media makers and participants in online communities” (2009: VIII).

William Dutton, Director del Oxford Internet Institute, también identifica la importancia del reconocimiento del carácter ciudadano de las personas para asegurar su participación

en lo que Castells denomina *sociedad red*:

“In conclusion, you may have noted that I have not pursued the argument that the growing centrality of this network of networks is enabling a new ‘information’ or ‘network’ society. Instead, I am making the more modest -but less conventional- claim that through the space of flows, the network of networks, *the Internet is enabling the development of a Fifth Estate that is enhancing the accountability of many sectors across all societies*, from Burma to Britain, and from the press office to the classroom. *These Internet-enabled networks of the Fifth Estate need to be identified and better understood if they are to be protected and fostered in the coming decades as a means for realizing the growing potential of the Internet*” (2007: 21-22).

En su último libro, *Comunicación y Poder*, Castells (2009) mantiene la importancia del uso de la información mediática para luchar en contra de la exclusión en la participación política:

“... *the Internet is playing a major role in facilitating both autonomous mobilization and direct linkage between parties, candidates, and potential supporters*. Thus, Shah et al. (2005) found that informational media use encourages citizen communication, which in turn induces civic engagement. What is most intriguing about these findings is the role played by the Internet. Online information seeking and interactive civic messaging –uses of the web as a resource and a forum– both strongly influence civic engagement often more so than do traditional print and broadcast media and face-to-face communication” (2009: 294).

3. Aspectos nutricionales de la alfabetización mediática: su contribución a la ciudadanía activa

3.1 Utilizando la alfabetización mediática para incrementar la participación política.

Breindl y Francq inauguran la discusión acerca del uso de la alfabetización mediática para incrementar la participación política y para so-

portar la democracia electrónica:

“Beyond these considerations, the concept(s) of *e-democracy* is mainly related to the use of the internet to increase citizen participation (...). Consequently, any element –such as technology, behaviour, content, etc.– enhancing political participation should facilitate e-democratic processes” (2008: 19).

Dutton (2007) también resalta la importancia de otorgar herramientas y capacidades al público para reforzar su compromiso con y su participación en la política:

“The ability the Internet affords individuals to network within and beyond various institutional arenas in ways that can enhance and reinforce the ‘communicative power’ of ‘networked individuals’ is key. The interplay of change within and between such individual and institutional ‘networks of networks’ lies at the heart of what I am arguing is a distinctive and significant new Fifth Estate” (2007: 6).

“Across many arenas, the Internet is becoming not only a new source of information, but also a platform for networking individuals in new Internet-enabled groups that can challenge the influence of other, more established, bases of institutional authority. It is not a utopian fantasy.” (2007: 19).

Castells observa lo siguiente al respecto de lo planteado:

“The construction of communicative autonomy has directly to do with the development of social and political autonomy, a key factor in promoting social change (...) the rise of self-communication, which increases the audience capacity to produce their messages, it’s a potential challenge to the corporate control of communications and can change power relations in the field of communication.” (2009: 532).

3.2 La alfabetización mediática actuando en contra de la desconexión entre los ciudadanos y los políticos.

Estudios llevados a cabo en el Congreso de los Estados Unidos en el 2008 sugieren que mejores niveles de alfabetización mediática incrementan las relaciones entre los ciudada-

nos, los partidos políticos y las instituciones gubernamentales. El estudio realizado por Goldschmidt y Ochreiter advierte:

“The Internet has provided promising new opportunities for citizens to access and share information, organize around issues, and communicate their views to their Members of Congress. The Internet has had significant impact on the political realm where a new group of politically-engaged, online citizens has found its preferred method for civic participation. E-mail, blogs, online news content, and social networking sites have made it easier for those online to get information, to get organized, to contact public officials, and to make a difference. Americans are depending less on traditional news sources, such as local television news, network news, and newspapers, for information about politics and instead turn to the Internet.” (Goldschmidt and Ochreiter 2008: 1).

El estudio realizado por Ofcom (2009) corrobora los anteriores hallazgos y menciona lo siguiente:

“With the rapid growth of digital communications in recent years, it has been a government priority to increase the number of central and local government services that are delivered online, and this trend is likely to continue. Alongside this, digital communications have provided new channels for people to interact with democratic institutions and to become engaged in a range of citizen participation activities, such as getting involved in the local community or having a say on issues of social concern. While these new channels may facilitate increased levels of engagement in civic/community participation, they also pose a challenge: a significant section of the population, lacking access to these technologies or the confidence to use them, may become increasingly disengaged (2009: 5).

El mismo estudio de OFCOM reafirma la idea anterior cuando demuestra una correlación directa entre la alfabetización mediática y la participación política:

“Within the general population, the middle aged, those in higher socio-economic groups and with higher levels of education report higher levels of participation, as do those with internet access at home”. (2009: 8).

En suma, los estudios citados anteriormente soportan que la alfabetización mediática tiene un rol importante no solamente para el empoderamiento de los ciudadanos con la adquisición de habilidades y competencias necesarias para participar en la sociedad digital, sino también en el mantenimiento de una esfera pública saludable.

Los programas de alfabetización mediática son esenciales para asegurar que el público adquiera las competencias y habilidades apropiadas para ser capaces de utilizar las herramientas ofertadas por las instituciones en el proceso de formulación de políticas públicas. Los programas son también esenciales para las instituciones que deben ser capaces de ofrecer al público las herramientas apropiadas que les permitan integrarse a los procesos políticos fundamentales de información, deliberación y toma de decisiones.

Santiago Giraldo Luque – Becario PIF de la UAB. Profesor del Máster en Comunicación y Educación de la UAB. Candidato a Doctor en Comunicación y Periodismo por la UAB. santiago.giraldo@uab.cat

Referencias bibliográficas.

- Breindl, Yana. 2010. “Critique of the Democratic Potentialities of the Internet: A Review of the Current Theory and Practice”, Triple C. Cognition, Communication, Co-operation, 8(1): 43-59. Consultado el 30 de Septiembre de 2010, desde: <http://triple-c.at/index.php/tripleC/article/viewFile/159/165>
- Breindl, Yana y Pascal, Franco. 2008. “Can Web 2.0 applications save e-democracy? A study of how new internet applications may enhance citizen participation in the political process online”, Int. J. Electronic Democracy, 1 (1): 14 – 31.
- Carlsson, Ulla; Tayie, Samy; Geneviève, Jacquinot-Delaunay, y Pérez-Tornero, José Manuel (eds.). 2008. Empowerment through Media Education. An Intercultural Dialogue. Göteborg, Suecia: The International Clearinghouse on Children, Youth and Media, NORDICOM.
- Castells, Manuel. 2009. Communication Power. Nueva York, NY: Oxford University Press.
- Celot, Paolo, y José Manuel Pérez-Tornero (coord.). 2009. Study on Assessment Criteria for Media Literacy Levels. A comprehensive view of the concept of media literacy and the understanding of how media literacy level in Europe should be assessed. Bruselas: Comisión Europea.
- Coleman, Stephen, and Donald F. Norris. 2005. “A New Agenda for e-Democracy”, Oxford Internet Research Forum Discussion Paper Series, 4.
- Dutton, William. 2007. “Through the Network (of Networks) – the Fifth State”, artículo preparado para la Lectura Inaugural de las Examination Schools, University of Oxford,
- Firestone, Charles. 2008. The Responsibilities of Citizenship: A Bundle of Literacies, in HuffingtonPost.com, Inc. Consultado el 30 de septiembre de 2010, desde: http://www.huffingtonpost.com/charles-m-firestone/the-responsibilities-of-c_b_134385.html
- Goldschmidt, Kathy, and Leslie Ochreiter. 2008. Communicating with Congress. How the Internet has Changed Citizen Engagement. Washington, DC: Congressional Management Foundation. Consultado el 30 de septiembre de 2010, desde: http://hposoapbox.s3.amazonaws.com/cmfweb/CWC_CitizenEngagement.pdf
- Jenkins, Henry. 2009. Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. Chicago, IL: The John D. and Catherine T. McArthur Foundation. Consultado el 30 de septiembre de 2010, desde: http://digitallearning.macfound.org/atf/cf/%7B7E45C7E0-A3E0-4B89-AC9C-E807E1B0AE4E%7D/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF
- Martinsson, Johanna. 2009. The Role of Media Literacy in the Governance Reform Agenda. Washington, DC: The International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. Consultado el 30 de septiembre de 2010, desde: <http://siteresources.worldbank.org/EXTGOVACC/Resources/CommGAPMediaLit.pdf>
- Ofcom. 2009. Citizens’ Digital Participation. Londres: Office of Communication. Consultado el 30 de septiembre de 2010, desde: http://www.ofcom.org.uk/advice/media_literacy/medlitpub/medlitpubrbs/cdp/
- Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD). 2003. Promise and Problems of E-Democracy. Challenges of Online Citizen Engagement. Paris, Francia: OECD Publications. Consultado el 30 de septiembre de 2010, desde: <http://www.oecd.org/dataoecd/9/11/35176328.pdf>

Presentación de proyectos audiovisuales

José Martínez Abadía

El origen del proyecto

Los orígenes de un proyecto audiovisual, pueden ser muy diversos. En ocasiones provienen de la idea de un productor, de un director, de un guionista y también del encargo de un cliente, fórmula ésta muy corriente fuera de la ficción cinematográfica y televisiva.

La cuestión es que el proyecto tendrá que conceptualizarse y desarrollarse de forma que pase de ser una simple historia o una idea, a tener una entidad propia después de ser sometido a un proceso de creación artística, a un desarrollo financiero y de disponer de una base legal que, en conjunto, permitan su efectiva puesta en marcha.

Durante este proceso de materialización habrá que definir las características artísticas y técnicas que aseguren una diferenciación suficiente del proyecto respecto a otros. Este trabajo se realizará consumiendo recursos, especialmente tiempo y, por tanto, dinero. Tendrá lugar una reflexión respecto a su realización en la que se tomarán decisiones trascendentes como la elección del formato de trabajo, si irá en soporte cine, vídeo de alta definición o vídeo estándar; se decidirá la duración del mismo así como el estilo escenográfico y de realización, decisiones que tomarán conjuntamente director o realizador junto con el escenógrafo; el guionista jugará un papel determinante para la definición del producto especialmente en los aspectos narrativos pero también en lo concerniente al ritmo e incluso a la estética y, por supuesto, se realizará un estudio económico que dará como resultado un presupuesto asignado a su producción.

Habrà que responder a preguntas respecto al mercado a que se dirige, al género elegido, a la definición de los personajes intervinientes (en el caso de ficción), a la temática

más adecuada para conseguir contactar con los deseos del público o con las características concretas de las audiencias a las que nos dirigimos. Incluso habrá que decidir el idioma en que vamos a realizarlo y no sólo por la posibilidad de encontrarnos en países con varias lenguas sino también por criterios de oportunidad o de comercialización del producto. Muchas producciones se realizan directamente en inglés para poder penetrar con mayor facilidad en el mercado estadounidense, o en esta misma lengua, en el caso de las producciones de animación, que toman el inglés como referencia para los labiales de sus protagonistas. Se valorará, también, la introducción de una u otra estructura narrativa, o se definirán las partes que constituyen el programa en las tipologías de programas de no ficción.

La viabilidad del proyecto

Determinar la viabilidad de un proyecto es una labor que incluye aspectos tales como la valoración de la idea dramática y de la idea temática, el análisis de la viabilidad económica a partir de la realización de un presupuesto estimativo e incluso la necesidad de contar con algo tan poco científico como el *olfato* de un productor que puede ver la potencialidad de un proyecto allí donde otros no ven nada. Todo ello nos lleva a considerar su factibilidad, es decir, la seguridad de ser capaces de conseguir la mayor parte de la financiación necesaria para su realización efectiva mediante el amplio panel de posibilidades que puede valorar un productor: inversiones privadas, subvenciones, ventas a distribuidores, pactos con televisiones, etc.

En cualquier caso, y como en cualquier obra empresarial, existirá una idea fuerza consistente en la búsqueda de la *rentabilidad* que,

en una primera lectura se entiende como la posibilidad de recuperar la inversión y, en otro nivel de lectura, a la obtención de beneficios para la empresa productora. Es cierto que la recuperación de la inversión no deja de ser, siempre en este estadio, una hipótesis de partida que el tiempo se encargará de confirmar.

Por ello, estamos hablando de una situación de riesgo que puede asumirse o no en función de muchas variables. En los estadios iniciales de un proyecto es preciso afinar y conceptualizar nuestro proyecto como algo único y diferente respecto de otros proyectos anteriores o contemporáneos. Puede ser aconsejable contrastarlo con la opinión de otros productores, con ejecutivos de compra de programas de cadenas de televisión o con agentes de venta de programas. Sus respuestas pueden orientarnos respecto a las características de nuestro producto y sus posibilidades de comercialización y explotación.

A continuación, una vez asumido el riesgo, tiene lugar la búsqueda de la financiación. Aquí queremos referirnos a las acciones que pueden adoptarse para hacer atractivo el proyecto ante posibles inversores o facilitadores de presupuesto para la producción.

Estructura de presentación de un proyecto audiovisual: el *package*

El *package* es el dossier que se elabora para la presentación de un proyecto con el fin de facilitar la consecución de financiación. Se trata de una carpeta informativa que contenga todos los datos esenciales acerca de los aspectos creativos, artísticos, técnicos y económicos para comenzar a preparar un proyecto. Esta expresión, muy utilizada en el audiovisual norteamericano, ha entrado en Europa de la mano del programa MEDIA europeo.

El contenido y la extensión de los documentos de una carpeta de estas características es muy variable. Merece la pena considerar que en el nivel ejecutivo se aprecia y valora la brevedad y precisión informativa. Interesa transmitir la esencia de un proyecto en el mínimo tiempo posible. Si tomamos como

referencia un proyecto que adopta la forma de una serie de programas destinados a una televisión y que, además, incluye una muestra del programa en forma de capítulo piloto. Los ítems a recoger en la presentación del proyecto pueden ser, básicamente, los siguientes:

1. Presentación general del proyecto

- Presentación
- Título
- Género
- Copyright del guión
- Estructura
- Referencias del programa
- Equipo creativo
- Equipo artístico
- Justificación del proyecto
- Público a que se dirige
- Idioma
- Duración de cada programa
- Número de capítulos
- Sinopsis de cada uno de los capítulos
- Periodicidad
- Franja horaria propuesta
- Estado fiscal de la empresa

2. Datos técnicos

- Emisión
- Sistema de producción
- Número de jornadas de registro
- Plató
- Equipos de registro en exteriores
- Relación existente entre trabajo en estudio y/o en localizaciones interiores y exteriores
- Calendario / cronograma
- Otros elementos a destacar en la presentación
- Presupuesto aproximado de realización de la serie
- Plan de financiación
- Gestión y promoción del proyecto

3. Aspectos formales. Identidad corporativa de la serie

- Tipología de las caretas de presentación
- Diseño escenográfico
- Presencia de/ los presentador/es
- Calidad fotográfica, calidad de la imagen
- Relaciones entre las distintas partes de cada programa
- Músicas de sintonía
- Otros aspectos formales

4. Presentación del capítulo piloto.

- Justificación del tema.
- Objetivos comunicativos específicos del capítulo
- Escaleta o guión técnico del programa
- Plan de producción
- Presupuesto total del capítulo piloto

Con todos estos datos, un posible inversor, un patrocinador o una empresa productora, disponen de información suficiente para tomar la decisión de participar, profundizando en su análisis, o de rechazar el proyecto si no coincide con sus objetivos, capacidad o presupuesto. Si aceptan, someterán el proyecto a una evaluación integral desde su perspectiva concreta donde afinarán al máximo los aspectos de contenido, formales, comunicativos y de viabilidad económica.

Objetivos y secuencia de una presentación

Cuando presentamos una propuesta de programa, un proyecto audiovisual, hemos de valorar la importancia de efectuar una buena presentación, de transmitir adecuadamente la información, especialmente, si nos jugamos ante una audiencia determinada (pueden ser los ejecutivos de una televisión o de una productora) la posibilidad de que el proyecto sea aceptado o rechazado.

Una primera reflexión es que el objetivo de la comunicación, en un caso como el que nos ocupa, no es la transmisión, sino la *recepción*. Todos nuestros esfuerzos, la preparación, la presentación y los contenidos de nuestro discurso deben dirigirse a que nuestro mensaje sea entendido y recordado.

Tengamos en cuenta el hecho de que el ser humano tiene una capacidad de atención muy corta. En nuestra presentación hemos de mantener la atención de nuestra audiencia para que entiendan nuestro proyecto. Pensemos que diez o quince minutos ante el representante de una entidad productora o de una televisión pueden decidir la aceptación o no de nuestra propuesta, probablemente trabajada durante mucho tiempo por nuestro equipo.

El punto de partida es formular un *objetivo preciso*. Por eso, el mejor enfoque es aislar el objetivo principal y referirse, como máximo, a otros dos que se puedan tratar, siempre que no desvíen la atención del objetivo principal. La clave es el *enfoque del tema*.

Es fundamental realizar un esfuerzo previo para identificar las metas y objetivos de nuestros interlocutores. La máxima atención se consigue cuando nuestros comentarios iniciales reflejan la comprensión de su problema y ofrecemos una solución.

La secuencia de inicio en una presentación puede ser:

- Conseguir su atención (asegurarse).
- Establecer el tema (enunciar el objetivo principal).
- Presentar la estructura de la presentación.
- Establecer una buena relación (establecer el papel desde el inicio planeando cómo se va a aparecer ante la audiencia y manteniendo la coherencia).
- Explicar las características del proyecto.

Y para el final:

- Hay que planificar las últimas oraciones del discurso ya que la impresión final que se deja en la audiencia es la que recordarán.
- Llegar al final de forma inesperada, con una frase vital que quede en la memoria. Eso requiere un cambio de ritmo, una nueva ayuda visual o la introducción de una idea final culminante.

En toda presentación se debe disponer de *ayudas visuales* que faciliten la comprensión del mensaje. Si empleamos un programa informático de presentaciones, las diapositivas o pantallas que pasemos han de tener un objetivo específico, eliminando aquellas que no sean esenciales, sin olvidar las que cumplen la función de añadir ritmo o entretenimiento a la presentación.

El *pitching*

Es una técnica de venta consistente en la presentación oral de un proyecto en un tiempo muy breve que suele extenderse entre 1 y 7 minutos. Es una forma de presentarse ante un posible inversor o financiador, o un copro

ductor. Alguien con poder ejecutivo al que le contamos nuestro proyecto con la intención de obtener desde los derechos de explotación de una obra, hasta su participación económica, o la venta de nuestro filme o programa.

En la actualidad es la forma más efectiva de relación entre proyectos y guiones no solicitados con productores que buscan proyectos interesantes.

Habitualmente se organizan encuentros privados o institucionales a los que asisten productores en busca de proyectos (*commissioning editors*), que representan a diferentes cadenas o productoras de cine, vídeo o televisión.

La capacidad de comunicación para la preparación de un *pitching* es el instrumento más valioso para conseguir el objetivo de *vender* el proyecto. Todos los puntos tratados en el apartado anterior referidos a la planificación de una presentación han de considerarse y adaptarse a la consecución de impactar y despertar la curiosidad por el proyecto en un tiempo récord.

Por lo dicho, realizar un *pitch* no consiste en detallar todos los aspectos de nuestro proyecto, que es lo que se haría con el *package*, sino que se trata en exclusiva de vender una idea, un concepto. Por ello es preciso el convencimiento de la originalidad del proyecto, saber que es único y poner al servicio de su transmisión todas las habilidades comunicativas posibles, con compromiso y el grado importante de apasionamiento necesario para que otros se interesen.

Insistimos en la importancia de la preparación minuciosa del *pitching*. Se trata no solo de preparar todas y cada una de las frases de la intervención, así como las ayudas visuales sino, además, conocer el máximo de los interlocutores, a qué empresas representan, cuáles son sus campos de actuación y sus mercados, cuál es su historia y, dado que en cualquier momento nos pueden hacer preguntas, conocer a fondo las interioridades del proyecto, el guión, el plan de financiación, la

planificación y cualquier tipo de información relativa al proyecto que se pretende vender.

Hay que proporcionar una copia escrita del proyecto a los interlocutores, con todos los datos que les permitan volver a leerla con más calma y contactar con los responsables del proyecto para ampliar datos o información. La entrega de una copia del *package* es una buena medida para satisfacer la curiosidad de los *buscadores de proyectos* que asisten a los *pitchings*.

Un esquema muy extendido para la preparación de un *pitching* es el que sigue:

1. Cortesías y saludos.
2. Presentación: nuestro nombre y el de la empresa que representamos. Entrega de tarjeta de identificación y contacto.
3. Aporte de credenciales: decir algo sobre nosotros y sobre nuestra experiencia. A veces la motivación de los interlocutores se aviva cuando reconocen nuestro nombre o nuestros trabajos.
4. Objetivo de la presentación: expresar lo que deseamos de ellos. Cuál es el porqué de la entrevista.
5. Exposición enunciativa de los puntos clave: cuáles son los puntos clave o temas que vamos a mencionar.
6. Desarrollo de los puntos: marcando claramente las diferencias entre uno y otro.
7. Resumen de los puntos expresados: remarcando lo principal para concretar la entrevista posterior.
8. Expresar la confianza en el logro del objetivo.
9. Invitar a hacer preguntas.
10. Respuesta a las preguntas: sintéticas, precisas y claras.
11. Despedida: dejar datos de contacto y dossier de la propuesta escrita (*package*, si se dispone).

Algunos consejos en la realización de un *pitch* pueden ser:

1. La conveniencia de emplear frases sencillas y conceptos claros.
2. Estar atentos a las reacciones de los oyentes detectando su posible desinterés y reaccionado con recursos verbales o no verbales que contribuyan a concentrar su atención.
3. No atropellarse hablando deprisa e intentando querer decir tantas cosas en tan poco tiempo que no se comprenda el discurso.
4. Responder a los comentarios siempre de forma positiva agradeciendo la opinión del interlocutor.
5. No inventarse las respuestas cuando no las conocemos. Es mucho mejor responder la verdad y mostrar nuestra disposición para obtener la información que se nos ha solicitado.

José Martínez Abadía – Licenciado en Ciencias de la Información, Jefe del Grupo de Desarrollo de las Calificaciones Profesionales de la rama d'Imagen y Sonido de INCUAL (Ministerio de Educación y Cultura). Docente del Máster Internacional en Comunicación y Educación del Gabinete de Comunicación y Educación – UAB.

Sociedad de la Información y Sociedad del Conocimiento

... los problemas de Lázaro realmente empezaron cuando un día al percatarse que se le estaban acabando las monedas (de la época) acudió rápidamente a su cajero electrónico de la época para tener algo de efectivo, con sorpresa notó Lázaro que no obtenía el ansiado dinero que con tanto esfuerzo acumuló, una veintena de cuadras y tres cajeros después, Lázaro decidió ir al banco...

una vez allí Lázaro habló directamente con la gerente del banco, quien amablemente le explicó cómo entendía su situación, sin embargo le comentó que le era imposible ayudarlo a menos que trajera un documento escrito (preferiblemente un acta de resurrección) que atestiguará su nueva condición... después de llevar su resurrección por varias EPS¹, cuatro notarías, una registraduría, algunas secretarías, una personería, una procuraduría, una contraloría, cinco "amigos políticos", un concejal, como 13 ONG's (varias estaban por "el derecho a la vida"), pocas iglesias, menos sectas, algunos grupos de oración, cinco pirámides y dos grupos nueva era...

(finalmente) Lázaro perdió la fe...

ahora sí, era un muerto en vida, su memoria era tan dudosa....

de una cosa estaba seguro, tal vez, solo tal vez, la burocracia fuera la antítesis del ser humano, de otra forma no estaría tan vivo estando tan muerto....

a la mañana siguiente Lázaro aún estaba vivo....²

esa sensación era nueva para Lázaro, nunca antes había experimentado tal sensación de liviandad, se levantó con prontitud, era como si al despertar y darse cuenta de que no había muerto, supiera que su vida murió, pero tenía toda una nueva vida por hacer...

ingeniero, arquitecto, futbolista, macho, recogedor de basura, pintor, urban artist, cantante, bailarín, saltimbanqui, reciclador, alpinista, anarquista, cristiano, sinisetro, diestro, ambidiestro, comerciante, destapador de alcantarillas, burócrata, asesino, parásito, rico, pobre, ahí más o menos, médico, comunista, fascista, liberal, de centro democrático, más bien conservador, japonés, imitador, indígena, gitano, la mezcla de varios, música, musa, musulmana, eterna estudiante, chofer, domiciliaria, ladrón de carros, persona, rata, ser un humano....

en fin....

las posibilidades eran enormes....

esa era la libertad? La total desposesión de todo? La ausencia de propiedad?

Solo hasta ese momento Lázaro supo con claridad que esa sensación de liviandad que desde que despertó lo acompañaba era su libertad....

después de todo cuantas personas muertas en vida deambulan por las calles sin querer resucitar, sin querer ser conscientes de su propia resurrección y aguardan por un Jesús que los rescite....

cuantas personas pasan por la vida sin saber de su muerte como algo propio, mucho menos desean saber de su resurrección o de sí mismos....

¹ En algunos lugares este es el nombre que se le da a las empresas que negocian con la salud de las personas, son las siglas de Entidad Prestadora de Salud.

² De las disciplinas de donde provengo (profesionalmente hablando) se hace más que necesario, imperioso, tener este tipo de detalles con las personas, animales o cosas de donde se nutre uno, como quien dice a todo señor todo honor, así que Monterroso: gracias. N del A.

el aire fresco que entraba por la ventana del carro refrescaba a Lázaro y a su memoria, todo había pasado tan rápido desde su huida de la ciudad...

las imágenes:

1. Lázaro ubicado en un mal lugar, en una mala hora y en una mala situación....
2. Su pasado dudoso, ya que algunos dudaban inclusive que alguna vez hubiese estado realmente vivo y/o muerto... ..
3. Las amistades, ese Jesús era todo un acierto como amigo, después de todo no cualquiera te resucita....
4. La noticia, “Serios desmanes se presentaron durante el día de hoy en el templo, todo comenzó cuando autodenominados discípulos de Jesús de Nazareth, en su compañía, la emprendieron contra los comerciantes del recinto sagrado, a lo que estos últimos respondieron; la situación finalmente se normalizó cuando varios contingentes de efectivos imperiales arribaron al lugar de los acontecimientos y controlaron la situación, se desconoce el paradero de los autores de estos altercados....”
5. Las coincidencias todas juntas, Lázaro que pasaba cuando todo sucedió, amigo de Jesús, pero sobre todo su cara en las fotos y videos (de la época)....

6. Los chismes no se hacen esperar, los rumores, los señalamientos, malas miradas, inseguridad, guerra de nervios, la paranoia....
7. La huida, lo mejor ahora es salir de la ciudad y esperar que todo se calme un poco, después veremos qué hacemos....
8. La moraleja, la vida te da sorpresas....

la vida transcurre a veces rápido y otras despacio, últimamente más rápido que despacio, pero sentado en la banca de la plaza central de aquel pueblo muy a las 2 de la tarde el tiempo parecía detenido....

A influência sobre o livre pensamento nas Universidades

Albanir Faleiros Machado Neto

Resumo

As universidades sempre foram os meios da produção intelectual no mundo, apesar que em alguns países as empresas já assumiram o importante papel como investidores na pesquisa e conseqüentemente geradoras de conhecimento. Nós dias de hoje resguardar a autonomia universitária está se tornando um trabalho cada vez mais difícil, apesar dos intensos ataques de ondas da política liberal como o princípio da redução máxima da função dos aparelhos ideológicos do Estado.

Palavras-chave

Universidades, globalização, TIC's, conhecimento, autonomia.

Breve História do surgimento das universidades

Os registros das primeiras Universidades estão ligadas a Igreja Católica, as aulas aconteciam em grandes salões e os alunos de maneira geral não eram jovens como nos dias de hoje, e sim senhores que pagavam para assistir as aulas que necessitavam. A primeira Universidade que se tem registro é a de Bolonha na Itália, fundada em meados de 1150. O conhecimento naqueles tempos era privilégio de poucos e só para aqueles que poderiam pagar, ou seja, uma minoria, nesse sentino não muito diferente dos dias de hoje em países em vias de desenvolvimento.

Outra instituição comparável as Universidades eram os mosteiros que dedicavam seu tempo ao estudo da literatura, teologia, filosofia e a alguns eventos naturais, é claro, dentro do ponto de vista da religião, ao contrario de estudiosos, ou chamados livres pensadores como Aristóteles¹ que dava suas aulas públicas e dedicava a vida na tentativa de compreender e modificar o mundo que estava a sua volta.

Os filósofos clássicos² foram os responsáveis por libertar a sociedade da época do misticismo religioso, discutir os melhores meios de organizar o conhecimento e dar forma ao pensamento lógico e à ética. A Igreja, por outro lado, fez com que o conhecimento por muito tempo se detivesse na tentativa de explicar o universo por meio de Deus e corroborar o que havia sido escrito nas Sagradas Escrituras. Qualquer manifestação que fosse contrária a isso, é claro, era considerada um crime contra a igreja, incluindo os estudos dos filósofos e alquimistas que por muito tempo foram perseguidos e massacrados. Durante o final da Idade Média esse pensamento começou a ser questionado e alguns avanços no campo da liberdade de pensamento foram sendo adquirindo direitos.

Em 1158, os alunos de Bolonha, que eram em sua maioria estrangeiros, ganharam inviolabilidade contra algumas prisões. Na Universidade de Paris, eles eram poupados da Justiça Comum e, conquanto não cometessem heresia ou ateísmo, só podiam ser julgados por tribunais eclesiásticos. O surgimento das

¹ Aristóteles (384 a.C. – 322 a.C.) foi um filósofo grego, aluno de Platão e professor de Alexandre, o Grande. Seus escritos abrangem diversos assuntos, como a física, a metafísica, a poesia, o teatro, a música, a lógica, a retórica, o governo, a ética, a biologia e a zoologia.

² Os filósofos clássicos da antiguidade são: Parmênides, Platão e Aristóteles, na idade média: Santo Augustinho, São Tomas e Abul-Walid Muhamad ibn Ahmad ibn Muhammad ibn Rusd. Os filósofos modernos são: Descartes, Kant e Hegel.

universidades na Europa possibilitou a disseminação do pensamento crítico que acabaria por desencadear o Renascimento e, mais tarde o Iluminismo.

A universidade moderna se faz sob forte ímpeto do desenvolvimento das ciências, e principalmente do Iluminismo que, no plano sóciopolítico, emergirá após as consequências radicais da Revolução³ de 1789, dentro e fora da França. O século das luzes se inicia sob a influência de Newton, que assegurará às universidades inglesas um avanço científico elevado. O movimento científico e experimentalista se difunde por todos os países e universidades, desde a Universidade de Moscou, fundada em 1755, até a de Coimbra, renovada pela reforma⁴ pombalina de 1772, passando pela Universidade de Göttingen, na Alemanha, sob a influência de Leibniz,⁵ pelas universidades de Upsala, na Suécia, Edimburgo, na Escócia, e Nápoles e Catânia, na Itália. Apesar da resistência da universidade, a Academia evolui pela ação renovadora dos enciclopedistas. Para além das ciências que se institucionalizam nas universidades tradicionais e novas, se abre

um padrão diferenciado na relação com o Estado. As universidades não seguem um modelo único e a história das universidades, a partir do século XVII, se confunde, em grande medida, com as alternativas das relações entre Universidade, Estado e ciência. As novas tendências das universidades caminharam em direção a sua nacionalização, estatização e abolição do monopólio corporativo dos professores, levando as Universidades a terem um papel social com o desenvolvimento de três novas profissões de interesse dos governos: o engenheiro, o economista e o diplomata.

“As universidades, pois, não seguem um modelo único e a história da universidade, a partir do século XVII, se confunde, em grande medida, com as vicissitudes das relações entre ciência, universidade e Estado. As novas tendências da universidade caminham em direção a sua nacionalização, estatização (França e Alemanha) e abolição do monopólio corporativo dos professores, iniciando-se o que se pode denominar “papel social das universidades”, com o desenvolvimento de três novas profissões de interesse dos

³ Revolução Francesa era o nome dado ao conjunto de acontecimentos que, entre 5 de Maio de 1789 e 9 de Novembro de 1799, alteraram o quadro político e social da França. Ela começa com a convocação dos Estados Gerais e a Queda da Bastilha e se encerra com o golpe de estado do 18 Brumário de Napoleão Bonaparte. Em causa estavam o Antigo Regime (Ancien Régime) e a autoridade do clero e da nobreza. Foi influenciada pelos ideais do Iluminismo e da Independência Americana (1776). Está entre as maiores revoluções da história da humanidade. A Revolução é considerada como o acontecimento que deu início à Idade Contemporânea. Aboliu a servidão e os direitos feudais e proclamou os princípios universais de “Liberdade, Igualdade e Fraternidade” (Liberté, Egalité, Fraternité), frase de autoria de Jean-Jacques Rousseau. Para a França, abriu-se em 1789 o longo período de convulsões políticas do século XIX, fazendo-a passar por várias repúblicas, uma ditadura, uma monarquia constitucional e dois impérios.

⁴ As reformas político-económicas administrativas, educacionais e eclesásticas empreendidas por Sebastião José de Carvalho e Melo (1699-1782), o Marquês de Pombal, tiveram início com a missão de reconstruir Lisboa, após o terremoto de 1755. Desta empresa, Pombal saiu fortalecido para implementar reformas em várias áreas do estado português. O ambiente intelectual em Portugal no século XVIII permitia debates intensos sobre questões fundamentais ligadas à filosofia e à educação. Martinho de Pina e Proença (1693-1743) foi o autor dos Apontamentos para a educação de um menino nobre (1734), obra muito influenciada por Locke, Fénelon e Rollin e tentou adaptar a Portugal algumas das teorias de Locke. Proença recomendava aos professores que insistissem não só com o latim mas também com a geografia, a história, a matemática e o direito. Outro cristão-novo, Dr. Jacob de Castro Sarmiento (1692-1762) introduziu em Portugal as idéias newtonianas. Antonio Nunes Ribeiro Sanches (1699-1783), também cristão-novo e conhecido de Pombal em Viena quando este era embaixador, desenvolveu planos para a reforma do ensino médico em Portugal, em 1730. Deixou Portugal em 1726 para fugir da inquisição, trabalhando daí em diante na Inglaterra, Holanda, Rússia e finalmente França, onde de 1747 até sua morte, em 1783, foi colaborador dos enciclopedistas escreveu sobre medicina, pedagogia e economia. Ver FALCON, Francisco. A Época Pombalina. São Paulo: Editora Ática, 1982.

⁵ Gottfried Wilhelm von Leibniz (Leipzig, 1 de julho de 1646 — Hanôver, 14 de novembro de 1716) foi um filósofo, cientista, matemático, diplomata e bibliotecário alemão. Ver, LEIBNIZ. Monadologia. In: Leibniz. *Discurso de metafísica e outros textos*. São Paulo: Martins Fontes, 2004 (Trad. Alexandre da Cruz Bonilha).

governos: o engenheiro, o economista e o diplomata. Após a Revolução Francesa, a universidade napoleônica rompe com a tradição das universidades medievais e renascentistas e organiza-se, pela primeira vez, subordinada a um Estado nacional. Num contexto de hegemonia e de expansionismo francês, Napoleão funda, em 1806, a Universidade imperial, subdividida em Academias, que se configura de forma inovadora, designando um “corpo encarregado exclusivamente do ensino e da educação pública em todo o Império”. Trata-se de uma corporação, mas uma corporação criada e mantida pelo Estado, tornando a educação um monopólio estatal.” (Hélgio:1999)

Após a Revolução Francesa, a universidade napoleônica rompe com a tradição das universidades medievais e renascentistas e organiza-se, pela primeira vez, subordinada a um Estado nacional. Num contexto de hegemonia e de expansionismo francês, Napoleão funda, em 1806, a Universidade imperial, subdividida em Academias, que se configura de forma inovadora, designando um “corpo encarregado exclusivamente do ensino e da educação pública em todo o Império” (Hélgio:1999). Trata-se de uma corporação, mas uma corporação criada e mantida pelo Estado, tornando a educação um monopólio estatal. A universidade napoleônica e suas Academias se estendem aos Países Baixos e à Itália.

Estabelecem-se assim de maneira resumida as matrizes da universidade moderna estatal ou pública, influenciando a dinâmica das universidades na Europa e nas Américas, a qual até nossos dias traz para o centro da instituição universitária as complexas relações entre sociedade, conhecimento e poder.

A influência da globalização no Ensino Superior

Normalmente os conceitos de conhecimento e de sociedade do conhecimento sempre provoca confusões. Apesar da expressão “sociedade de conhecimento”⁶ tenha entrado em evidência recentemente nos círculos políticos, públicos e acadêmicos, é claro que não pode ser vista como uma novidade, uma vez que o conhecimento sempre constituiu um ponto central na existência humana e sempre desempenhou papel de vital importância em todas as fases do desenvolvimento histórico de qualquer sociedade. As definições acadêmicas de sociedade de conhecimento apresentam-se geralmente formuladas em termos, econômicos, sociológicos ou epistemológicos. As discussões epistemológicas costumam girar em torno de significados, formas e reivindicações de conhecimento fazendo com que várias alternativas levem a idéias conhecimento científico ou comum, conhecimento acadêmico ou social, explícito ou codificado e implícito ou tácito, conhecimento refletivo ou experiencial.

Os escritos sociológicos e econômicos tem o vies de centrar-se em torno das relações as vezes contraditórias, as vezes com mudanças extremas entre ciência e tecnologia, conhecimento e indústria, conhecimento e informação. A crescente participação do conhecimento na atividade econômica, o surgimento do conhecimento como fator de importância impar, o crescimento das companhias alicerçadas no conhecimento, a ascensão das sociedades pós-industriais dominadas por uma nova classe de trabalhadores e profissionais do conhecimento acaba por demonstrar a grande ascensão

⁶ A sociedade do conhecimento trouxe consigo a velocidade do tempo real, com amplas possibilidades de contrle, armazenamento e liberação de acesso a múltiplos conjuntos de informações. Cada vez mais, essas possibilidades tornaram-se alguns dos vetores mais importantes da definição da produtividade das economias nacionais e a informação configurou-se como o principal ativo das empresas e países na sua busca por maior competitividade. O termo conhecimento é polissêmico e escorregadio, atraindo atenção de diversos campos do saber. Por proximidade, vem despertando também muito interesse na confraria intelectual que estuda os fenômenos das comunicações. Independente da definição que se adote para conhecimento, entretanto, há um denominador comum que aponta para uma sociedade do conhecimento que representa a combinação das configurações e aplicações da informação com as tecnologias da comunicação em todas as suas possibilidades. Ver SQUIRRA (2005).

do que hoje pode-se chamar de “sociedade do conhecimento”.

A globalização⁷ trouxe consigo a libera lição e privatização da economia e dos bens públicos, inclusive a educação. Se transforma em uma ideologia que busca impor uma disciplina neoliberal sobre as instituições de educação superior, e que afeta todos os aspectos na produção e desenvolvimento acadêmico, incluindo a pesquisa os serviços e claro, o ensino. Uma questão importante a ser formulada e pensada: até que ponto o discurso hegemônico da globalização afeta os sistemas de produção do conhecimento?

Vivemos na era da globalização, quando, desvinculada de todas as controvérsias, refere-se simplesmente ao aumento das conexões, contatos e comunicações internacionais, e ao crescimento de um mundo cada vez mais interdependente, integrado por novas tecnologias da informação e da comunicação.

As universidades registram um relacionamento próprio com a globalização, uma vez que, na qualidade de instituições, elas se vêem como centros universais de idéias e acabam por utilizar essas idéias como moeda intelectual internacional. Não é exagerado afirmar que as pesquisas conduzidas pelas universidades ao redor do mundo ajudaram a construir a globalização através de processos imaginários e materiais, espaciais e simbólicos, ao mesmo tempo em que a globalização produz novos contextos e para as comunidades intelectuais, ou seja, as universidades acabaram se transformando numa causa e numa manifestação da globalização, no sentido de que elas sempre vislumbram ser globalizadas e se tornaram, em si mesmas, instituições que globalizam.

Existe uma sensação generalizada de que as universidades, como instituições, e os acadêmicos, como grupo profissional, enfrentam crises sem precedentes causadas pela globalização. Uma vez que rápidas transformações políticas, socioculturais, econômicas e tecnológicas emerge no mundo em geral e dentro do próprio ambiente acadêmico, acaba pondo abaixo os velhos sistemas, estruturas e estabilidades da educação superior. É claro que o sistema superior da educação deve e tem que estar atento ao surgimento das chamadas TIC's⁸ (Tecnologias da Informação e Comunicação) como também de aproveita-las no processo de ensino. Um grande problema é que forças poderosas, internas e externas, que se revelam tão pedagógicas e paradigmáticas como políticas e demográficas, estão reconfigurando todos os aspectos da vida universitária, constituídos até então em torno da missão de ensino, pesquisa e serviços. Faculdades e universidades vêm experimentando um crescimento rápido, a despeito de terem tido reduzidos os seus recursos. Elas são vistas como cruciais às necessidades da economia de conhecimento, mas recebem recursos públicos cada vez menores sendo vítimas da intervenção estatal, que ora se mostra demasiada, ora insuficiente.

“A incorporação das novas tecnologias permite às universidades prover seus estudantes de uma bibliografia técnica crítica, democratizada e adaptada para a educação de nível superior, além de ajudar a moldar o futuro regime educacional de TIC, isto é, a tensão entre as normas pedagógicas e as que regem o uso da propriedade. essas novas tecnologias

⁷ A globalização é um dos processos de aprofundamento da integração econômica, social, cultural, política, que teria sido impulsionado pelo barateamento dos meios de transporte e comunicação dos países do mundo no final do século XX e início do século XXI. É um fenômeno gerado pela necessidade da dinâmica do capitalismo de formar uma aldeia global que permita maiores mercados para os países centrais (ditos desenvolvidos) cujos mercados internos já estão saturados. O processo de Globalização diz respeito à forma como os países interagem e aproximam pessoas, ou seja, interliga o mundo, levando em consideração aspectos econômicos, sociais, culturais e políticos. Com isso, gerando a fase da expansão capitalista, onde é possível realizar transações financeiras, expandir seu negócio até então restrito ao seu mercado de atuação para mercados distantes e emergentes, sem necessariamente um investimento alto de capital financeiro, pois a comunicação no mundo globalizado permite tal expansão, porém, obtém-se como consequência o aumento acirrado da concorrência.

constituem uma parte integral das transformações, contraditórias e complexas, que estão operando no terreno conflituoso da educação superior. Se aproveitadas de modo cuidadoso e criativo, elas encerram possibilidades empolgantes que poderão ajudar a eliminar as restrições de tempo e espaço que ora limitam o acesso aos estudantes não tradicionais, bem como promover a interação entre alunos e a aprendizagem cooperativa, a experimentação pedagógica, a pesquisa em colaboração e os intercâmbios transnacionais. Elas podem ainda esmaecer as distinções entre o ensino no campus e fora do campus, entre a educação residencial e a educação à distância. Em resumo: o impacto da TIC é por natureza ambíguo, uma vez que, como ocorre com todas as tecnologias, ela não se limita a ser uma ferramenta inócua. Ao contrário, ela depende do objetivo com que foi concebida e da tecnocultura que ela incorpora e prenuncia, dos contextos estrutural e institucional em que opera..." (Zeleza: 2005)

Nos dias de hoje atribui-se maior ênfase às condições de equidade e de acesso, enquanto os custos ficam cada vez maiores levando a tensões entre os modos tradicionais de ensino e as expectativas de carreira dos alunos, entre a flexibilidade de aprendizagem e a padronização dos cursos, entre o provimento de um conhecimento crítico e a disseminação de informações e as novas formas de desempenho universitário, entre a proliferação dos meios de publicação e o controle mais rígido das revistas acadêmicas de prestígio, como mecanismo e seleção de empregos, promoção, recursos e reputações.

Com todas essas questões, as universidades se tornaram instituições de pesquisas que produzem uma parcela cada vez menor de pesquisa. Existe hoje um número maior de pessoas envolvidas com a produção de conhecimento, porém a maior parte do setor está sendo privatizada, a profissão aca-

dêmica nunca foi tão numerosa, embora se mostre mais acuada e sujeita a casuísmos e produção intelectual de péssima qualidade.

De fato, muita coisa está acontecendo com as instituições de educação superior, vistas como centros de produção de conhecimento. Todas estas mudanças estão obviamente relacionadas com transformações contemporâneas, tanto na sociedade como no universo acadêmico, visto que as universidades, mesmo as mais eminentes, não podem escapar às pressões e contra-pressões de suas sociedades. E as suas operações e práticas costumam ser circunscritas numa complexa interação de situações e predileções institucionais, intelectuais, ideológicas e individuais. No intuito de melhor lidar com as mudanças por que estão passando as instituições de ensino superior, em sua qualidade de centros de produção de conhecimento.

O professor de Estudos e História Africana na Universidade do Estado da Pennsylvania, Paul Tiyambe Zeleza, identificou sete tendências principais que de certa forma vem influenciando os trabalhos dentro da Universidade e que foi denominado por ele de "os sete Cs", baseado-se na letra inicial dos respectivos nomes, em inglês: Comercialização do aprendizado, Computadorização da educação, Corporatização da gestão, Conectividade das instituições, Coletivização do acesso, mercadorização do Conhecimento e Corrosão da liberdade acadêmica. Para o professor, essas tendências não são novas, porém se tornaram mais urgentes e mais complexas, e se apresentam combinadas sob novas modalidades e se manifestam de modo irregular em diferentes regiões do globo, mas que ainda assim vem transformando a forma de produção do conhecimento dentro do meio Acadêmico.

Cada vez mais as universidades estão sendo pressionadas a adotar o discurso da

⁸ O termo Tecnologias da Informação e da Comunicação (TIC) refere-se à conjugação da tecnologia computacional ou informática com a tecnologia das telecomunicações e tem na Internet e mais particularmente na World Wide Web (www) a sua mais forte expressão. Quando estas tecnologias são usadas para fins educativos, nomeadamente, para apoiar e melhorar a aprendizagem dos alunos e desenvolver ambientes de aprendizagem, podemos considerar as TIC como um subdomínio da Tecnologia Educativa.

responsabilidade social e do papel do empresariado, o que as obriga a adotar novas estratégias orçamentárias e a diversificar e expandir e as suas fontes de financiamento, para que elas possam tornar-se produtivas e eficientes. Alguns sinalam que a ideologia reinante do capitalismo de mercado livre passou, cada vez mais, a ver a educação não primariamente como um bem social ou um direito humano, mas como um investimento econômico, circunstância que transformou as universidades em fábricas para produzir e remanejar empresários e operadores de informações, em vez de um sítio meramente para o cultivo dos valores que visam o conhecimento, a pesquisa e a cidadania.

“Por coletivização do acesso, tenho em mente a crescente massificação da educação superior, a percepção de que a educação, devendo constituir um processo de aprendizagem ao longo de toda a existência, pressupõe a progressiva colaboração entre universidades e/ou intervenções nos negócios da mesma por parte de sócios ou parceiros nos setores públicos ou privados, fato esse que resultou na reconfiguração (que alguns chamariam de erosão) das noções e valores tradicionais de autonomia, liberdade acadêmica, educação liberal e qualidade da universidade. O grande incremento na educação superior reflete o aumento na população juvenil, o crescimento da renda e das aspirações da classe média, a dissimulada difusão de um sorruteiro diplomismo nas profissões e ocupações, bem como a acrescida demanda de capacitações e trabalhos baseados no conhecimento. Dadas todas essas súbitas transformações econômicas, começa a desmoronar a separação entre educação e carreira, vistas até agora como fases da vida cronologicamente distintas e sucessivas. Em consequência, as universidades tiveram de adaptar-se às crescentes demandas de uma educação continuada para os trabalhadores nas indústrias baseadas no conhecimento, mediante a reestruturação de seus cursos, que se tornaram modulares e sujeitos ao regime de tempo parcial. Como resultado, as universidades vêm-se tornando mais

diversificadas, não só em seus programas, como na composição do seu quadro de estudantes. Em alguns países, o número dos alunos jovens já foi ultrapassado pelo dos estudantes mais velhos, que trabalham e estudam”. (Zeleza: 2005)

Quando se fala de comercialização do aprendizado pode-se referir à rápida expansão das universidades particulares, ao crescente envolvimento da empresa privada na prestação de educação superior, e ao estabelecimento de programas “executivos” nas universidades públicas como exemplo os cursos de curta duração, onde o aluno não pode aprender o suficiente para desenvolver trabalhos de qualidade garantida. Por isso, pode-se ver o surgimento do que chamam de “universidade orientada para o mercado”, “universidade empresarial” ou, ainda, “universidade do consumidor” (Zeleza: 2004). Ao lado do crescimento espetacular das universidades particulares, relacionado com a progressiva demanda de educação superior e as necessidades cambiantes da economia baseada no conhecimento, começam a surgir as universidades corporativas, isto é, universidades criadas por grandes indústrias ou empresas nacionais e/ou transnacionais que não tem compromisso algum com o conhecimento e sim a finalidade de formar mão de obra “qualificada” para o próprio fortalecimento da empresa e/ou indústria.

Todas essas mudanças faz com as universidades, que por muitos anos desfrutaram sobre os recursos e privilégios da produção do conhecimento, não mais possuam o monopólio do mesmo, já que esta se expandiu para numerosos setores públicos e privados, inclusive estabelecimentos comerciais, órgãos do governo e camadas da sociedade civil, interessadas na legitimização social conferida pela competência reconhecível. As vinculações entre estas instituições se revelam extremamente complexas, mas é de notar que muitas parcerias estão sendo formadas e incentivadas. Já pode-se notar com clareza que já existe uma certa rotatividade de professores universitários entre essas instituições, com variados graus de satisfação e facilidade.

“Nem sempre nos sentimos levados a atribuir todas essas tendências à globalização contemporânea, mas na área da nova tecnologia de informação e comunicações (TIC), o impacto da globalização parece ser indiscutível. A computadorização da educação pressupõe a incorporação da TIC nas atividades do conhecimento relacionadas com o ensino, pesquisas e publicações. Uma boa parte do debate sobre a globalização na educação superior gira em torno do impacto educacional da TIC, tema sobre o qual as opiniões variam radicalmente. Até agora, o debate esteve centrado sobre duas questões: primeira, o custo e a rentabilidade do ensino on-line; segunda, seus benefícios pedagógicos. Ainda não há um consenso a respeito desses dois temas. Alguns estudos destinados a avaliar este tipo de educação à distância indicam que os programas na internet não são tão baratos de produzir nem tão rentáveis como originalmente se antecipava. Alguns apenas cobrem os custos, outros dão prejuízo, e muito poucos dão algum dinheiro”. (Zeleza: 2005)

Todas essas metamorfoses, proporcionada pelo aparecimento da globalização, nos aponta cada vez de maneira mais alva como se dá esses “progressos” que acabam por reforçar a mercadorização do conhecimento, refletindo no aumento da produção, do patrocínio e da divulgação de pesquisas por empresas comerciais e instituições não lucrativas, ou

por companhias estabelecidas por universidade e seu pessoal acadêmico, bem como na inclinação a cobrar pelo uso dos direitos de propriedade intelectual e dos direitos autorais sobre materiais de pesquisa e de ensino, ou na elevação de taxas impostas aos estudantes. No grau em que a educação e a pesquisa passam a ser consideradas como investimentos econômicos, os seus custeios e retornos tendem a ser calculados cada vez mais em cargo dos princípios que regem o mercado e o uso da propriedade. Em muitos países, os subsídios estatais já foram reduzidos ou abolidos, ao mesmo tempo em que se elevaram as anualidades das universidades, de modo a melhor refletir os custos “reais” da educação de terceiro grau.

Neste complexo contexto, o que se espera da universidade? Primeiro temos de ter consciência de que, para além do público e do privado, a própria instituição universitária está em crise. Pela primeira vez na história, a crise da universidade é a crise da própria instituição multissecular na sociedade de conhecimento em que os mecanismos seletivos desenvolvidos, de financiamento da pesquisa científica ou social, básica ou aplicada, querem restringir a universidade à sua função tradicional de formar profissionais polivalentes, ou seja, profissionais que não atenda somente a demanda empresarial como também a demanda socio-ecocultural,

*Albanir Faleiros Machado Neto – Científico Social por la Universidad Federal de Goiás.
Máster Internacional de Comunicación y Educación por la Universitat Autònoma
de Barcelona.*

albanirfaleiros@hotmail.com

Referências Bibliográficas.

- Coblán, Alfred(1988) *A interpretação social da revolução francesa*. Editora Graiviva.
- Falcon, Francisco (1982). *A Época Pombalina*. São Paulo: Editora Ática.
- Furet, F. & Ozouf, M (1989) *Dicionário crítico da Revolução Francesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira.
- Gardels, Nathan (2006). *Globalização produz países ricos com pessoas pobres*. Para Stiglitz, a receita para fazer esse processo funcionar é usar o chamado “modelo escandinavo”. *Economia & Negócios*, 27/09/2006. O Estado de S. Paulo.
- Hélgio, Trindade (1999). *Universidade em perspectiva: sociedade, conhecimento e poder* (PDF) (em Português). *Revista Brasileira de Educação* (10): pp. 05-15. Editora Autores Associados. ISSN 1413-2478.

- Koshiba, Luiz & Frayze Pereira (2006). *História do Brasil*. ISBN: 8535705112. Editora Atual.
- Leibniz. *Monadologia* (2004) In: Leibniz. *Discurso de metafísica e outros textos*. São Paulo: Martins Fontes, (Trad. Alexandre da Cruz Bonilha).
- Oliveira, Terezinha (2006). *A universidade medieval: uma memória* (HTML) (em Português). Revista Eletrônica de História Antiga e Medieval 6. ISSN 1676-5818. Página visitada em 14/10/2010.
- Oliveira, Terezinha (2007). *Origem e memória das universidades medievais: a preservação de uma instituição educacional* (HTML) (em Português). *Varia história* 26 (37): pp. 113-129. Belo Horizonte: SciELO. DOI:10.1590/S0104-87752007000100007. ISSN 0104-8775. Página visitada em 21/10/2010.
- Schama, Simon (2000). *Cidadãos: uma crônica da Revolução Francesa*. Companhia das Letras.
- Stiglitz, Joseph E (2004). *Rumo a um novo paradigma*. São Paulo: Francis. ISBN 85-89362-41-8.
- Vovelle, Michela (1989) *Revolução Francesa contra a Igreja: da razão ao ser supremo*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar Editor.
- Zeleza, P. T. (2005). *Conhecimento, Globalização e Hegemonia: Produção do Conhecimento no século XXI Sociedade de conhecimento versus economia de conhecimento* (pp. 19-46). Brasília: edições UNESCO.

Brevísima historia de la divulgación científica

Felipe Jaramillo Vélez

En una carta fechada el 16 de junio de 1612 y refiriéndose a su nueva publicación sobre las manchas solares, Galileo Galilei informa a su amigo el canónigo Paolo Gualdo: "La he escrito en idioma vulgar porque he querido que toda persona pueda leerla". El libro saldría a la calle en italiano y no en latín.

Buscar el momento exacto en que apareció la divulgación científica, es casi tan difícil como encontrar el momento mismo en que el hombre apareció sobre la faz de la tierra.

Hasta la fecha no existen datos que ignoren la relación directa de la evolución del conocimiento, en concordancia con la evolución del hombre.

Este breve documento busca ante todo indagar sobre algunos acontecimientos que dan fe de la existencia de la ciencia en todas las etapas conocidas por la humanidad, para lo que se rastrearán cronológicamente documentos que marcan el desarrollo de lo que hoy por hoy conocemos como divulgación científica.

Esta historia la comenzaremos en la prehistoria, en aquel instante en el que las civilizaciones primitivas empezaron a dejar gráficos sobre rocas expuestas y en cuevas, a través de pinturas rupestres y jeroglíficos, las cuales daban cuenta de sus primeros hallazgos en la tierra. Dichas formas rudimentarias expresaban sus primeras asociaciones, su relación con la naturaleza y con el cosmos, y el descubrimiento de las primeras formas de hacer las cosas.

Muchos años pasarían para la aparición de uno de los ejes sobre los que gira la historia de la divulgación científica, el surgimiento de la escritura, registrada simultáneamente en Mesopotamia y Egipto en el año 3500 a.C. Este hecho junto con la implementación de nuevos soportes para la escritura, tales como el papiro y el pergamino, darían comienzo

al registro sistematizado de la historia de la humanidad. Es así como aparece uno de los primeros documentos de divulgación científica, el *Papiro Ebers*, redactado en Egipto cerca del año 1500 a.C. Éste constituye uno de los primeros tratados médicos, compuesto por 877 apartados en los que se describen, entre otras cuestiones, varias enfermedades de especialidades de la medicina tales como la oftalmología, la ginecología y la gastroenterología.

La escritura de textos se popularizaría entre la comunidad científica de la época, quien en un comienzo no la utilizó como un medio de divulgación, sino como un soporte probatorio de las teorías planteadas; registros que poseían el génesis de todo cuanto conocemos hoy.

La necesidad de articular el conocimiento y de proteger la producción intelectual de los científicos de todo el mundo, llevó a que se creara en Egipto, el primer gran centro del conocimiento, la Biblioteca Real de Alejandría, dirigida por Ptolomeo I a comienzos del siglo III a.C., en las épocas de Alejandro Magno. Este recinto sirvió a su vez de laboratorio, de centro de discusión, de lugar de enseñanza y de espacio de creación de material empírico y científico, el cual aún es objeto de estudio.

El cosmos y la filosofía fueron unos de los temas que más cuestionaron los científicos en la antigüedad. La cosmología y el entender la forma del accionar de las civilizaciones llevaron a que entre los años 300 y 400 a.C. Aristóteles y Platón escribieran entre muchos

otros textos *El Tratado del Cielo* y *La República*; respectivamente, libros que antecedieron a las obras de Arquímedes, Eratóstenes y Galeno entre muchos otros.

A finales de los años 1400 y principios del 1500 d.C. muchos fueron los documentos escritos por prominentes científicos de la época. Leonardo Da Vinci, reconocido mundialmente por sus múltiples inquietudes, produjo unos de los textos que más han trascendido en la historia: cuadernos de ingeniería, anatomía, botánica y arte, hacen parte de su bibliografía. Así mismo, Johannes Kepler fue una figura clave en la revolución científica; entre su producción dejó textos sobre astronomía y matemáticas, en los que quedaron plasmadas sus leyes sobre el movimiento de los planetas y su órbita alrededor del sol.

Con la invención de la imprenta de tipos móviles por parte de Gutenberg a mediados del siglo XV en Alemania y con los cambios realizados a finales del siglo XVII, donde se produce el abandono paulatino del latín como lengua del conocimiento, se da la aparición de publicaciones en medios cada vez más populares, siendo la *Gazette de France*, fundado en 1631 por el médico Teofrasto Renaudot, el primer periódico en incluir temas referentes a la ciencia. Así mismo se imprimen las primeras publicaciones exclusivas en comunicación científica, entre las que se encuentran el *Journal des Savants*, fundada por Denis de Salló en 1664; *Philosophical Transactions* en 1682 y la primera obra literaria científica significativa escrita por Bernard de Fontenelle en 1686, que llevará por nombre *Conversaciones Sobre la Pluralidad de los Mundos*.

En 1780 se escribe la *Enciclopedia o Diccionario de las Ciencias, Artes y Artesanías*, dirigida por D'Alembert y Diderot, con colaboradores como: Rousseau, Voltaire, Montesquieu, Holbach y Buffon. Este compendio de textos buscaba hacer una recopilación del conocimiento científico como herramienta para combatir el oscurantismo establecido por las autoridades políticas y religiosas de la época. La publicación de dicha obra marca el inicio del periodo de la Ilustración, o Siglo de las Lu-

ces, caracterizado por la lucha de la ignorancia, con la ayuda de la razón.

Casi 70 años después de la Revolución Enciclopedista y con el ánimo de explicar esta vez al gran público los principios de la física y la química, tratando de elevar el nivel del conocimiento sobre estas ciencias, se imprime en 1845 la primera edición de *Scientific American*. Así mismo, se organiza la primera exposición universal en Londres en 1851, dirigida por la Sociedad de Arte con el fin de mostrarle al mundo el progreso que suponía la Revolución Industrial. Tras estos dos acontecimientos vitales para la popularización de la ciencia se publica en 1859 el texto de *El Origen de las Especies* por Charles Darwin, con lo que desafiaría nuevamente la iglesia al poner entre dicho los orígenes del hombre planteados en la *Biblia*, en el Génesis.

En 1888 se fundaría en Estados Unidos la *National Geographic Society*, organización que contaba con la visión de avanzar hacia el conocimiento general de la geografía y el mundo entre el público general. A través de ella se realizaron publicaciones científicas especializadas por medio de las cuales se darían a conocer las más importantes noticias de la ciencia naturales.

En 1905 el científico Albert Einstein plantea la teoría de la relatividad especial, llamada también teoría de la relatividad restringida, la cual contradecía las leyes de Newton y planteaba la inexistencia de un tiempo y un espacio absoluto en el universo.

No obstante todo lo escrito hasta ahora, es solo hasta el año 1920 cuando se marca el nacimiento del periodismo científico como tal, con las crónicas de Waldemar Kaempfert en el *New York Times* y la creación del primer servicio de distribución de noticias científicas, fundada por el empresario Edwin Scripps, con una agrupación inicial compuesta por 30 periódicos, que sirvió de impulso al desarrollo de un nuevo tipo de periodismo escrito en todo el mundo.

En audiovisual también se planteó la ciencia como un escenario posible y fue así como en 1922 se filmó *Nanook of the north*, dirigido por Robert Flaherty, considerado por muchos

el primer documental de divulgación científica. Sin embargo, otros tantos lo vieron como un montaje sin ninguna validez desde el punto de vista científico.

En 1937, la popularidad de la ciencia volvería a tener su espacio en Francia, con la inauguración del Palacio del Descubrimiento en París. Esto da inicio a la construcción de museos dedicados a la ciencia en todo el mundo, siendo sin ninguna duda un acto significativo en la desmitificación del quehacer científico, ya que posibilita el acercamiento del público no científico a la experimentación, con un lenguaje y un método más asequible a la mayoría.

El estudio del fondo del mar fue mostrado por uno de los grandes divulgadores científicos del siglo pasado, el francés Jacques-Yves Cousteau, quien publicó en 1953 su primer libro titulado *Le Monde du Silence*, el cual llevó al cine en 1956. Así mismo, produjo la serie de televisión, *The Underwater Odyssey of Commander*, que impuso un estilo narrativo desarrollado posteriormente por canales de televisión especializados.

En 1980 sería el científico Carl Sagan quien sorprendería al escribir, dirigir y presentar la serie audiovisual *Cosmos: A Personal Voyage*, un recorrido en el que el lejano espacio se acercaba a la tierra a través de las

pantallas que invadían el mundo entero. Así mismo, y por la misma época, la BBC llevaría a la televisión la serie *El Ascenso del Hombre*; escrita y presentada por J. Bronowski, quien realiza un viaje por el mundo en busca del desarrollo humano a través del conocimiento como una muestra de la ciencia en el contexto de la historia humana.

En 1985, se crea el canal *Discovery Channel*, cuya programación se centra particularmente en la creación de documentales sobre la naturaleza. Este hecho permite ver a la televisión como un mecanismo de difusión y de popularización de resultados de índole científicos.

En 1988, el profesor Stephen Hawking publica el libro *Historia del Tiempo: Del big bang a los agujeros negros*, texto en el que de una manera sencilla explica la evolución de las teorías científicas a lo largo de la historia de la humanidad.

Finalmente, es en el año 2005 donde se potencia la red y el uso de los ordenadores, a través de la Web 2.0, termino acuñado por Tim O'Reilly. Éste planteará la creación de un espacio medial colaborativo, funcional y gratuito, el cual ha sido aprovechado por reconocidos científicos y divulgadores con el fin de hacer de la ciencia un espacio de todos y no sólo de una minoría,

Felipe Jaramillo Vélez – Profesional en Comunicación y Relaciones Corporativas- Especialista en Mercadeo Gerencial de la Universidad de Medellín, Colombia. Docente universitario y productor audiovisual. Escritor del libro "Televisión Corporativa" y director de la Serie Audiovisual "Investijium, Tras las Huellas de la Investigación".
fejaramillo@udem.edu.co

Reseña Bibliográfica.

- Calvo Hernando, Manuel (1977), *Periodismo Científico*, Madrid, Editorial Paraninfo.
- Einstein, Albert (2005), *Mi Visión del Mundo*, España, Editorial Tusquets.
- Erazo, María de los Ángeles (2007), *Comunicación, divulgación y periodismo de la ciencia*, Ecuador, Editorial Ariel.
- Estrada Martínez, Luis (1992), *La divulgación de la ciencia*, México, Revista Ciencias N. 27.
- Ferris, Timothy (2007), *Las Aventuras del Universo: de Aristóteles a la Teoría de los Cuantos: Una Historia Sin Fin*, España, Editorial Crítica.
- Hawking, Stephen (2006), *Brevísima historia del tiempo*, España, Editorial Crítica.
- Jacobi, Daniel y Chiele, Bernard (1988), *Vulgariser la science. Le proces de l'ignorante*, Francia, Editions Champ Vallon.

- Landow, George P. (2009), *Hipertexto 3.0*, España, Editorial Paidós Comunicación.
- León, Bienvenido (1999), *El Documental de Divulgación Científica*, España, Editorial Paidós.
- Platón, (2008), *La República*, España, Editorial Akal.
- Sagan, Carl (2004), *Cosmos*, Barcelona, Editorial Planeta.
- Tello, Antonio (2004), *Leonardo da Vinci*, España, Editorial Parramon.

Páginas Web.

- Internet Archive. Biblioteca virtual.
www.archive.org/details/gazettedefrance01unkngoog. Consultada el 22-11-10.
- Journal des Savants. Periódico literario de Europa.
www.aibl.fr/fr/public/catalogue/journal.html. Consultado el 22-11-10.
- Cousteau. Organización medioambiental sin fines de lucro.
www.cousteau.org. Consultada el 22-11-10.
- La Tierra de los Faraones. Sitio web dedicado a la egiptología.
www.egiptologia.org/fuentes/papiros/ebers. Consultada el 22-11-10.
- Filmaffinity. Página de recomendación de películas y red social de cine.
www.filmaffinity.com/es/film862884.html. Consultada el 22-11-10.
- National Geographic. Sitio web dedicado a la geografía, arqueología y ciencias naturales, la promoción del desarrollo y conservación histórica.
www.nationalgeographic.com. Consultada el 22-11-10.
- Pubmed Central. Archivo libre de periódicos sobre las ciencias de la vida.
www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/journals/136. Consultada el 22-11-10.
- The Royal Society. Publicaciones sobre Philosophical Transactions.
<http://rsta.royalsocietypublishing.org>. Consultada el 22-11-10.

Del Circo al Carnaval. De la divulgación a la apropiación social del conocimiento

Felipe Jaramillo Vélez

La comunicación científica es el camino para el desarrollo de los pueblos; sin embargo, las discusiones sobre la falta de mecanismos para divulgar la ciencia han creado una barrera que divide al mundo entre la comunidad científica y los demás, perdiendo de foco la verdadera finalidad de la comunicación de la ciencia, es decir, la apropiación social del conocimiento. Es por eso que en la era de las ciencias y las comunicaciones hace falta comprender las nuevas lógicas comunicativas para entender así los nuevos retos de la ciencia.

Hasta el momento las discusiones acerca de la comunicación de la ciencia se han centrado (véase, entre otros, Jacobi D, Schiele B. Estrada Martínez) en un problema de divulgación, atravesada ésta por un problema de código y de canal. Sin embargo, como veremos a continuación, el problema de la comunicación de la ciencia trasciende el acto de la divulgación para centrarse en un problema de apropiación social.

La ciencia ha sufrido varias transformaciones comunicativas a lo largo de la historia, si nos remitimos a la edad media, cuando la iglesia controlaba la comunicación y limitaba la divulgación del conocimiento a uno pocos, el acto comunicativo era nulo. En esta época los científicos eran muchas veces considerados herejes y personas no gratas de la comunidad, por eso terminaban aislados, incomunicados y hasta excomulgados (fuera de la comunión, fuera de la comunidad).

Más adelante, con la ayuda de elementos como el papel y la imprenta, la comunicación adquiere un estatus más social. La alfabetización de los pueblos y la impresión en masa de textos, lanzó al hombre hacia el futuro,¹ bus-

cando, como viene después, nuevos caminos para propagar la información; fue así como el telégrafo antecedió a la radio, a la televisión, al cine y a la Internet, con ella, a lo que muchos llamarán el siglo de las comunicaciones.

Tras los primeros hallazgos, el papel juega un rol importante en la comunicación de la ciencia. Los escritos de científicos acerca de sus encuentros y desencuentros construyeron buena parte de lo que es hoy la humanidad. Dibujos, fórmulas matemáticas y hasta cartas de amor llevaron a que la ciencia alcanzara un estatus y su propio poder con el que ya podía competir con otros regímenes.

La información adquiere entonces un valor significativo, se convierte en una mercancía necesaria para ostentar el control. "Quien tiene la información tiene el poder" fue la frase con la que se inicia la revolución de los MASS MEDIA, donde era necesario controlar no sólo el mensaje, sino también el canal. Fue así como el mundo se dividió en dos: el *capitalismo* que inundó el mundo de comerciales, camino a la globalización y el consumismo; y el *comunismo*, que a través de su propaganda mantuvo el *status quo*, herramienta hegemónica de su carrera hacia la colonización social del mundo.

Ya en la era industrial, donde el conocimiento adquiría la forma de esquemas rígidos planteados en su mayoría por ingenieros, se establece la teoría de la administración de Taylor y Fallo (una manera lineal de producir en masa); así mismo, se masifica la construcción de ferrocarriles ya no sólo nacionales, sino transnacionales y se dan los primeros pasos para crear una Teoría de la Comunicación.

¹ Frase empleada por Tropea, Fabio en *El bit y la hormiga, Comunicación y Educación en la sociedad de la información*.

Fue así como a finales de los años 40 Claude E. Shannon², ingeniero de la compañía BELL, estableció un esquema que se convertía con los años en un paradigma de la Comunicación; un modelo lineal que planteaba la existencia de un emisor, un mensaje, un canal y un receptor.

Este modelo fue adoptado por el mundo, dividiéndolo nuevamente en dos: los emisores (activos) y receptores (pasivos), con lo que se dio el más grande desarrollo de los medios masivos de comunicación: mensajes surcaban los cables por todo el mundo; la era industrial había encontrado el camino a su desarrollo; cada vez se podía llegar a más personas en más lugares del mundo; se había roto así el mito del círculo cerrado, de la sociedad monolítica; la comunicación había traspasado las fronteras y con ella el hombre había alcanzado liberarse de su aldea primitiva para alcanzar la aldea global de la que hablara McLuhan.³

Sin embargo, este modelo de comunicación lineal estaba lejos de comprender la magnitud de la comunicación humana, al ser ésta una representación telegráfica, mecanicista (no por la utilización de mecanismos, sino por su absoluta linealidad y orden de los elementos) en la que se considera al emisor, al receptor, al mensaje y al medio, de una manera estática y predecible y, por contraposición, si hay dos cosas que pueden definir a la comunicación humana es que ésta es dinámica e impredecible.

El modelo lineal asumía de antemano que el emisor hablaba en el mismo lenguaje que el receptor. Sin embargo, cuando hablamos de conocimiento científico este supuesto se perdía, el lenguaje empleado era técnico y articulado generalmente con modelos matemáticos de difícil comprensión para un público generalista. Así mismo, el modelo imponía un monopolio del canal, el cual controlaba a través de mensajes dirigidos, icónicos y cargados de espectacularidad al gran público. En esto, la ciencia perdía todo interés para la

industria mediática, al considerarle como un producto aburrido y de poco interés para la gran audiencia.

Así pues la divulgación científica entra en un auge por escribir en revistas indexadas, divididas por temáticas, *journalist* especializados escritos para el diálogo entre la comunidad científica, creando una *comunicación intersubjetiva* directa entre un grupo reducido de personas con una afinidad común y provocando una “concentración del poder y un esclavismo de quienes no lo ostentas”, tal como lo afirmará Michael Foucault.⁴

Ante la incompatibilidad del modelo comunicativo lineal y la necesidad de divulgar la ciencia, se crea un discurso basado en una incapacidad lingüística y en una restricción del canal comunicativo, con lo que la ciencia y sus resultados se aíslan del público en general. Sin embargo, como se dijo al inicio de este texto, hoy en día el problema de la comunicación de la ciencia no es un problema de divulgación, sino un problema de apropiación: *la sociedad ya no quiere ser la parte pasiva del circo, quiere por el contrario ser la parte activa del carnaval*; lo que nos lleva a plantear un estado en el que la comunicación ya no es lineal ni la ciencia es un mito cerrado.

Del tiro Parabólico a la Teoría del Caos

Uno los escenarios creados para la divulgación científica y que han tenido un amplio desarrollo a nivel mundial son los parques científicos interactivos, lugares donde se puede palpar la ciencia sin intermediarios y con las propias manos y, es justo allí, con un par de experimentos clásicos, con los que podemos explicar el entorno de la comunicación actual.

El movimiento parabólico, fenómeno analizado por Galileo en el siglo XVI, decía que:

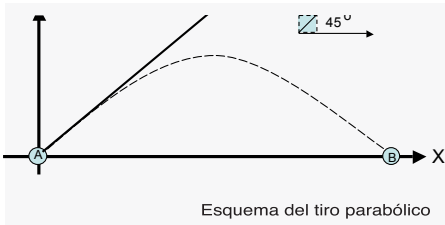
“Se denomina movimiento parabólico al realizado por un objeto cuya trayectoria describe una parábola. Se corresponde

² Shannon, C.E Y W. Weaver, *Teoría matemática de la comunicación*.

³ McLuhan, Marshall, *La Aldea Global*.

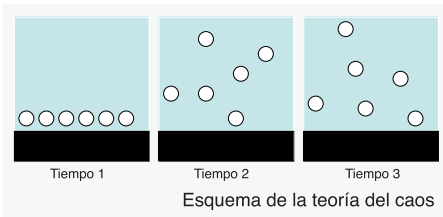
⁴ Foucault, Michael, *Microfísica del poder*.

con la trayectoria ideal de un proyectil que se mueve en un medio que no ofrece resistencia al avance y que está sujeto a un campo gravitatorio uniforme.”



Lo anterior es sin ninguna duda una caricatura de la comunicación lineal ya explicada ampliamente en este texto: un emisor lanza un proyectil (mensaje) el cual viaja por el medio ideal, una parábola y un campo gravitatorio uniforme (medio de comunicación) para dar en un blanco (receptor).

Un segundo experimento, encontrado en los museos de ciencia, nos lleva al estudio del caos. Éste consiste en una urna de cristal cuadrada con esferas de *icopor* en su interior en estado de reposo; las cuales, al excitarlas con una columna de viento ascendente, salen despedidas y chocan contra las paredes una y otra vez hasta cesar el impulso que las puso en movimiento. Allí nos daremos cuenta que todas las esferas están en lugares diferentes, difícilmente predecibles, incluso, si no cesamos la columna de aire, éstas flotarían eternamente.



Este experimento nos brinda una representación más clara de la comunicación moderna, un acto dinámico totalmente impredecible y no manipulable. En él, si bien es cierto se conservan los elementos de la comunicación lineal, éstos ya no son una condición *sine qua non* para que exista el acto comunicativo.

El emisor. Si nos apejáramos al modelo lineal, el emisor del mensaje inicial sería el científico. Sin embargo, en esta nueva dinámica donde el emisor y el receptor se confunden (al no ser la comunicación un juego de *ping pong* donde la pelota viene y va de una manera predecible en el tiempo y en el espacio), vendría siendo el emisor primario la sociedad. Pues, es de las necesidades de las personas de donde se desprenden las necesidades científicas y, con esto, no me ausento de las necesidades propias de ego de los científicos o de las aspiraciones *tecnócratas* de los productores en masa de tecnología (pues ellos, así a veces no lo quieran creer, también son ciudadanos comunes y corrientes). Aquí valdría la pena advertir que en la comunicación de la ciencia desaparece ese mito de que en la ciencia existen sólo dos actores: los científicos y los demás. La comunicación no advierte barreras, pues ha dejado de ser una comunicación lineal infranqueable a una comunicación radiada.

La comunicación dada por este emisor primario no está expresado en textos explícitos. La mayoría de las veces pues, si asertivamente decimos que todo comunica, hasta el silencio, tendríamos una representación de la urna de cristal donde todo lo que fluye por ella nos dice cosas que podemos interpretar, más no definir a la perfección (en la comunicación humana 1 más 1 no siempre es 2) y todo es susceptible de análisis. Si esto no fuera cierto miles de científicos en diferentes partes del mundo no estudiarían, al mismo tiempo, el virus que produce la gripe AH1N1 desde diferentes puntos de vista y bajo diferentes métodos.

Y si fuéramos un poco más estrictos en lo que hemos dicho hasta el momento, hay mensajes que ni siquiera han sido expresados por un emisor y aún así son susceptibles de tratamiento por parte de los científicos, quienes, en un modelo lineal, serían los receptores. En este modelo desaparecen los elementos lineales de emisor y receptor como entes independientes, para pasar a ser *actantes* (actores en acción).

El mensaje. En el modelo lineal, se daban por sentado que el mensaje emitido sería entendido por el receptor, lo cual nos daría como resultado que este último tenía no sólo la capacidad de decodificar el lenguaje en el que fue dado el mensaje, sino que su entorno (grado de experiencia, escolaridad, desarrollo profesional y social e intencionalidad) son iguales o muy similares. Lo cual es a todas luces imposible en la interacción comunicativa entre las personas y mucho más si hablamos de comunicación científica. En ese sentido, el profesor Abraham A. Moles⁵, en la búsqueda de la democratización de la comunicación, agregó un elemento al modelo lineal llamado por él *el micromundo*. Éste servía de filtro y de estandarizador de la información, con lo que se podría solucionar en parte el problema de la divulgación científica, pero no así el de la apropiación social.

En la comunicación de la ciencia, el problema del mensaje no es de tipo lingüístico como muchos lo han dicho, el lenguaje es cada vez menos una barrera. Si se entra a la red y colocamos en un *buscador* la palabra Psicología, encontraremos que se referencian 23.700.000 páginas web relacionadas, 143.000 imágenes, 10.800 videos, 4.449 noticias y 3.010.000 blogs, entre otros; en los que podemos encontrar documentos en un lenguaje exclusivo para psicólogos, para niños, para docentes de escuela, para estudiantes de doctorado, para adultos mayores y hasta para analfabetos informáticos. Lo que antes era un problema del receptor, el cual no era competente para entender el mensaje, ahora es un problema del emisor, al enfrentarse no sólo a públicos muy distintos sino a un universo nuevo de lógicas comunicativas.

El canal. El modelo lineal estaba diseñado sin ninguna duda para medios de comunicación tradicionales (la radio, la televisión y los medios escritos) los cuales seguían la *dirección de la flecha*. Es decir, un emisor daba un

mensaje, con la intencionalidad de que éste llegara a un receptor masa, poco crítico, que simplemente apropiaba lo dicho y actuaba. El mensaje no era un elemento debatible, el mensaje era ley y, en la actualidad, ningún mensaje lo es. Planteamientos mundialmente reconocidos por siglos son debatidos día a día, así pues la teoría de la geometría euclidiana de que la distancia más corta entre dos puntos es una línea recta, ya no es tan clara,

“Por lo menos en nuestro universo la distancia más corta entre dos puntos no puede ser una línea recta ya que el espacio-tiempo esta curvado”.

La lógica de los llamados “nuevos medios” y de las actuales tendencias comunicativas nos lleva nuevamente a la urna de cristal. La convergencia de los medios tradicionales y los llamados medios alternativos y el paso de hasta la división planteada por Mariano Cebrian Herreros⁶, Éste manifestaba la existencia de cuatro fronteras de la comunicación, entre los que se distinguían: los medios interpersonales, locales, nacionales y los internacionales, para pasar ahora a una sola frontera, los medios universales.

Los canales hipertextuales unidos a las herramientas propiciadas por la red, nos dan una lógica donde el emisor ya no es único, ni siempre una autoridad, ahora la comunicación es creada por una gran comunidad que opina, discute, crea y re-crea la *realidad*, lo cual tiene sus peligros, pero siempre serán menores que los que se tenían en la comunicación flecha, donde se acostumbraba pontificar expresándose en términos de realidades absolutas.

El receptor. Por último, tenemos el eslabón final del modelo lineal, el receptor, en el que nos detendremos poco, pues ya se ha expuesto demasiado sobre la inexistencia de este elemento en la interacción humana, al integrarse al emisor como una sola unidad de sentido.

⁵ Moles, Abraham A, *Sociodinámica de la cultura*.

⁶ Herreros, Mariano C, *El video empresarial e institucional en España*.

En la experiencia de la urna, en la que la comunicación nunca cesa su movimiento, el receptor está y no está presente, la información fluye en todas direcciones pero, más importante aún, siempre está presente. En este sentido se pierde la lógica de captación del mensaje por parte del llamado receptor. La lógica de los medios masivos de comunicación controlaba entre otras cosas el tiempo y el espacio del receptor, es decir era el medio el que decía a qué hora y donde se debía estar para recibir el mensaje. En la actualidad esto es un absurdo, el receptor es ahora quien decide a qué hora, con qué tipo de lectura y cuánto tiempo le dedicará a la recepción del mensaje; éste es ya un ente autónomo.

Nuevo Panorama, Nueva Exigencia

El objeto final de la comunicación científica, como lo hemos dicho antes, no es ahora otra más que la apropiación social del conocimiento, indiferente de cual sea la forma en que la sociedad lo emplee. De este modo tenemos un peligro potencial, la exposición del código madre. Sin embargo en estos momentos estamos migrando a un mundo donde toda la información debe ser de conocimiento público (para que esconder algo que tarde o temprano saldrá al mundo); pues de lo contrario sería

regresar a la época de la inquisición, donde la iglesia relegaba el conocimiento a unos pocos para poder controlarlo todo.

La ciencia es la aproximación del ser humano al conocimiento de la naturaleza y de la transformación de los elementos para lograr el bienestar de éste y, en últimas, de la búsqueda utópica para muchos de la felicidad en la que el individuo ve satisfechas no sólo las necesidades básicas sino que también ve la posibilidad de acceder a otras que, además de bienestar, le brindan un estado de satisfacción y de placer.

Los nuevos órdenes comunicativos nos brindan una inmensa posibilidad de humanizar la comunicación al eliminar fronteras, al democratizar la información, al propiciar herramientas que permitan romper esquemas y paradigmas, acabando con el monopolio de los medios y con la exclusividad del mensaje. Esto nos debería llevar a terminar la discusión sobre la talanquera existente entre el científico y el periodista, así como de la ignorancia del mundo acerca de los temas científicos y su lenguaje, como único escollo de la comunicación científica y pasar a una apropiación de un nuevo orden, en el que el reto para el científico no debería ser la ciencia, sino que debería ser el hombre,

Felipe Jaramillo Vélez – Profesional en Comunicación y Relaciones Corporativas- Especialista en Mercadeo Gerencial de la Universidad de Medellín, Colombia. Docente universitario y productor audiovisual. Escritor del libro “Televisión Corporativa” y director de la Serie Audiovisual “Investijium, Tras las Huellas de la Investigación.

fejaramillo@udem.edu.co

Bibliografía.

- Cebrían, Mariano. *El video empresarial e institucional en España*, Editorial Ciencia 3, España, 1990.
- Erazo, María de los Ángeles. *Comunicación, divulgación y periodismo de la ciencia*, Editorial Ariel, Ecuador, 2007.
- Estrada Martínez, Luis. *La divulgación de la ciencia*, Revista Ciencias N. 27, México. 1992.
- Foucault, Michel. *Microfísica del poder*, Editorial La Piqueta, España 1979.
- Hawking, Stephen. *Brevísima historia del tiempo*, Editorial Crítica, España 2006.
- Jacobi, Daniel y Chiele, Bernard. *Vulgariser la science. Le proces de l'ignorante*, Editions Champ Vallon, 1988.
- Landow, George P. *Hipertexto 3.0*, Editorial Paidós Comunicación, España 2009.
- Pérez Tornero, J. M. *La nueva competencia comunicativa en un contexto mediático. Libro Comunicación y educación en la sociedad de la información*, editorial Paidós, España, 2000.
- Sánchez Zuluaga, Uriel H. *Modelos y esquemas de comunicación*, Editorial Universidad de Medellín, Colombia 2006.

- Shannon, C.E Y W. Weaver. *Teoría matemática de la comunicación*, Madrid, Editorial Forja, 1981 (original publicado en inglés, 1949).
- Tropea, Fabio. *El bit y la hormiga. Especificidades e interferencias entre lo interpersonal y lo mediático en la comunicación. Libro Comunicación y educación en la sociedad de la información*, Editorial Paidós, España, 2000.

Psicologia Educacional e Práticas Educativas mediadas pelas Tecnologias de Informação e Comunicação

Elisabete Alvarez Santos

O artigo de César Coll, intitulado *Psicologia educacional e práticas educativas mediadas pelas tecnologias de informação e comunicação*, é uma visão disciplinar e por isso sectorial e parcial, realizada desde a perspectiva da psicologia educacional e que se inspira numa visão construtivista do funcionamento psicológico, na sua dupla vertente de funcionamento *intrapicologia* e *interpsicológica*. Neste sentido, o autor enfatiza o papel que desempenham as Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) no processo de construção de conhecimento e na sua utilização como recursos que permitem atender a diversidade. Para além disso, César Coll afirma que o caminho para compreender os processos formais e escolares (que constituem o campo de estudo do artigo) reside na análise das relações que se estabelecem entre os três elementos que constituem o triângulo interactivo (triângulo didáctico): o conteúdo, a actividade educativa do professor e a actividade de aprendizagem do aluno.

O autor começa por realizar uma breve contextualização sobre a Sociedade da Informação (SI) e as TIC. Considera que temos assistido ao aparecimento de uma nova forma de organização económica, social, política e cultural denominada como SI, que contém “novas formas de viver e de trabalhar em conjunto”, e também novas formas de comunicar, de nos relacionarmos, de aprender e inclusive de pensar. A informação é a essência dessa nova ordem e o crescente desenvolvimento das TIC, na segunda metade do século XX, o seu fundamento. Neste contexto, emerge um novo paradigma tecnológico organizado em torno das tecnologias de informação, e associado a profundas transformações sociais, económicas e culturais.

César Coll interessa-se pelo impacto deste novo paradigma tecnológico sobre a educação. Em realidade, afirma que o desenvolvimento experimentado pelas TIC está a contribuir para a transformação das abordagens, cenários e práticas educativas. O catedrático refere que a Educação passou a ocupar um lugar central na SI e que em conjunto com as novas possibilidades de acesso a informação e o conhecimento que oferecem as TIC, existe a necessidade de uma revisão profunda do papel, das funções e da organização dos sistemas e serviços educativos tal como foram configurados desde os princípios do século XIX. Deste modo, considera que as TIC estão a transformar os cenários educativos tradicionais, ao mesmo tempo que criam novos espaços educativos até agora inexistentes (os espaços de comunicação virtual) e torna-se necessário substituir o conceito de educação, reduzida a ideia de aprendizagem escolar e formal, por uma visão mais ampla que incorpora a educação não formal e informal ao longo da vida.

O artigo aqui analisado desenvolve-se com base no estudo do impacto da incorporação das TIC no sistema educativo formal e escolar. Segundo César Coll, esta incorporação vem sendo justificada com o argumento da potencial contribuição das TIC para a melhoria da aprendizagem e da qualidade de ensino. Contudo, o autor aponta para o facto deste argumento até a data não ter encontrado suporte empírico suficiente, acrescenta ainda que é extremamente difícil estabelecer relações causais fiáveis entre a utilização das TIC e a melhoria da aprendizagem na educação formal e escolar. Neste sentido, não é nas TIC mas sim nas actividades desenvolvidas pelos professores e alunos permitidas pelas

possibilidades de comunicação, intercâmbio, acesso e processamento da informação que oferecem as TIC, que temos que procurar as respostas para compreender e valorar o alcance e impacto das TIC na educação, incluindo o seu eventual impacto sobre a melhoria dos resultados de aprendizagem.

O autor coloca três perguntas essenciais que servem como guia ao longo do estudo:

- Que características das TIC, especificamente das tecnologias multimédia e internet, garantem potencial para transformar as práticas educativas e os processos de ensino e aprendizagem nos cenários de educação formal e escolar?
- Que aspectos das práticas educativas formais e escolares são susceptíveis de experimentar mudanças significativas como consequência de incorporação das TIC?
- Como podem realmente estas mudanças ter efeitos sobre os processos de ensino e aprendizagem que têm lugar nos cenários de educação formal e escolar?

Para responder a estas questões César Coll propõem uma análise do potencial das TIC como instrumentos psicológicos mediadores das relações entre os elementos do triângulo interactivo. Refere que a avaliação do potencial das TIC para a aprendizagem está intimamente relacionado com as possibilidades que estas oferecem para representar, processar, transmitir e partilhar informação. No entanto, o autor enfatiza que nem informação é sinónimo de conhecimento, nem a recepção ou acesso a informação garante aprendizagem. A informação transforma-se em conhecimento e o acesso a informação dá lugar a aprendizagem quando actuamos sobre ela, quando a processamos, a organizamos, nos apropriamos dela, a utilizamos e a confrontamos com outros; em suma, quando somos capazes de dar-lhe significado e sentido. A aprendizagem intencional, como é a aprendizagem formal e escolar, é o resultado de processos interactivos e comunicativos. Esta última consideração sublinha a importância dos instrumentos utilizados para comunicar e representar a informação,

para que o aluno possa representar para si mesmo a informação e para que a possa apresentar e comparar com os outros, o que nos conduz segundo o autor, a concentrar a atenção nas características e propriedades do contexto simbólico ou semiótico que as TIC põem a disposição do aluno.

Cada tipo de sistema simbólico ou recurso semiótico tem a sua própria estrutura e as suas próprias regras internas de composição, deste modo a utilização de um ou outro condiciona como se representa e transmite a informação e os processos mentais envolvidos nestas actividades. O autor afirma que os recursos semióticos actuam como mediadores tanto dos processos individuais (intrapicológicos) do aluno, como dos processos comunicativos e sociais (interpsicológicos) envolvidos na aprendizagem intencional.

Com base no esquema do triângulo interactivo, e com o intuito de responder à primeira das três questões colocadas, o autor analisa em primeiro lugar, a incidência das TIC nas relações do professor/conteúdo e estudante/conteúdo, e em segundo lugar, a incidência das TIC na relação do professor com os estudantes e dos estudantes entre si. Neste sentido, César Coll propõe a análise das seguintes características dos contextos simbólicos, baseados nas TIC, para avaliar o potencial destas tecnologias na aprendizagem: formalismo, interacção, dinamismo, multimédia, hipermédia e conectividade. As cinco primeiras características mencionadas dizem respeito ao acesso a informação, a forma de a representar e às possibilidades de interagir com ela. O autor estuda estas características, como já referido, desde o ponto de vista do triângulo interactivo, afirmando que todas elas são susceptíveis de ter impacto sobre a transmissão didáctica de conteúdos, incidindo na sua selecção e organização, nos formatos utilizados para a sua apresentação, e o modo ou a sequência de acesso a eles por parte dos alunos. Mas também, e de forma simétrica, são susceptíveis de estabelecer novas formas de mediação entre os conteúdos e os alunos, que podem aceder a

eles directamente, sem a intervenção directa do professor, e os explorar uma e outra vez seguindo diferentes “caminhos” de questionamento de acordo com os seus níveis de compreensão e as suas próprias referências.

O autor salienta que a interacção, multimédia e hipermédia são características particularmente importantes desde o ponto de vista do potencial das TIC como instrumentos psicológicos mediadores das relações entre alunos e conteúdos. A interacção refere-se às possibilidades que oferecem as TIC de que o estudante estabeleça uma relação contingente e imediata entre as informações e as suas próprias acções de busca e processamento da mesma. A interacção permite um maior protagonismo do estudante, aumenta a sua motivação e auto-estima. Este ponto leva-nos a reflectir sobre o papel da motivação intrínseca associada a estas características, isto é, o aluno realiza determinadas acções pelo valor de fazer, pelo prazer obtido na execução das mesmas.

A característica multimédia refere-se a capacidade dos contextos baseados nas TIC para combinar e integrar diversas tecnologias específicas e os formatos de representação próprios de cada um deles. Quando observamos esta característica, conclui-se que a mesma permite não só combinar e integrar diferentes sistemas simbólicos na representação e transmissão da informação, como também transitar com facilidade entre um e outro. Desde o ponto de vista das relações entre os estudantes e os conteúdos as TIC, segundo o autor, têm duas implicações importantes: permitem aproveitar ao máximo as potencialidades dos sistemas simbólicos de cada “meio” na educação e permitem conjugar os “meios” e formatos (próprios de cada um deles) mais apropriados a natureza de conteúdos da aprendizagem.

A característica de hipermédia é o resultado da convergência da natureza multimédia dos contextos apoiados nas TIC e a utilização de uma lógica de hipertexto para a apresentação e transmissão da informação. Nos hipertextos a informação encontra-se

organizada de acordo com uma lógica não sequencial ou linear. Os alunos podem chegar a informação utilizando caminhos diferentes e não toda a informação encontrada interessa do mesmo modo, o aluno pesquisa em função dos seus interesses particulares. Isto pode ocorrer em relação aos hipertextos, como também as TIC oferecem a possibilidade de navegar entre informações que utilizam diferentes “meios” e diferentes sistemas e formatos de representação.

Com base nestas características é possível verificar que o enfoque está posto no aluno, na sua capacidade de avaliar e seleccionar a informação que lhe interessa, dotando-o de autonomia e controle na aquisição de saber. Considero que para uma análise mais rica, e para uma melhor compreensão dos processos psicológicos subjacentes a actividade de ensino e aprendizagem seria interessante debater de forma mais aprofundada a importância da motivação.

Para César Coll, a conectividade é relevante pelo seu potencial de incidência entre as relações entre os estudantes e o professor, e as relações dos estudantes entre si. Esta característica refere-se as possibilidades que envolvem os contextos baseados nas TIC para estabelecer redes de informação e comunicação com múltiplos pontos de acesso. A combinação de conectividade e interactividade está na base do estabelecimento de relações próximas, imediatas e recíprocas entre as pessoas conectadas a estas redes. Do ponto de vista do autor, a confluência de ambas características tem importantes implicações educativas, especificamente na planificação e desenvolvimento dos processos de ensino e aprendizagem nos contextos baseados nas TIC. César Coll destaca as facilidades que oferecem estes contextos para diversificar e ajustar ao máximo, em quantidade e qualidade, os apoios e ajudas mediante os quais os agentes educativos promovem e orientam a aprendizagem dos estudantes. Isto é, para exercer uma acção educativa que respeite a diversidade.

Neste sentido seria interessante reflectir sobre o impacto que as TIC podem desem-

penhar na promoção de uma educação mais inclusiva, refiro-me especificamente a alunos com necessidades educativas especiais. Uma outra análise importante neste ponto é a mudança do papel do professor, que segundo esta linha de pensamento desenvolve uma relação mais próxima com o aluno para além do contexto de sala de aula e passa a desempenhar um papel de mediador e facilitador do processo de aprendizagem. É de salientar, as dificuldades que tal mudança causa para os profissionais da educação, uma vez que requerem da parte destes novas competências e conhecimentos. Sobre este tema, a União Europeia deixa algumas recomendações:

“Não basta adquirir uma formação sobre os instrumentos e um conhecimento técnico. É igualmente importante encarar as novas tecnologias no âmbito de práticas pedagógicas inovadoras e integrá-las nas disciplinas, de modo a fomentar a interdisciplinaridade. Urge igualmente codificar as aprendizagens que não sejam de natureza técnica, necessárias a uma utilização adequada das tecnologias: trabalho em grupo, planificação das actividades, trabalho em rede, combinação de módulos de aprendizagem autónoma com aulas convencionais, trabalho à distância e presencial”
(C. Europeia, 2001)¹

O autor refere que para além das novas e inéditas possibilidades que as TIC oferecem para representar, processar, transformar e partilhar informação, o seu potencial educativo está intimamente relacionado com as características e propriedades do contexto simbólico que estas tecnologias colocam a disposição do professor e dos estudantes. Estas características permitem descrever as TIC como possíveis instrumentos psicológicos, numa perspectiva construtivista, susceptíveis de mediar, e conseqüentemente transformar, as relações entre os diferentes elementos do triângulo interactivo. Do ponto

de vista educativo, o autor avisa que não nos podemos esquecer que se trata exclusivamente de isso: de um potencial que pode ser ou não efectivo em função da aplicação, ou melhor das aplicações, que se façam delas nas práticas educativas.

A análise da aplicação das TIC, nos processos formais e escolares de ensino e aprendizagem, responde a segunda questão: Que aspectos das práticas educativas formais e escolares são susceptíveis de experimentar mudanças significativas como consequência de incorporação das TIC? Segundo o autor as TIC podem ser aplicadas como: Conteúdos de aprendizagem; Depósitos de conteúdos de aprendizagem; Ferramentas de procura e selecção de conteúdos de aprendizagem; Instrumentos cognitivos a disposição dos participantes; Auxiliares ou amplificadores da acção docente; Substitutos da acção docente; Instrumento de seguimento e controle das acções dos participantes; Instrumentos de avaliação dos processos de ensino e aprendizagem; Instrumentos de avaliação dos resultados da aprendizagem; Ferramentas de comunicação entre os participantes; e por último como Ferramentas de colaboração entre os participantes.

César Coll realiza diversas considerações sobre a aplicação das TIC no espaço conceptual do triângulo interactivo. Em primeiro lugar, um mesmo recurso pode ser utilizado de diferentes maneiras, e a mesma aplicação pode apoiar-se em recursos tecnológicos diferentes. Em segundo lugar, a maior parte das aplicações das TIC descritas podem aparecer simultaneamente num mesmo processo formativo. Em terceiro lugar, a complexidade que revela esta tipologia aumenta ainda mais com a possibilidade que oferecem estas tecnologias de combinar espaços de trabalho presenciais, com espaços de trabalho “virtuais”. Em quarto lugar, a análise e os argumentos apresentados aqui

¹ Europeia, C. (2001). Comunicação da Comissão ao Conselho e ao Parlamento Europeu Plano de acção eLearning -Pensar o futuro da educação. Obtido a 25 de Fevereiro de 2010, de: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52001DC0172:PT:HTML>

evidenciam que o impacto das TIC sobre as práticas educativas não depende tanto da natureza e das características das tecnologias que se utilizam, mas sim da aplicação pedagógica se fazem delas. Segundo César Coll, a experiência demonstra que normalmente as TIC utilizam-se simplesmente para reforçar, apoiar ou poder levar a cabo a prática de estratégias, modelos ou metodologias pedagógicas preexistentes. Esta constatação indica outro ponto de reflexão interessante, uma vez que, como vários autores referem, o objectivo da educação será idealmente o de incorporar as TIC com o seu potencial libertador e multiplicador e evitar que sejam ou que se convertam num instrumento mais do processo reprodutor, para o qual às vezes serve a educação.

O caminho para compreender as mudanças significativas introduzidas pelas TIC nos processos de ensino e aprendizagem que têm lugar nos cenários de educação formal e escolar, desde o ponto de vista construtivista, reside na forma como estudantes e professores organizam a sua actividade conjunta. A importância atribuída a esta actividade conjunta deve-se as evidências existentes de que é justamente através desta, que os estudantes podem construir significados e atribuir sentido de forma progressiva aos conteúdos da aprendizagem, à medida que os agentes educativos podem ajuda-los de forma sistemática e apoiada, mudando e adequando os seus apoios, neste processo de construção. César Coll afirma que os resultados das investigações demonstram que os processos

bem sucedidos de ensino e aprendizagem caracterizam-se por apresentar formas sequenciais de organização da actividade conjunta, que revelam uma evolução e um ajuste progressivo, em quantidade e qualidade, dos apoios oferecidos pelos agentes educativos. Estas ajudas facilitam o processo de construção partilhada de significados e de atribuição de sentidos aos conteúdos de aprendizagem.

Este parágrafo também permite uma reflexão importante sobre os princípios fundamentais da utilização das TIC ou pelo menos motivador para a extensão da sua aplicação, no caso a promoção de um ensino colaborativo.

Em suma, o autor ao longo do texto levamos a reflectir sobre a relação entre práticas educativas e tecnologias de informação e comunicação, permitindo-nos retirar algumas conclusões. Em primeiro lugar, algumas características dos contextos simbólicos apoiados nas TIC garantem o potencial destas para transformar as práticas educativas e os processos de ensino e aprendizagem nos cenários de educação formal e escolar. Em segundo lugar, observamos que a incorporação das TIC nos processos de ensino e aprendizagem formais e escolares, em determinadas condições pode chegar a transformar em profundidade o espaço pedagógico e, como consequência, a natureza das relações que nele se estabelecem entre estudantes, conteúdos e professor. E por último, que existem mudanças reais nos processos de ensino e aprendizagem com a incorporação das TIC na educação»

Elisabete Alvarez Santos – Licenciada em Psicologia Aplicada, pelo Instituto Superior de Psicologia Aplicada de Lisboa (Portugal).

elisabetealvarez@gmail.com

Alfabetización Digital y Mediática

Lázaro disfrutaba como nunca antes cada sorbo de agua, en su vida había sentido tal incertidumbre como la que ahora le recorría, sin embargo se encontraba de muy buen ánimo, eso de salirse aunque fuese por una vez en la vida de lo que se espera sea normal se sentía muy bien....

eso de no levantarse todos los días a la misma hora, ir a un trabajo de mierda (cuando había), apretarse en un bus o transitar la soledad en un carro, eso de vivir en la pantalla triunfos y derrotas de futbolistas, cantantes, personajes de la farsándula, millonarios y demás engendros propios de esa época,

eso de comprar la felicidad en cuanto cosa inútil se vuelve necesaria, casarse, reproducirse, acumular un poco de todo en el camino y morirse a un lado, donde no se moleste ni se estorbe....

todo eso estaba muy bien pero como que lo no le venían muchas ganas ahora a Lázaro, ahora que había resucitado y finalmente dejado todo atrás, eso como que ya no le parecía ni tan normal ni tan seguro....

... “en confusos hechos fue desaparecido Juan el bautista, diversos sectores de la sociedad han manifestado su repudio por esta abominable acción, algunas organizaciones defensoras de derechos humanos han levantado su voz de protesta en contra de las fuerzas oscuras y los enemigos de la paz, mientras que las autoridades dicen barajar varias hipótesis sobre quiénes estarían detrás de los hechos, entre las cuales cobra fuerza un ajuste de cuentas entre los autodenominados cristianos y bautistas...”

la radio se apagaba a medida que lázaro se sumergía en sus pensamientos, una cosa era segura, ni ajuste de cuentas ni derechos humanos, los pensamientos iban y venían sin parar, los recuerdos, los amigos, la muerte, la incertidumbre, la vida, su vida...

y ahora?

... justo en ese momento Lázaro recordó que alguna vez alguien en su familia le habló sobre unos primos que vivían más allá de belén, cruzando el gran mar rojo, siempre hacia el sur...

recordó cuando le contaron que eran personas distintas, que su piel era similar pero diferente, que no creían en un solo dios, que amaban a la tierra (no confundir con las tierras) como a una madre, que hubo una época cuando para esta gente las monedas no eran lo más importante ni lo más valioso, una gente para la cual las personas ancianas eran gente sabia y no objetos obsoletos que se esconden en asilos hasta que caducan, gentes que sabían que "la vida pierde la gracia para quien olvida festejar"...

gente para la que la identidad de alguien no estaba dicha por un papel y menos por un documento (como un acta de resurrección), un lugar donde si

existían las fronteras eran diferentes, un lugar en el cual la autoridad era algo bien distinto a lo que era la autoridad en su tierra natal, en fin otro lugar y otra gente...

la visión le llegó de golpe, justo cuando volvía en sí después del duro naranjazo que lo sacudió debajo de ese árbol de naranjas (obviamente)...

se vio a sí mismo viviendo en ese sitio, se vio compartiendo esa otra nueva vida, se vio lejos, se vio más allá del gran mar rojo, se vio conociendo a sus primos y primas (obviamente), se vio viajando (por dentro y por fuera), se vio tranquilo y muy muy a gusto...

para cuando se terminó de poner de pie y empezó a sentir el enorme chichón que ya le salía de su cabeza, Lázaro ya había tomado la decisión de ir hacia esa gente y a ese lugar...

Comunicação e Ócio – Uma via de mão única

Albanir Faleiros Machado Neto

Resumo

Educação é um processo de desenvolvimento da capacidade física, intelectual e moral do ser humano, visando uma melhor integração individual dentro de determinado contexto social. Está presente no tempo e em espaços distintos fazendo parte da transformação do comportamento humano. Este texto visa analisar de forma sucinta de um ponto de vista socio-histórico e crítico, o avanço dos meios de informação e comunicação e sua conexão direta com trabalho, ócio, lazer e quaisquer outras atividades ligada ao que pode-se chamar “tempo livre”. Hoje em dia, com o advento das novas tecnologias da informação e comunicação, invadindo o mercado de maneira intensa e com muita força de convencimento, proporcionou e tem influenciado o modelo atual de educar. Dentro de um complexo jogo existentes na estrutura social em que vivemos, torna-se importante ter em conta a complexa relação entre trabalho e ócio e sua influência nos meios educativos.

Palavras-chave

Educação, ócio, comunicação, Gestores culturais, tecnologias.

Dois Lados de Uma mesma Moeda

Nos dias de hoje as redes audiovisuais podem construir uma espécie de escola universal que aproxime os recursos do conhecimento em qualquer lugar. Pode ser um veículo perfeito para conectar a quem quer aprender. O que dizem nos dias de hoje a respeito de e-learning, pode ajudar a revolucionar as formas de aprendizagem, faz-la mais profunda, sólida e diversa. Os meios tecnológicos nas escolas podem potenciar novos estilos de aprendizagem e adaptar tarefas e recursos didáticos a necessidade de cada criança, de cada aluno, simular situações com as quais de outro modo não se poderia adquirir. Os professores do mundo pode servir-se assistidos e ajudados em seu trabalho pelo advento da rede mundial de computadores. Todos estes aspectos são construtivos, mas a rede também aporta conteúdos destrutivos e dissolventes. Ou seja, os avanços tecnológicos cada vez mais nos mostra seu lado positivo e negativo.

“La convergencia mediática vendrá a producir, sin duda, nuevos sistemas y nuevas

sinergias. De ese modo la complementariedad, el relevo, la sustitución serán operaciones claves que ayudarán a la eficacia de la operaciones y al cumplimiento de los objetivos dentro de los ámbitos educativos. Consolidación de un nuevo concepto de rentabilidad: La defensa del espacio público por encima del espacio-mercado. La separación entre rentabilidad social y rentabilidad del capital. Consolidación de la participación y la aceptación por encima del mero consumo. Todo esto es de vital importancia para los medios. Creación de redes de cooperación frente a redes de penetración: Los nuevos medios educativo-culturales deben servir a la consolidación de comunidades no a la destrucción de sus identidades.” (Tornero:2010)

Com o intuito de compreender a educação contemporânea temos de reler o presente sobre tudo a respeito do espaço que se tem para ela. Este espaço está compreendido no que é chamado de ócio. Traçando uma linha cronológica pode-se observar claramente que o aumento do ócio coincide diretamente com o aumento dos meios de comunicação assim como dos processos educativos.

Pode-se dizer que na vida existem momentos de ócio e de trabalho. O ócio e o trabalho pode ser considerada duas formas de existir dentro do mundo real. Eles complementam-se, apesar de se oporem. No entanto, dependendo do conceito que se dá tanto a ócio, como a trabalho, não nos é permitido, de uma forma exata, determinar quando é que um indivíduo está a trabalhar ou quando está em seu momento de ócio.

Se se define ócio como “nao fazer rigorosamente nada”, então o ócio não existe, pois, por mais que um individuo queira “nao fazer nada”, no minimo, esse individuo está, por assim dizer, a “respirar”. E se está a respirar, entao é certo que está a fazer alguma coisa. Da mesma maneira, pode-se afirmar que, como indivíduos teoricamente pensantes, não é possível “nao pensar em nada”. Se pensarmos que o “ócio” não existe, logo o “trabalho” também não, pois a idéia de ócio nunca poderia existir se não houvesse a idéia de trabalho. Ao se fazer esta oposição entre ócio e trabalho, toma-se a consciência de duas realidade totalmetne opostas, ja que o significado de ócio é o contrário do significado do trabalho. Dentro dessa idéia quero dizer que o conceito de qualquer coisa nao pode existir sem existir o seu contrário. O mais importante é sabermos dar um conceito para estas duas realidades. Sendo assim para o presente artigo faz-se necessário delimitar como se fundamenta-se o ócio.

A palavra ócio pode significar repouso, descanso, lazer, vagar ou simplesmente não fazer nada. Realmente fazemos nada quando estamos no ócio? Ficamos parados no espaço sem fazer absolutamente nada?

Nesse tempo, que pode-se chamar de ócio, refletimos, pensamos, nos divertimos. Assim para o respectivo artigo, todas as atividades extra-trabalho serão consideradas atitudes condicionadas ao chamado ócio.

Formação do indivíduo entre trabalho e ócio

O homem é o primeiro ser que conquistou certa liberdade de movimentos em face da natureza. Através dos instintos e das forças naturais em geral, a natureza dita aos animais o comportamento que eles devem ter para sobreviver.¹ “A moral do trabalho é uma moral de escravos, e o mundo não precisa de escravos”. O homem entretanto, graças ao seu trabalho, conseguiu dominar em parte, as forças da natureza, colocando-as a seu serviço. Justamente porque o trabalho humano pode ser diferente do trabalho dos animais é que o homem modifica a natureza de acordo com suas possibilidades. Marx² observa na História a evolução gradativa do trabalho, naquilo que corresponde a evolução do homem e a necessidade de suprir suas necessidades frente ao meio. O desenvolvimento do trabalho aparece aos olhos de Marx, como uma condição necessária para que o homem seja cada vez mais livre, mais dono de si próprio. Contudo Marx verifica que em sua contemporânieidade, o trabalho assumiu características diferentes das anteriormente pensadas: os homens que produzem os bens materiais, alguns indispensáveis a sua própria existência, porém, não se realizam como seres humanos em suas atividades.

¹ Frase atribuída a Bertrand Arthur William Russell, 3º Conde Russell (Ravenscroft, País de Gales, 18 de Maio de 1872, Penrhyndeudraeth, País de Gales, 2 de Fevereiro de 1970) foi um dos mais influentes matemáticos, filósofos e lógicos que viveram no século XX. Político liberal, ativista e um popularizador da filosofia. Inúmeras pessoas respeitaram Russell como uma espécie de profeta da vida racional e da criatividade. A sua postura em vários temas foi controversa. Ver, *The Autobiography of Bertrand Russell*, 3 vols., London: George Allen & Unwin 1967–1969.

² Karl Heinrich Marx (Tréveris, 5 de maio de 1818 - Londres, 14 de março de 1883) foi um intelectual e revolucionário alemão, fundador da doutrina comunista moderna, que atuou como economista, filósofo, historiador, teórico político e jornalista. O pensamento de Marx influencia várias áreas, tais como Filosofia, História, Sociologia, Ciência Política, Antropologia, Psicologia, Economia, Comunicação, Arquitetura, Geografia e outras. Em uma pesquisa realizada pela Radio 4, da BBC, em 2005, foi eleito o maior filósofo de todos os tempos. Ver BBC Radio 4 (2005). Karl Marx - Winner of the greatest philosopher vote. Página visitada em 28 de outubro de 2010.

O tempo de trabalho resulta da necessidade de normatizar e disciplinar as atividades produtivas. Na sociedade produtora de mercadorias, a estruturação desse tempo se funda em uma nítida separação do tempo destinado ao trabalho em relação aos outros tempos. A expansão desse tempo se manifesta através de dois aspectos que lhes são fundantes: o período e o ritmo. No primeiro caso, observa-se sua expansão crescente para períodos outrora utilizados de forma gradativa ou excepcional. No segundo, evidencia-se uma intensificação da capacidade do trabalhador produzir na mesma proporção de tempo, motivado por mudanças no processo de trabalho. Na medida em que a sociedade se torna mais complexa e sua base material e social se torna mais densa, ampliam-se as possibilidades de redução do tempo de trabalho. E essa ampliação se manifesta tanto no plano horizontal, com a institucionalização de modalidades distintas de redução, quanto no plano vertical, com o aprofundamento da intensidade da redução em cada modalidade. Assim, qualitativa e quantitativamente, a redução do tempo de trabalho se mantém no horizonte e, não obstante as adversidades conjunturais, que ora bloqueiam, ora recrudescem seu livre curso, sua realização se mantém no horizonte. A formação do indivíduo que pensa, age e se comunica e busca um diálogo de entendimento se dá através do melhor argumento, implicando processos de comunicação através dos quais pode-se questionar o mundo e é onde se afirma a individualidade do sujeito e sua autonomia. Tais processos de comunicação possuem um via de mão única com a relação trabalho e ócio. Pode-se perceber através dos séculos que o aumento do ócio é diretamente proporcional ao aumento dos meios de comunicação as-

sim como da influência dos mesmos na vida e no cotidiano das pessoas.

Tendo em vista o aumento dos meios comunicativos juntamente com o aumento do ócio, pode-se dizer que os meios comunicativos surgem como gestores do ócio, e infelizmente um gestor que aparece para coagir, informar e manipular as pessoas de acordo com interesses privados. Assim, as empresas de comunicação -cultural, entretenimento- acabam por ser os gestores do ócio, manipulando seus conteúdos de acordo com seus interesses.

A cada aumento do tempo de ócio há o aumento dos meios de comunicação, assim como o aumento das horas livres e dos salários e a diminuição do tempo de trabalho é o que permite o aumento de novos meios de comunicação no mercado. Assim o ócio se torna um tempo pós trabalho, um período dedicado a diversão a educação e a cultura. A gestão do ócio se converteu nos finais do século XX³ como parte fundamental da comunicação humana. Toda empresa de serviços incluídas as de comunicação e Educação é uma empresa de gestão do ócio. A educação como formação continua deve ser incluída no tempo de ócio. É importante ter em vista e se mostra necessário uma redefinição do ócio, pois os gestores culturais de empresas de comunicação se tornam gestores de ócio. A gestão do ócio acaba por se tornar uma parte fundamental da comunicação humana. Todo empresa de serviços incluídas as de comunicação é uma empresa de gestão do ócio. Assim a educação tem de ser incluída também dentro desse quadro.

Uma nova autoridade na educação coincide com uma exigência de responsabilidade em que o aluno é convertido em cliente. A educação é a formação de um cidadão

³ O século XIX foi o século da supremacia européia sobre o resto do mundo. Foi também o século no qual a burguesia da Europa consolidou seus valores e seu modo de vida. O individualismo burguês e seus ativos homens de negócios tornaram-se o padrão de respeitabilidade, de civilização. A ciência e o progresso tornaram-se os valores máximos de uma época que revolucionou o mundo com suas estradas de ferro e telégrafos. Entre 1890 e 1914, a belle époque, o estilo de vida da burguesia francesa, tornou-se o padrão cultural dominante, imitado pelas burguesias de outros lugares do mundo. As modificações das estruturas político - econômicas na Europa no final do século XIX afetaram a sociedade mundial sob o ponto de vista cultural e transformaram as formas de agir e produzir, além de influir na vida cultural.

para afrontar os desafios de uma sociedade democrática, por tanto deve ser tão solidária como útil. Faz-se necessário uma redefinição do ócio e dos gestores do ócio já que os gestores educativos e culturais de empresas de comunicação serão os gestores do tempo pós laboral. O ócio assim acaba por ser em definitivo o tempo dedicado a informação, entretenimento, diversão e formação.

Etapas evolutivas do ócio

A evolução rumo ao ócio teve suas etapas,⁴ sendo a primeira o descanso onde a jornada de trabalho em finais do século XIX foram frutos das lutas dos trabalhadores por uma jornada de dez horas e logo passando para oito horas. Os descansos aos domingos teriam assim forte conotações religiosas. A segunda evolução seria a da diversão onde houve um desconto da jornada de trabalho que acabou por ser produto das duas guerras mundiais. Isso provoca posteriormente um controle policial sobre os excessos das massas que não sabiam como ocupar seu tempo livre. A terceira evolução, chamada de evolução do “Ócio”, será o desconto da jornada de trabalho como resultado da terceira revolução industrial, que está marcada pela indústria cultural e o ócio. Acaba assim por voltar uma pressão popular que demanda a repartição dos recursos obtidos com tal revolução, voltando também a idéia de redução da jornada de trabalho juntamente como o aumento da capacidade dos meios de produção.

É difícil encontrar uma definição histórica para o Ócio, mas em todo caso, este sempre teve uma associação negativa pois nesse tempo, não esta dentro desta perspectiva produzindo, trabalhando. A identificação com o ócio estava sempre ligada ao descanso,

assim, sendo somente um privilegio social da elite. A solução para isso seria caminhar em um duplo sentido, indo num sentido de obtenção de melhor informação sobre o ócio e também em busca de uma pedagogia do tempo livre, que só pode ser impulsionada pelos gestores e pelos profissionais de empresas educativas e culturais. A televisão educativa e cultural seria uma saída educativa para se preparar a sociedade do ócio. Uma televisão para o ócio seria uma televisão que educa e que pode ser uma saída coerente ao marasmo atual da televisão pública sem identidade e sem destino.

Educação Contemporânea

O Moderno e Contemporâneo, tem como ponto de passagem no fim do século XVIII, as revoluções⁵ burguesas: Revolução Industrial e a Revolução Francesa, as quais, atuando na economia e na política, animam toda a sociedade e a cultura, dando inicio a uma fase nova da Modernidade. Nova fase marcada pela centralidade das ideologias, pela lutas sociais, pelo desenvolvimento tecnológico e científico, pelo crescimento da sociedade de massa, tendo como alvo o pensamento científico e o controle social, redefinindo radicalmente os processos educativos e seus objetivos: conformação e liberação, emancipação e controle, produtividade e livre formação humana.

Na contemporaneidade nasce um organismo político-social novo que reclama participação e responsabilidade social, civil e política por parte de todos, desenvolvendo também as possibilidades de igualdade entre os homens, ao realizar a igualdade das oportunidades. É época de uma educação social que da substancia ao político. Há aqui também uma dependência da ideologia, dos projetos

⁴ Ver artigo professor José Maria Perceval, *Medios de comunicación y educación en la sociedad del ocio*, material máster comunicación y Educación 2010.

⁵ As revoluções Burguesas são um momento significativo na história do capitalismo, na medida em que serão elas que contribuirão para abrir caminho para a superação dos resquícios feudais e, portanto, para tornar possível a consolidação do modo de produção capitalista. Tais revoluções ocorreram em vários países europeus, no entanto, neste capítulo, vai-se dar ênfase especial a duas delas: a Revolução Inglesa, ocorrida no século XVII, e a Revolução Francesa, no final do século XVIII.

de domínio da comunicação, organização e transformação do mundo social, expressos pelas diversas classes sociais, pelos grupos culturais etc. A educação veio se redesenhando sobre os perfis profissionais, colocou no centro a ótica do profissionalismo e a escola assumiu como sua essa tarefa social primária. Formar jovens gerações é, sobretudo, transmitir-lhes competências e comportamentos, é conformá-las a regras sociais que atinge antes de tudo, as competências profissionais.

Outra característica que atravessa a contemporaneidade pedagógica e que marca profundamente é a renovação da organização escolar e a sua vocação reformista. A começar do século XVIII, a instituição escolar foi submetida a processos de revisão, de reprogramação, de reorganização setorial e global, tendo em vista uma maior funcionalidade social, ligada à convergência ideológica com o poder, mas, sobretudo à eficiência em relação às necessidades produtivas e, portanto, técnicas da sociedade nação Estado. Tratou-se de renovar a escola a fim de torná-la funcional para a sociedade industrial, democrática, de massas, que vinha configurando como o modelo contemporâneo e disseminado de sociedade. Tratou-se de atualizar a escola por organização-gestao, por programas, por modelos culturais a uma sociedade nova que se configurava como produtiva, pluralista, aberta.

Mas a “tradição cultural e intelectual”, no seu aspecto mais genuíno continuara a viver e a agir como o paradigma de desenvolvimento da humanidade, ainda que adaptando-se a condições profundamente nova. Nos dias de hoje temos que reler sobre o fundo do passado e de um passado reconstruído em todas as suas possibilidades e ramificações principalmente sobre a influência dos meios comunicativos que apresentam-se de forma coercitiva dentro do momento de ócio, que é onde se encontra o processo educativo.

“La aparición súbita de la sociedad de la información o del conocimiento ha despertado, desde hace unos lustros, el discurso sobre el futuro con una fuerza inusitada.

De modo que este tipo de discurso se ha convertido en una fuerza estructurante de las acciones y las estrategias sociales. Sin embargo, las versiones y las modalidades de este discurso futurista han sido bien distintas. Algunas de ellas han sido profética, con la forma de vaticinios y augurios que servían de estímulo moral y de reflexión; otras «catastrofistas» y apocalípticas, en las que el final previsto es siempre trágico y nefasto y despertaban la conciencia de un cataclismo próximo; algunas otras, «voluntaristas», entusiastas y optimistas, prometían una especie de paraíso informativo y del bienestar, que se desarrollaría como una consecuencia inevitable de los procesos determinantes de la tecnología; otras científista, que mediante prospectivas, y modelos estadísticos calculaban lo que podría suceder y construían escenarios de futuro...” (Tomero: 2005)

Ao lado da escola, dos meios de comunicação e do tempo de ócio está a família, que deve ser vista como instituição educativa primária e natural, mas que deve agir-para o bem da sociedade inteira, segundo modelos mais racionais, mais uniformes e mais construtivos. Deve ser a via primária para a conformação, para a constituição de um sujeito disciplinado e consciente dos próprios deveres e de seus direitos, capaz de modelar-se às normas que justamente a família, com seu comportamento, encarnam: submissão à autoridade (do pai), a ética do sacrifício e da responsabilidade, o valor do trabalho, da poupança, da propriedade. A família burguesa assume justamente na segunda metade do século essas características de organismo autoritário e sensório, atenta ao cuidado dos filhos, mas também ao seu estrito controle, fortemente repressivo. É a família como aparecera dentro da obra freudiana que acaba por ser a produtora de neuroses e de trauma, mas também sustentada por uma ânsia de normalização autoritária, de oposição a toda forma de desvio ou de divergências.

“La Red, y sobre todo en su dimensión televisiva, puede alejarnos del auténtico acto pedagógico y sustituir el auténtico magisterio y el esfuerzo del aprendizaje –y su

placer– por un sucedáneo de transmisión de conocimientos, por la saturación de la información y por un tecnicismo vacío de contenido. La Red puede privar también de sentido al acto creativo y original que tiene que acompañar siempre al auténtico aprendizaje por un copy-paste sin límite ni moderación. La Red nos puede conducir al espejismo de sustituir cantidad de información por conocimiento y, lo que es más esencial, por sabiduría de la vida.”

(Tornero : 2005)

Os animadores, os comunicadores, a televisão e todos os meios de entreterimento se convertem em gestores culturais e cada vez mais especificamente determinado em razões das necessidades sociais que deveriam englobar-se em um conceito mais amplo como profissão de comunicador. A conclusão

seria guiar-se rumo a um novo conceito da comunicação visando a utopia informativa, rumo a uma nova organização das empresas do ócio incluindo-se nisto a televisão educativa para que superem os termos “entreterimento”, “aventura” e “descanso”. Assim deve-se ir rumo a uma nova organização das empresas de comunicação dentro de um conceito global de multimédia que as definam como empresas de gestores do ócio. Deve-se buscar uma mudança na concepção do marketing baseada tradicionalmente na exclusiva capacitação e não somente pela fidelização do cliente. Deve-se seguir rumo a mudança de mentalidade dos gestores culturais que convertem-se em gestores do ócio, a um impulso novo da investigação em temas do ócio que ofereça uma real profissionalização dos gestores culturais,

Albanir Faleiros Machado Neto – Científico Social por la Universidad Federal de Goiás.
Máster Internacional de Comunicación y Educación por la Universitat Autònoma de Barcelona.

albanirfaleiros@hotmail.com

Bibliografia.

- Bikerts, S. (1999), Elegía a Gutemberg. *El futuro de la lectura en la era electrónica*, Madrid, Alianza Editorial.
- Freud, Sigmund. *Algunas reflexões sobre a psicologia do escolar*. Edição Standard Brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud, vol. XIII. Rio de Janeiro: Imago, 1995.
- Leses, H. O *Problema Pedagógico*. Editora UNESP, 1937-1965.
- Marx, Karl. *O capital: Crítica da Economia Política*. In: Karl Marx. Coleção: Os Economistas; Editora Abril Cultural, São Paulo; 1983.
- Perceval, J. M. (2010). *Medios de comunicación y educación en la sociedad del ocio*. Material Máster Comunicación y Educación 2010. Univesitat Autònoma de Barcelona.
- Tornero, J. M. P. (2005). *El futuro de la sociedad digital y los nuevos valores de la educación en medios*. Huelva (España): Material Máster Comunicación y Educación 2010, Universitat Autònoma de Barcelona.
- Tornero, J. M. P. (Ed.) (2010). *Crisis de Educación, Crisis de Comunicación*. Material Máster Comunicación y Educación 2010, Universitat Autònoma de Barcelona.

En tiempos de crisis: reingeniería de los telediarios

Fernanda Tusa Jumbo

“En los momentos de crisis, sólo la imaginación es más importante que el conocimiento.”

Albert Einstein

Resumen

En la actual coyuntura de desempleo masivo y problemas sociales, la gestión de las empresas de comunicación está obligada a evaluar, e incluso, a reinventar sus contenidos de responsabilidad y servicio social. En este artículo, se proponen tres líneas de trabajo a promocionarse dentro de los telediarios de difusión nacional.

Palabras clave

Microempresa, Internet, Marketing, Televisión, Telediarios.

En tiempos de insomnio no hay mejor antídoto que el místico espacio de los debates nocturnos.¹ En estos programas, las palabras de uno de los panelistas² llaman mi atención: “Dentro de las cifras del empleo, con cuatro millones de parados..., con 4,2 en la EPA (Encuesta de Población Activa), con dos millones de empleos destruidos en los últimos dos años...”

Quizás haya sido la hora, la falta de comida o en fin, la magnitud de aquella cifra; pero los números me llevan a cuestionar: ¿cuál debería ser el aporte de los comunicadores y de los medios visuales frente al paro?

En el marco del Máster Internacional de Comunicación y Educación de la UAB (Universidad Autónoma de Barcelona), asistimos a un programa de Alfabetización Digital *Cibernàrium*.³

En base de ciertas estadísticas previamente realizadas, se pudo conocer que el 64% de sus estudiantes son personas mayores de 40 años y el 50% personas desempleadas. Frente a esta realidad, *Cibernàrium* incorporó nuevas temáticas dentro de sus cápsulas y talleres.⁴

El caso antes mencionado permite entender la reingeniería mediática a adoptarse: ¿qué demanda una audiencia con una necesidad imperante de empleo? Una posible respuesta sería: herramientas útiles que vinculen mi audiencia a una sociedad integral del conocimiento.

Se dice que en tiempos de crisis surgen las mejores ideas. En este artículo, presento la televisión y en particular, los telediarios como una oportunidad de servicio social enfocada en la difusión de tres microcápsulas.

¹ *59 segundos*, es un programa de debate y actualidad de TVE 1. El miércoles 10 de febrero tuvieron como invitado a Celestino Corvacho, Ministro de Trabajo e Inmigración.

² Arsenio Escolar, periodista y director del diario gratuito 20 minutos. En el año 2008, según el Estudio General de Medios (EGM), *20 minutos* fue el diario más leído en España.

³ *Cibernàrium* es un centro de Alfabetización y Capacitación Digital que lleva once años funcionando en Barcelona (Parc Tecnològic, Nou Barris).

⁴ Una de las nuevas cápsulas es *Encuentra empleo por internet: Redes Sociales y búsqueda de empleo*.

Microempresa: oportunidad, riesgo, cambio

Mi compañera de piso es de Lérida, Catalunya. Cada fin de semana, visita a sus padres y de regreso, trae consigo una multiplicidad de productos orgánicos elaborados en familia. Desde longaniza hasta almendras confitadas, toda una variedad de alimentos caseros de limitada repercusión en el mercado. Su madre no trabaja; y a partir de esta situación, mi compañera tiene problemas para solventar sus estudios. Aun así, desconocen los mecanismos de emprendimiento microempresario.

Traigo a lectura este episodio con el fin de mostrar un campo informativo de óptima cobertura: las necesidades humanas.

“Hoy la misión estratégica de los medios es la información sobre la información, la inteligencia, interpretación, filtrado y búsqueda efectiva de información que deben comunicar...”⁵

Uno de los telediarios más vistos en España supera los tres millones de audiencia⁶ y, asimismo, fue reconocido como el mejor telediario del mundo.⁷ Según Pepa Bueno, presentadora del programa:

“un informativo tiene que ser un cóctel en el que haya mucha información nacional, información internacional, con apuestas claras por los temas de nuestro tiempo...”

Con respecto al premio, 86 usuarios comentaron en internet las falencias, que a su juicio, mantienen los telediarios. “Enganchar, informar de una manera activa, llegar a la gente,

agregar iniciativas ciudadanas”, fueron algunas de las críticas.

Así, una posible misión-tarea de los telediarios sería la difusión de la microempresa (que promueva la economía endógena y comunitaria). Por ejemplo, hacer una campaña seriada de distintas temáticas: áreas del emprendedor, oficios demandados, ayudas por parte del estado; teniendo como antecedente que asistimos a una sociedad primariamente visual;⁸ y en donde casi un millón de personas no saben aún leer ni escribir.⁹ Entonces, la audiencia vería al telediario como un formador o asistente personal del talento y de las aptitudes, así como un gestor que valora el tiempo y las necesidades individuales.

Marketing personal: el juego del talento humano

No hay que ser ningún experto para conocer el juego de seducción femenino. Las mil y un horas frente al espejo o los tantos gastos en artículos de tercera o cuarta necesidad. Si las mujeres lo hacen simplemente por el gusto de sentirse bien; en tiempos de crisis, la sociedad también reclama de un *cheerleader*¹⁰ televisivo.

Algunas de las consecuencias derivadas del desempleo son “la baja autoestima, la ansiedad, el incremento de las adicciones.”¹¹ En esta situación, el tiempo parece convertirse en un enemigo y el único refugio: la TV. Aprovechando estas dosis gratuitas de audiencia, los telediarios podrían fijar espacios que abordasen temáticas como: valorar la imagen personal, planificar el currículo, desa-

⁵ Orihuela, J. (2002). *Los nuevos paradigmas de la comunicación*. Universidad de Navarra.

⁶ *El Telediario 2 de TVE* hasta el 19 de febrero de 2010 mantuvo una teleaudiencia de 3.373.000.

⁷ *Media Tenor Global*, Instituto Académico de Análisis Internacional sobre Medios de Comunicación, concedió el Premio de Informativos 2009 (Media Tenor Global TV Awards) al Telediario 2 de TVE.

⁸ En el artículo: *Dupont al servicio de la sociedad visual* (portal web Libro de Notas) se destaca que “el poder de la comunicación visual está implícito en el desarrollo tecnológico...experimentos actuales...están encaminados... para conseguir unas pantallas ligeras, finas, de alto contraste y poco gasto energético...una pantalla enrollable...”

⁹ Según el Instituto Nacional de Estadística (INE), en agosto de 2009 se registraron en España 915.300 analfabetos, un 2,4% de la población. La mayoría eran personas de la tercera edad e inmigrantes.

¹⁰ *Cheerleading* es un espectáculo que combina música, baile y gimnasia para hacer que los aficionados animen a sus equipos en un partido. Nota Wikipedia.

¹¹ Hirtz, Bárbara. *Autoestima, ansiedad y adicciones en el desempleo*. Buscarempleo.es (21 oct. 2009)

rollar habilidades u oficios, atender la salud y el bienestar físico-emocional.

En este sentido, no sólo se valoraría la formación profesional; además las personas, de manera autónoma e independiente, serían capaces de diseñar su propio FODA,¹² una auténtica marca de autoestima y talento, puesto que “el mercado, en todas las áreas del conocimiento humano, es cada vez más competitivo. Ya no podemos darnos el lujo de sólo ser muy buenos en un área. Debemos transmitir esa impresión a las personas que componen el mercado...”¹³

Internet al alcance de todos

Ocho años. A esa edad aprendí a manejar un ordenador. Previamente, mi padre había contratado un profesor de informática para instruimos en casa. Recuerdo al ordenador cerca de la televisión y mientras el profesor hablaba de programas y archivos, yo me distraía con dibujos animados. Pese al tiempo, seguimos siendo una sociedad altamente visual y de fuertes hábitos televisivos (véase nota 8).

Hace dos años, el 51% de los hogares españoles tenían acceso a Internet. Las búsquedas más realizadas: información de bienes y servicios, correo electrónico, viajes y alojamientos.¹⁴ ¿Dónde queda el 49% de población restante? En *Cibernarium*, las personas muestran cierto miedo o resistencia al cambio tecnológico. Por tal motivo, los formadores enseñan las cápsulas y talleres mediante ejemplos de la vida cotidiana. Y, qué mejor manera de instruir a las personas en el uso de las TIC (nuevas tecnologías de

la información y de la comunicación) que en sus propios hogares. De esta forma, los tele-diarios podrían incluir clases guiadas al mejor estilo *Art Attack*.¹⁵

En tiempos de crisis, las personas aprenderían las bondades únicas del Internet: portales *web* donde comprar más barato, cursos de formación gratuita, elaboración de un currículo digital. Asimismo, Internet potencialmente serviría como una terapia para afrontar el tan famoso síndrome del desempleado,¹⁶ puesto que:

“la red mundial de Internet nos permite a hombres y mujeres llegar a los rincones más desconocidos y comunicarnos, es como llegar con la luz del sol a los lugares donde todo parece noche.”¹⁷

El reto: revaluar el compromiso social

No en vano, Gabriel García Márquez llamó al periodismo el mejor oficio del mundo:

“...es una pasión insaciable que sólo puede digerirse y humanizarse por su confrontación descarnada con la realidad... Nadie que no haya nacido para eso y esté dispuesto a vivir sólo para eso podría persistir en un oficio tan incomprensible y voraz...”¹⁸

Como comunicadores, nuestra responsabilidad con la audiencia está en escuchar sus necesidades de información, así como su apetito de contenidos actuales y auxiliares. En tiempos de crisis, el emprendimiento, la administración y gestión del talento así como la formación en nuevas tecnologías deben

¹² El análisis FODA permite diagnosticar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que afectan de manera interna y externa a una organización.

¹³ BORDIN Sady, *Marketing Personal: 100 claves para mejorar su imagen*.

¹⁴ Instituto Nacional de Estadísticas (INE). 2008. Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares.

¹⁵ *Art Attack* fue una propuesta educativa de Independent Television (ITV, una red de televisiones en el Reino Unido) Aquí, los niños aprendían a realizar manualidades y obras de arte.

¹⁶ Según la psicóloga Gemma Garallo, el síndrome presenta tres fases: optimismo (pequeñas vacaciones o período de descanso), ansiedad y apatía o acomodamiento.

¹⁷ Hebe de Bonafini. Presidenta de Madres de Plaza de Mayo.

¹⁸ Gabriel García Márquez. *El mejor oficio del mundo*. Discurso ante la 52ª Asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa.

constituir factores de estudio y exploración por parte de la empresa televisiva, en nuestro caso enfocada en los telediaros.

Aquí de ninguna manera estamos inventando el agua tibia;¹⁹ al contrario, reforzamos ideas de eterna funcionalidad que con dosis de ingenio, sencillez y dinamismo, sin lugar a dudas recuperarán la dignidad de aquella sociedad por la cual vivimos y respiramos periodismo. Y en todo caso, bendita sea una

crisis que permite redescubrirnos y evaluar nuestra calidad como profesionales. No olvidemos entonces que:

“para ejercer el periodismo, ante todo, hay que ser buenos seres humanos... Si se es una buena persona se puede intentar comprender a los demás, sus intenciones, su fe, sus intereses, sus dificultades, sus tragedias.”²⁰

Fernanda Tusa Jumbo – Licenciada en Comunicación y Periodismo Multimedia por la Universidad San Francisco de Quito (USFQ) y Máster Internacional en Comunicación y Educación por la Universitat Autònoma de Barcelona (UAB). Formadora en Nuevas Tecnologías dentro del proyecto de Alfabetización Digital Cibernàrium (Barcelona, Catalunya. fer.etg.1@gmail.com

Bibliografía.

- Bordin, Saly. *Marketing personal: 100 claves para mejorar su imagen*. Google llibres (2005).
- Orihuela, José Luis. *Los nuevos paradigmas de la comunicación*. eCuaderno (2002).
<http://www.ecuaderno.com/paradigmas/>
- *Actividades: descubre todo lo que puedes hacer en Cibernàrium*. Cibernàrium (febrero 2010).
<http://www.cibernarium.cat/cibernarium/es/activitats/index.jsp>
- *El Telediario 2 premiado como el mejor informativo del mundo*. FormulaTV (noviembre 2009).
<http://www.formulatv.com/1,20091118,13346,1.html>
- *Audiencias*. Verteles (febrero 2010).
<http://www.vertele.com/audiencias/>

¹⁹ Existen propuestas exitosas de programas de emprendimiento. Por ejemplo, tenemos el caso de *Emprendedores TV*, un canal de televisión por Internet que difunde experiencias de pequeñas y medianas empresas en España. En el campo del *marketing* personal, tenemos el caso de *Vive*, un programa transmitido por TV Azteca (México) donde buscan que los televidentes mejoren sus vidas. En el programa número dos, abordaron la temática de *Cómo mejorar la autoestima*. De la misma manera, la municipalidad de Guayaquil (Ecuador) estableció el programa *Aprendamos, una oportunidad para superarnos*. Una de sus emisiones fue *Computación e Internet para todos*.

²⁰ Frase de Ryszard Kapuscinski, periodista polaco.

De la Videoclipzación al Mushup: implicancias en Comunicación y Educación

Natalia Scantamburlo

En el año 1998 Beatriz Sarlo -docente, investigadora y ensayista Argentina- escribió un artículo¹ sobre el lugar que ocupa la escuela y el sistema educativo en un mundo en donde predominan, más que diarios y libros, pantallas. Plantea además que las instituciones formales se encuentran inmersas en una cultura massmediática. El mundo de las pantallas está fuera de la escuela pero, paradójicamente, está en el imaginario de los alumnos y docentes. De esta manera, para la autora, videoclipzar la educación sería más de lo mismo.

En esta línea, el contexto socio-cultural ha ido complejizándose y en la actualidad podemos hablar, ya no de una cultura del videoclip -en el sentido que Sarlo lo manifiesta-, sino de una cultura *Mushup*. Para desarrollar esta idea en el campo de la comunicación y educación, analizaremos el texto *Crisis de educación, crisis de comunicación*² de José Manuel Pérez Tornero y *Periodismo mushup*³ de Santiago Tejedor. Podremos observar como los autores establecen puntos de intersección entre ambos campos disciplinares; los cuales nos servirán para pensar como éstos pueden confundirse, mezclarse e incluso, dar como resultado una nueva área disciplinar. Además, reflexionar acerca del mushup, sus usos y características en el

marco del ciberperiodismo, nos permitirá redefinir los elementos que intervienen en el proceso de enseñanza-aprendizaje y analizar la relación existente entre esta nueva forma de concebir la comunicación y la educación.

Hablar de cultura *Mushup* significa entenderla como *híbrida* y, por extensión, decir que comunicación y educación se encuentran ante este fenómeno es experimentar un nuevo escenario educomunicativo, como síntesis de esa combinación. Santiago Tejedor dice en su artículo que la wikipedia define al *mushup* como “una aplicación web híbrida. Esto es: un sitio web o aplicación web que usa contenido de más de una fuente para crear un nuevo servicio completo” (p. 6). Desde un punto de vista socio-cultural esta concepción de hibridez, adoptada desde el ciberperiodismo, nos posibilita establecer ciertas relaciones con la educación. Esto porque: en primer lugar, el ámbito comunicacional y educativo se encuentran hoy ante una crisis que parece conjunta (la cual analizaremos a posteriori) y, en segundo lugar, porque los elementos que describe Santiago Tejedor permiten reconstruir el escenario educativo, sus elementos y actores involucrados.

¹ SARLO SABAJANES, Beatriz. *Reflexiones sobre el lugar de la educación en el campo de la cultura* en: Birgin, A., Dussel, I. y Tiramonti, G. [comp.], *La formación docente. Cultura, escuela y política. Debates y experiencias*. Ed. Troquel, Buenos Aires, 1998. Págs. 36-37.

² PEREZ TORNERO, José Manuel. *Crisis de educación, crisis de comunicación*. Gabinete de Comunicación y Educación-UAB. Material de lectura obligatoria proporcionada por el Gabinete de Comunicación y Educación para el Máster Internacional de Comunicación y Educación. Año 2010.

³ TEJEDOR, Santiago. *Periodismo 'mushup'. Combinación de recursos de la web con una finalidad ciberperiodística*. Departamento de Periodismo – UAB. Material de lectura obligatoria proporcionada por el Gabinete de Comunicación y Educación para el Máster Internacional de Comunicación y Educación. Año 2010.

El mushup en el escenario educocomunicativo

Como decíamos anteriormente, hablar de comunicación y educación es pensar en un escenario *híbrido*, en donde se evidencia que el modelo de uno repercute y se refleja en el modelo del otro. En este sentido, también las crisis de uno y otro campo se perciben como una mimetización en el texto *Crisis de educación, crisis de comunicación* de José Manuel Pérez Tornero.

En este artículo, el autor enumera una serie de dimensiones que transversalizan a ambas disciplinas: la multiplicación; la expansión espacial, la globalización; la pérdida de referencias; la debilitación de estructuras y narrativas; la tecnología instrumental cognitiva y la navegación de la información. Cada una de estas dimensiones puede leerse como aspectos de coincidencias -en términos del autor- que atraviesan la comunicación y la educación. De este modo, educación y comunicación -en el sentido más amplio- se encuentran ante un “fenómeno de hibridación, de diálogo cultural enriquecedor y de inseminación mutua” (p. 16).

En este texto solo hablaremos de algunas manifestaciones expresas y/o ideas que nos permiten definir el *mushup* entre comunicación y educación.

Por un lado, se analiza que la escuela como el lugar privilegiado de socialización y alfabetización se encuentra solapado a nuevos espacios socialmente legitimados.⁴ Pérez Tornero expresa que la “nueva estructura social está des-sustanciando a la escuela, como lugar de aprendizaje (...) el saber se halla contenido, de modos diversos y complejos, en las redes de comunicación” (p. 12). De esta manera, tanto la escuela como los medios de comunicación tienen una presencia definida en asuntos educativos.

Por otro lado, en el proceso de enseñanza-aprendizaje el autor habla de dispositivos y

soportes de lectura, como fuentes de información y contenidos; lo que él llamará *contenido-fuente*. Este *contenido-fuente* admite nuevas formas de interactividad, de relación entre sujeto e información y, específicamente, nuevas modalidades de lectura: la *hipertextualidad*. Pérez Tornero expresa que “en educación esto potencia las posibilidades de exploración de lo que hemos denominado contenido-fuente, también de la optatividad en los itinerarios de aprendizaje y, sobre todo, tiende a desplazar la actividad formativa a redes que ofrecen posibilidades hipertextuales e hipermediáticas” (p. 15). Nuevamente el modelo y lenguaje de los medios de comunicación resulta reproducible en contextos aúlicos.

En este sentido, y teniendo en cuenta estos elementos que se modifican y que modifican el sistema educativo en general, Pérez Tornero plantea la existencia de una crisis educativo-mediática cargada de “tensiones de crecimiento, disolución de funciones tradicionales, cambios de orden discursivo y transformación de mentalidades” (p. 17).

Como resultante de esa tensión, el autor expone una serie de respuestas vinculadas, principalmente, a la búsqueda de estrategias comunes.

En una de sus respuestas, Pérez Tornero afirma que “se ha de diversificar la idea de educación (...) Los medios por su parte, no son ya un terreno separado” (p.18) de ésta. El aula como el único espacio de representación escolar se refuerza “mediante aulas virtuales o sistemas de redes que complementan su acción” (p. 18). No solo las aulas se disponen como espacios del saber sino que los massmedia y los diversos consumos culturales (publicidades, música, cine, etc.) permiten la construcción de nuevas interpretaciones y sentidos.

También se proponen respuestas en torno al sujeto (escasamente definido, pero entendido como el usuario-alumno-consumidor). El autor manifiesta que nos encon-

⁴ Se utiliza el concepto de legitimación para hacer referencia al consenso social sobre consumos y apropiación de espacios no institucionalizados como educativos.

tramos ante el supuesto de que es importante “crear y proporcionar oportunidades para el aprendizaje, para el diálogo creativo y educativo. Crítico y constructivo” (p. 19). Principalmente, el modelo massmediático -y adoptado actualmente por el educativo- insiste en una formación “más interesada en la participación” (p. 21).

El mushup como metodología

Desde el punto de vista metodológico, el texto de Santiago Tejedor *Periodismo mushup* nos permite establecer ciertas analogías entre comunicación y educación.

En primer lugar, el autor plantea que “el periodista no genera contenidos, sino que su tarea se centra en la construcción de itinerarios o ‘rutas’ de naturaleza hipertextual que conducen a contenidos on-line ya existentes en otras plataformas colaborativas” (p. 7). En este sentido, y conforme lo descrito en el texto de José Manuel Pérez Tornero, ¿cuál es el rol del docente y qué contenidos-fuente están trabajando? En este contexto de hibridez e hipertextualidad, los docentes deberían ser capaces de diseñar estrategias que permitan la construcción de significado y dotar de nuevos sentidos.

En segundo lugar, “la digitalización de los procesos de producción, clasificación, acceso y difusión de la información; ha dado lugar a la aparición de un nuevo tipo de productos, conocidos como productos o sistemas multimedia, de enormes posibilidades informativas” (p.9). Entonces, por analogía, ¿cómo desde la escuela se perciben estos formatos, cómo se ponen en juego en la lectura escolar?, ¿qué lógicas de producción representan actualmente a la escuela? Como insistía Beatriz Sarlo, en su idea de videoclipación, es frecuente que la lógica de producción escolar se encuentre relacionada a una estructura lineal. Sin embargo, los procesos de manipulación de contenidos que dominan alumnos y docentes se vinculan más a la dinámica *mushup*.

Otra discusión pretendidamente reproducible entre el campo de la comunicación y la educación, es la elaboración y diseño de productos, actividades y/o escenarios donde se “ofrecen al usuario la posibilidad de interactuar con el sistema, con el mensaje, con otros usuarios... estableciendo un proceso de comunicación bidireccional” (p. 9).

Por último, Santiago Tejedor expresa que el emisor -claramente definido en el contexto ciberperiodístico- “debe ser capaz de integrar cohesionadamente estos diferentes elementos, de forma que el receptor (...) los perciba como partes integradas de un todo o conjunto, evitando (...) que una de las medias predomine sobre el resto; o bien, que algunas sean percibidas como meros complementos o añadiduras sin una función o finalidad clara” (p. 11). Por mimetización, el docente puja entre el heredado rol de transmisor y el de moderno facilitador.

En resumen, esta idea de *Mushup* agrega un plus al escenario educativo: “como la convergencia de atributos informativos, la interactividad y la actualización constante de contenidos, entre otros” (p.13).

Conclusión

Ambos textos, aunque uno más que otro, nos permiten establecer rasgos comunes entre comunicación y educación. Tal vez, porque el modelo de uno se reproduce efectivamente en el modelo del otro. Pero, tal vez porque los sujetos -docentes y alumnos- son actores activos que conocen y comparten los códigos tanto del campo comunicativo como del educativo.

Ahora bien, pensar la comunicación y la educación desde el fenómeno *mushup* implica, por un lado, correr riesgos y, por otro, aceptar ciertas oportunidades. Uno de los riesgos es caer en una supeditación del campo educativo al comunicativo. Otro, es como lo planteaba Beatriz Sarlo, hacer en educación más de lo mismo.

En el terreno de las oportunidades, pensar una hibridez disciplinar implica que la escuela

puede trabajar desde, con, para y contra el ámbito massmediático. La escuela comparte espacios de aprendizaje con otros escenarios, ya no es el único lugar donde se alberga el saber y la socialización y, por ende la escuela debe aprender y conocer estas nuevas esferas en las que sus actores participan. Este entrecruzamiento entre comunicación y educación es una oportunidad para incorporar nuevos lenguajes y formas de comprender ciertos procesos socio-culturales. Desde la comunicación se “construyen, concretan, expresan y representar realidades”⁵ (p. 25) y modelos diferentes, algunos de ellos valiosos e inclusivos para y en el ámbito educativo»

Natalia Scantamburlo – Licenciada en Comunicación Social con orientación en Comunicación Institucional por la UNC, Argentina. Antecedentes laborales: Docente y formadora en Nuevas tecnologías de la Comunicación y la Información en diferentes programas del Ministerio de Educación de la Nación Argentina (Fopiiie - Promedu). Comunicadora del Área de Educación a Distancia de la Facultad de Ciencias Económicas de la UNC. nscantamburlo@gmail.com

Referencias Bibliográficas.

- Eje 2 : uso pedagógico de las tecnologías de la información y la comunicación: alfabetización audiovisual: módulo para docentes. - 1a ed. - Buenos Aires : Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología de la Nación, 2007. ISBN 978-950-00-0612-5.
- PEREZ TORNERO, José Manuel. *Crisis de educación, crisis de comunicación*. Gabinete de Comunicación y Educación – UAB.
- TEJEDOR, Santiago. *Periodismo `mushup´. Combinación de recursos de la web con una finalidad cyberperiodística*. Departamento de Periodismo – UAB.
- SARLO SABAJANES, Beatriz. *Reflexiones sobre el lugar de la educación en el campo de la cultura* en: Birgin, A., Dussel, I. y Tiramonti, G. [comp.], *La formación docente. Cultura, escuela y política. Debates y experiencias*. Ed. Troquel, Buenos Aires, 1998. Págs. 36-37.

⁵ Eje 2: Alfabetización audiovisual – Uso pedagógico de las tecnologías de la comunicación y educación”. UE/ FOPIIE – Ministerio de Educación de la Nación Argentina. 2008

Medios y Tecnologías Educativas, Educación en Medios

... En el principio estaba todo...
nada hacia falta, solo el silencio se echaba de menos...
... de repente un silencio pequeño fue creciendo...
a medida que crecía destruía todo a su paso...
primero destruyó el ruido...
luego lo inútil y lo superfluo...
después el miedo...
poco a poco todo se fue destruyendo...
al octavo día solo estaba la nada creadora...
la nada y el silencio...

la cámara se encuentra enfocando el rostro de Lázaro en un plano cerrado de sus ojos, durante varios segundos la imagen está congelada (solo sus ojos parpadean), luego la cámara inicia a levantarse mientras mantiene la imagen del rostro de Lázaro bajo un árbol junto a una carretera sin asfaltar, a lado y lado de la carretera se ven árboles de frutas mientras la cámara sigue elevándose y ahora se puede distinguir los árboles y la sombra que producen en la ca-

rretera, así como una llanura con prados verdes y gruesos, con un remolino de diversos árboles cada tanto (algunos con frutas y otros con flores blancas y amarillas), junto con la sabana empiezan a cobrar vida varias vacas que dan un aspecto de paisaje cálido y caliente al lugar... al mismo tiempo que transcurren estas imágenes se oye la voz en off de Lázaro:
“...así es la vida unas veces se está muerto y de repente lo resucitan a uno, otras veces tan solo se queda uno como muerto, la mayoría de las veces ni lo uno ni lo otro...”
(silencio) – coincide con el momento en que la cámara inicia su movimiento ascendente

¿Cómo formar en el contexto de la cultura actual de Internet a los jóvenes usuarios?

Leticia Vázquez Méndez

En el mes de Febrero cuando iniciaba mi estancia en Barcelona para estudiar el Máster de Comunicación y Educación en la UAB, escuché en el programa televisivo *Noticias CNN de España* sobre el ataque cibernético contra empresas Americanas que presumiblemente vienen de algunos competidores de *Google* en China y, por supuesto, de “alguien muy inteligente”, según afirmación de quien comentó esta nota.

Días después, curiosamente al consultar mi cuenta de correo electrónico, llamó mi atención otra nota que me llevó a la lectura del artículo *Internet te hará más inteligente, dicen algunos expertos*.¹ La nota resaltaba que una encuesta *online* realizada por *Imagining the Internet Center* de la Universidad Elon de Carolina del Norte y el Proyecto de *Pew Internet* y *American Life*, fue aplicada a 895 usuarios de los cuales 371 son expertos y tres de cada cuatro opinan que “Internet hará a las personas más inteligentes en los próximos 10 años; y que mejorará la lectura y escritura en 2020”; sin embargo, también señalaba la nota, que el 21% de expertos dijo que “Internet podría tener el efecto contrario y podría hacer disminuir el CI de algunos que lo usan mucho”. En esas mismas líneas, la directora Janna Anderson afirma al respecto que “todavía hay mucha gente que critica el impacto de *Google*, *Wikipedia* y otras herramientas *online*”, como si esta tecnología no debiera ser cuestionable. Y finalmente, también quiero destacar de esta nota en mención la cita al escritor de Tecnologías Nicolás Carr, quien en uno de sus artículos sobre un repor-

te que realizó en Agosto 2008 en el *Atlántic Monthly* titulado *¿Está Google volviéndonos más estúpidos?* sugiere que “el uso intensivo de la Web estaba mermando la capacidad de los usuarios para la concentración y el pensamiento profundo”.

A manera de síntesis, pareciera que ambas noticias aquí expuestas, la de CNN y el artículo web, reflejan las dos marcadas y opuestas tendencias ya muy conocidas sobre los efectos del uso de Internet: por llamarlas de alguna manera, las *favorables* al desarrollo de las capacidades humanas y las *desfavorables* o contrarias al crecimiento humano. También, podemos observar que ambas reflejan niveles en cuanto a capacidades de la inteligencia humana se refiere ante el uso de Internet, empezando por el título del artículo que dice *Internet: te hará más inteligente dicen algunos expertos* y continuando por sus afirmaciones tales como que Internet “mejorará la lectura y la escritura”; en contraposición a las siguientes afirmaciones: Internet “...podría *disminuir* el CI de algunos que lo usan mucho”, así como el señalamiento de que “el uso intensivo de la *Web* está *mermando* la capacidad de los usuarios para la concentración y el pensamiento profundo”.

¿Cuáles son los mensajes que estas “simples” noticias dejan al lector y que al educador nos debe *ocupar* tanto para el contexto social como en un salón de clases independientemente de la asignatura que se imparte, sobre todo con jóvenes de bachillerato o del nivel preuniversitario?

¹ REUTERS ESPAÑA. Agencia de noticias multimedia. <http://ultimasnoticias/es.Reuters.com/> - consultado el 21-02-10. También en: LA CRÓNICA DE HOY. Periódico digital. http://www.cronica.com.mx/nota.php?id_notas=489825 - consultado el 17-11-10.

Las noticias que he mencionado, o investigaciones que se han hecho al respecto, reflejan realidades y, esto, debe ser nuestro punto de partida: la aceptación de los avances y posibles retrocesos en capacidades y valores humanos ante el uso de esta herramienta. Con toda la precisión de conceptos que requiere todo tipo de análisis y de la cual carecen estas simples citas, me atrevo a señalar que cualquiera de las dos realidades que arriba he mencionado son interesantes para explotarla desde el punto de vista educativo. Aquí no es el caso cuestionar la herramienta Internet, sino *el uso, la interpretación y la intención* que los formadores pueden optar para el desarrollo de esta habilidad en sus alumnos, sobre todo en los jóvenes que son el mercado cautivo de esta tecnología, poniendo de manifiesto sus concepciones teórico-metodológicas sobre el tema de la educación en general y sobre lo que es el ser humano en particular.

Poner así al descubierto el tema de la Inteligencia o desarrollo de la Capacidad Intelectual (CI) de las personas de una forma tan simple y afirmar también que la capacidad de leer y escribir se adquirirá con la herramienta Internet, es una provocación interesante para quienes se mueven en el mundo de la comunicación y de la educación en general, o debiera ser tema de reflexión en las instituciones que promueven la investigación. En el marco de la Máster Internacional de Comunicación y Educación de la Universidad Autónoma de Barcelona, se promueve el análisis de estas temáticas desde diferentes perspectivas incluido, por supuesto, cuestionamientos precisamente desde el uso de Internet: la perspectiva histórica de la comunicación y sus efectos en la actualidad, la mirada crítica de los medios y su forma de producción, la toma de conciencia sobre la psicología del aprendizaje como punto de partida para la formación en estas habilidades, entre otras.

Ante ello, es urgente establecer una motivación constante para crear y proponer

formas didácticas innovadoras a la altura de la problemática que nos ha llevado este uso tan vertiginoso de Internet. Por mencionar una experiencia cercana, *Barcelona Activa*, un centro tecnológico que por sus funciones específicas, con una concepción cibernética que puede trascender a una labor educativa personal-social interesante, tiene mucho que aportar en el terreno educativo: permite el crecimiento de las capacidades intelectuales de todo usuario; motiva las posibilidades para la búsqueda de empleo; establece y promueve, tal vez sin proponérselo, las relaciones humanas entre los usuarios y ofrece, también, oportunidades a sus formadores de incursionar en el aprendizaje y aplicación de conocimientos y habilidades de las nuevas tecnologías en ese espacio, si lo miramos como educativo.

Internet efectivamente es una herramienta muy poderosa pero no es la solución por excelencia para el desarrollo de las habilidades intelectuales como en las notas de arriba se menciona, es muy aventurado hacer afirmaciones tan contundentes como lo hemos hecho notar. El formador-profesor-tutor en el contexto de la educación formal tiene la responsabilidad de involucrarse en las nuevas tecnologías y tener clara la intención pedagógica con la cual conduce a los jóvenes en su formación del manejo de la herramienta, con el claro objetivo en desarrollar no sólo habilidades para leer y escribir sino para otras habilidades que en cada área del conocimiento le requieren dominar en su escuela. ¿Cómo incorporar una materia o asignatura transversal en el plan de estudios de la formación preuniversitaria de los jóvenes estudiantes que respondiera a esta inquietud? Antes, la institución, el formador o maestro debieran tener la claridad hacia dónde quieren llevar a los jóvenes con esta herramienta en términos de aprendizaje significativo para su vida cotidiana.

En el marco de lo que señala José Luis Fecé en su texto *La Lectura crítica de los me-*

² JOSÉ LUIS FECÉ. *Lectura crítica de los medios*. Gabinete de Comunicación y Educación - UAB. Material de lectura obligatoria proporcionada para el Máster Internacional de Comunicación y Educación, Año 2010.

*dios*² se hace necesaria la *práctica creativa* en este caso para el educador. Es válido “leer el mundo desde diversas perspectivas ver y pensar más allá de las propuestas racionales que gobiernan la existencia humana” (p.8), de ahí que el formador no debe quedar estático ante lo que los medios presentan, sobre lo que sucede en su entorno social cotidiano. Es necesario como lo señala el autor “alterar la experiencia de lo conocido a favor del aumento de las posibilidades de la acción humana”.

En la actualidad, el reto de los (as) profesores (as) sobre todo en el nivel medio superior es incorporarse al mundo de Internet. Los jóvenes son elemento clave para el cambio ante las nuevas tecnologías en la educación formal, y las escuelas no deben mostrarse ajenas a ello. Por mencionar algunas ideas, en los bachilleratos se pueden generar programas o proyectos educativos en que los mismos jóvenes sean los protagonistas principales, gestores y actores importantes en la formación digital, no sólo entre ellos y para ellos, sino hacia la misma sociedad como un servicio social. Por ello, en cuanto a la formación y capacitación docente se refiere, las autoridades educativas deben incorporar también actividades pedagógicas paralelas a sus áreas de aplicación cotidianas profesionalizantes.

De igual forma, en las universidades los investigadores pueden aportar. En sus programas y con la infraestructura que cuentan, pueden establecer líneas de investigación en diferentes modalidades incluida por supuesto la de investigación-acción con esta finalidad; además, en el área de Extensión Universitaria, una de las funciones sustantivas de cualquier universidad, tienen la capacidad e incluso hasta cierto punto la obligación social de establecer cursos con este interés común hacia el conocimiento y el desarrollo de habilidades en la alfabetización digital, un programa de habilidades para Padres y Madres de familia como línea de apoyo educativo hacia sus hijos.

En conclusión, ante una era digital que se ha tornado exigente para el desarrollo de una sociedad moderna y con futuro tecnológico, las Instituciones Educativas están obligadas a transformarse, así como también los Medios de Comunicación ante las nuevas exigencias sociales. El reto ahora y la responsabilidad de quienes formamos parte de esta realidad comunicativa, es la búsqueda constante de un equilibrio entre estas dos áreas que se han hermanado. Y sin olvidar la ética personal y profesional que obliga, este equilibrio debe convertirse en la novedad consecuente de una visión crítica de quienes hemos decidido incursionar de esta forma en el terreno laboral y profesional,

Leticia Vázquez Méndez – Mexicana, es Licenciada en Educación con especialidad en Asesoría Psicopedagógica con Maestría de Investigación en Ciencias del Hombre por la Universidad Autónoma de Aguascalientes (UAA), México. En esta Universidad, como Decana del Centro Académico del Bachillerato, gestionó y adaptó los siguientes Proyectos Educativos aún vigentes en la Institución: ante la Organización del Bachillerato Internacional (OBI) con sede en Suiza, el Programa del Bachillerato Internacional (PBI) para su Plan de Estudios; y el Primer Programa de Tutorías Longitudinales de seguimiento personal y académico para los estudiantes del Nivel Medio Superior. Además, como miembro de la Asociación de Catedráticos e Investigadores de la UAA (ACIUAA) fue Co-Fundadora del Centro Educativo Termápolis de la Asociación de Catedráticos e Investigadores de la UAA (ACIUAA). Consejera Electoral y Presidenta de la Comisión de Capacitación Electoral y Educación Cívica del Instituto Federal Electoral (IFE), en Aguascalientes, México (2000-2009). Actualmente, Profesora de Dedicación Exclusiva en el área de Metodología del Trabajo Intelectual del Nivel Medio Superior en la UAA; y estudiante del Máster Internacional de Comunicación y Educación en la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), España.

cram272000@yahoo.com.mx

Referencia bibliográfica y sitio web.

- JOSÉ LUIS FECÉ. *Lectura crítica de los medios*. Gabinete de Comunicación y Educación - UAB. Material de lectura obligatoria proporcionada por el Gabinete de Comunicación y Educación para el Máster Internacional de Comunicación y Educación, Año 2010.

- REUTERS ESPAÑA. Agencia de noticias multimedia. <http://ultimasnoticias/es.Reuters.com/> - consultado el 21-02-10. También en: LA CRÓNICA DE HOY. Periódico digital. http://www.cronica.com.mx/nota.php?id_nota=489825 - consultado el 17-11-10.

Alicia en el País de las Maravillas 2010.

Propuesta de actividad para una lectura crítica de cine

Azucena Rodríguez Ramírez

1. Introducción

Este escrito responde al requerimiento de proponer una actividad educativa de lectura crítica de medios a partir de un producto audiovisual en el marco del módulo *Comprensión crítica de los medios de comunicación* del Máster Internacional en Comunicación y Educación.

Lo desarrollaré sobre la película *Alicia en el País de las Maravillas* producida por Walt Disney Company y dirigida por Tim Burton. Dos son las razones de mi elección: la primera, porque está basada en una novela clásica universal y, la segunda, por ser uno de los mayores éxitos taquilleros de la historia.

Se estrenó en marzo del 2010 y su *trailer* oficial se puede visionar en Youtube.com.¹ Para diferenciarla de la versión animada de 1951, también de Disney y con el mismo título, haré referencia a ella a partir de ahora como *Alicia en el País de las Maravillas 2010*.

1.1. Categoría, género, ficha técnica y argumento

Se trata de una película de ficción con características propias del género de aventuras, de fantasía y de acción real/animación en 2D y 3D. Su ficha técnica y argumento se pueden consultar en Internet.²

1.2. Audiencia

La película está calificada como “no recomendada para menores de 7 años” aunque personalmente opino que sería más apropiada como “no recomendada para menores de 13 años” ya que contiene escenas de violencia,

malos tratos físicos y psíquicos, maltrato a los animales e, incluso, sexo implícito.

El arañazo que propina a Alicia el *Bandersnatch* (especie de gato gigante) me parece impactante y es tan sólo la primera y menos agresiva de cuantas se suceden. La Reina Roja protagoniza otras tantas: cuando intimida a un mayordomo rana preso del pánico, abofetea humillantemente a su esbirro o pide le sea lanzado un cerdo a modo de cojín para sus pies. Por su parte, Alicia descubre al marido de su hermana besando a otra mujer y debe librarse de las insinuaciones del esbirro real. En comparación, el hecho de que el gusano *Obsolem* salga fumando parece intrascendente.

En definitiva, aunque la campaña de marketing y la cartelera la presentan como una película para un público familiar, encuentro que no es apropiada para niños/as. Sí para un público adolescente ya que su mensaje (ver punto 2.3.3) da buen pie a plantear algunos temas propios de esta etapa. Pero dado que ni Burton, ni Carroll, ni Disney son un reclamo para esta audiencia me inclino a pensar que detrás de su pacto con Burton está la intención de la Disney por atraer a otro público que codicia desde hace tiempo: el adulto.

2. Lectura Crítica

Si bien el análisis crítico de una película de cine puede realizarse desde muy diversos puntos de vista, tomaré como referencia el artículo de Fecé según el cual “la concepción crítica de la enseñanza de los medios audiovisuales debería girar alrededor de dos ejes:

¹ YOUTUBE. Comunidad de vídeo online. <http://www.youtube.com/watch?v=aL9askCiOg&featured=related>. Consultado el 14/10/10.

² WIKIPEDIA. Enciclopedia libre. [http://en.wikipedia.org/wiki/Alice_in_Wonderland_\(2010_film\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Alice_in_Wonderland_(2010_film)). Consultado el 14/10/10.

la idea de su supuesta *transparencia* y el concepto de *representación*” (Fecé, 2010).

2.1. Texto y contexto:

Alicia Victoriana vs Alicia Gótica

El mismo autor afirma: “podemos definir la representación como el proceso a través del cual los miembros de una cultura usan el lenguaje para producir significados (...) El significado se construye en la práctica a través del ‘trabajo’ de representación (...) la representación tiene que ver con prácticas sociales e institucionales y se produce en un contexto histórico”.

La película *Alicia en el País de las Maravillas 2010* me parece un buen ejemplo de ese *trabajo de representación*, al que alude Fecé por dos razones.

En primer lugar, porque está basada en la famosa novela de Lewis Carroll (1999) *Las aventuras de Alicia en el País de las Maravillas* y en su segunda parte, menos conocida, titulada *Alicia a través del espejo y lo que Alicia encontró allí*. Lewis Carroll es el seudónimo de Lutwidge Dodgson (1832-1898) diácono anglicano, lógico, matemático, fotógrafo, inventor y escritor británico conocido, sobre todo, por la primera de estas dos novelas, considerada universalmente como una magnífica “historia estudiadamente absurda” cuyo sinsentido no es tan arbitrario como pueda parecer a primera vista. Sus novelas fueron escritas para lectores de otra época y por ello, en la actualidad, es necesario situarlas en su contexto para comprenderlas y disfrutarlas plenamente. Como afirma Fecé: “la estructura textual no posee un único significado, sino que éste depende de la situación social del espectador” (Fecé, 2010). De hecho, muchas de las bromas que utiliza Carroll en sus relatos tenían pleno significado en la era victoriana pero hoy necesitan ser precisadas. Al parecer, algunas sólo podían ser entendidas por sus amistades más íntimas.

En segundo lugar, porque está dirigida

por Tim Burton, un director cinematográfico con sello de identidad quien a menudo refleja en sus películas mundos imaginarios oscuros y personajes enigmáticos, siniestros o inadaptados inspirados en la cultura gótica.

La cultura gótica surgió en los años 80 asociada a una estética inspirada en la arquitectura medieval, la literatura del Romanticismo, la moda victoriana, el *death rock* y el cine de terror. Preconiza la creatividad artística e intelectual, el individualismo filosófico, la tolerancia, la diversidad y una cierta actitud cínica ante el conservadurismo y el consumismo capitalista.

Paul Hodkinson (2002), director del *Sociology, Culture and Media Degree* de la University of Surrey (Reino Unido) cree que la consciencia de la artificialidad de la cultura gótica, basada en el lema *Hazlo tú mismo* es una alternativa a las manipulaciones invisibles de los medios de comunicación y al consumismo popular capitalista.

Como afirma David Harvey (2010), conocido geógrafo y teórico social británico de la City University of New York, “en tiempos de crisis, la irracionalidad del capitalismo se vuelve más clara para todos”.

Tim Burton, catalogado por sus vecinos de infancia como “inadaptado social con apetito frecuente por la ciencia-ficción y el terror”³ ha despertado una profunda admiración, otrora impensable, entre el público y los críticos académicos.

Y es que su cine se percibe hoy como verosímil en el sentido que apunta Neale (en Fecé, 2010), es decir, acorde, no propiamente con la realidad, sino con las creencias, opiniones e ideas de la moral social actual.

2.2. Hegemonía y dominación cultural: lectura dominante de Walt Disney, lectura divergente de Tim Burton y lectura negociada del público

Paradójicamente, Burton ha trabajado en reiteradas ocasiones con la factoría Disney, de-

³ WIKIPEDIA. Enciclopedia libre. http://es.wikipedia.org/wiki/Tim_Burton. Consultada el 15/10/10.

fensora desde sus orígenes de la *american way of life* y de la superioridad de la cultura anglosajona capitalista (Dorfman y Mattelart, 2009). Como era de esperar, esta relación no ha estado exenta de desavenencias. Seguramente, en términos nuevamente de Fecé, Burton no acataba sumisamente la *lectura dominante* valuarte de la Disney y ésta rechazaba la *lectura divergente* que pretendía el creativo. La larga (aunque también interrumpida) relación entre ambos ha debido ser fruto de una constante *dialéctica negociadora* en la que el público, tanto aficionado como profesional, ha tenido mucho que ver y que decir.

Disney rechazó algunas de sus propuestas y no comercializó otras por considerarlas demasiado terroríficas para el público infantil. Es el caso del corto *Vincent* que sí fue proyectado en sendos festivales de cine recibiendo numerosos reconocimientos por parte de la crítica especializada. Como dice Fecé (2010), “si bien la estructura del texto es transmisora de la ideología dominante, debemos de tener en cuenta que entre éste y el público se establece una dialéctica negociadora (...) la lectura negociada combina la ideología del texto con las condiciones sociales de los diferentes espectadores”.

Respecto a *Alicia en el País de las Maravillas 2010* las críticas han sido diversas.⁴ La mayoría coinciden en que Burton y el guión de Linda Woolverton desaprovechan las enormes posibilidades del relato carrolliano a cambio de una imagería generada por ordenador que empieza siendo deslumbrante pero que, en su conjunto, no supera la de otras películas del momento. Personalmente, percibo que la versión de Burton no convencerá a quienes con más expectación la esperaban: sus seguidores sospechan que ha sucumbido ante el poderío de la Disney supliendo su creatividad habitual con efectos especiales que no domina; los entusiastas de Carroll opinan que la versión es demasiado

superficial y asistemática como para reflejar la riqueza de la novela original y los fieles a Walt Disney salen decepcionados de las salas porque la película no se corresponde con el género de cine familiar al que la casa les tiene acostumbrados (es decir, no se ajusta a esas “expectativas que surgen de las convenciones” y que “estabilizan la audiencia” de las que habla Fecé).

Pero aún queda otra audiencia, todavía muy mayoritaria: la que va al cine “a ver que echan”, a pasar el rato, que detesta preguntar y que le pregunten a la salida. Probablemente, *Alicia en el País de las Maravillas 2010* les parecerá la mar de entretenida aunque, si se les ocurre comparar, se quedarán con *Avatar* sin dudarlo.

Por tanto, a la pregunta que plantea Fecé de si “el poder impone esas representaciones a unos espectadores que las aceptan pasivamente o si por el contrario, existe una negociación (...) que modela constantemente dichas representaciones” (Fecé, 2010); la respuesta dependerá de la audiencia. En el caso de la última descrita y, a diferencia de las anteriores, la balanza se inclina a favor de la primera opción: la pasividad.

2.3. Ficción y Realidad: el mundo de Carroll vs el mundo de Burton

Fecé subraya que “no podemos pasar por alto la importancia o centralidad de la ficción en nuestras vidas (...) La interrelación entre realidad y ficción es constante, tanto que la segunda determina en buena parte la actitud emocional con que afrontamos los hechos reales (...) Se trata de mostrar cómo el mundo social entra en el discurso de ficción y cómo los distintos géneros ficcionales se dirigen a las audiencias” (Fecé, 2010).

Los relatos de Carroll son una parodia del mundo victoriano en el que vive y que él, escritor polifacético sumamente observador y excepcionalmente dotado para la Lógica y la

⁴ LENNY'S ALICIA IN THE WONDERLAND. Website Usability Consultant and Search Engine Optimization Manager for an internet marketing company. <http://www.alice-in-wonderland.net/>. Consultada el 15/10/10.

Semántica, muestra como reflejado en un espejo, como vuelto del revés, pero en toda su extensión: desde el modelo social al modelo cultural pasando por el político, económico, académico y hasta judicial.

Sus relatos son testimonio del estricto protocolo de aquella época (parodiado en la presentación de Alicia al cordero por parte de la Reina de Corazones); las costumbres sociales (la fiesta con el sombrero y la liebre a la hora del té); la afición por los deportes (la Reina de Corazones jugando al croquet) y juegos de salón (las cartas de naipes y el ajedrez); el nacimiento de los partidos políticos (la carrera en círculo de los animales); la inflexible jerarquía académica (los gemelos Tweedledee and Tweedledum); la generalización de la vía jurídica para la resolución de conflictos (juicio a Alicia) o el envenenamiento que padecían los sombrereros a causa del nitrato de mercurio con el que se trataban las pieles de los animales y por el que sufrían irritabilidad, frecuentes cambios de humor y pérdida de memoria (de ahí precisamente la expresión típica de la época victoriana “tan loco como un sombrero”).

Así, la realidad inspiró la ficción de Carroll. Sus novelas se basaron en personas, lugares y circunstancias de su entorno. Carroll no generaba desde su imaginación sino que tomaba elementos de su entorno y los literalizaba metafóricamente para incluirlos en sus obras. Gardner en su documentada obra *Alicia Anotada* (Gadner, 1998), de fascinante lectura por cierto, comenta pormenorizada y espléndidamente todas y cada una de estas fuentes de inspiración.

2.3.1. La realidad que inspiró la ficción de Carroll

Se sabe que la historia se gestó durante una excursión en barca por el Támesis que el escritor realizó el 4 de julio de 1962 con su amigo el reverendo Duckworth y tres de las

hermanas Liddell: Lorina, de trece años; Alice, de diez y Edith, de ocho.

El *Christ Church College* en la Universidad de Oxford donde Carroll estudió fue una prolífera fuente de inspiración para él: el Conejo Blanco (en mayúsculas, tal y como lo escribió Carroll) pudo ser el padre de Alicia, Decano del *Christ Church College* y el País de las Maravillas debió ser el jardín de la *Christ Cathedral* separado del jardín donde Alicia y sus hermanos jugaban por una pequeña puerta que no les estaba permitido cruzar. Incluso la expresión “¡que le corten la cabeza!” de la Reina de Corazones pudo estar inspirada en el retrato de Enrique VIII que preside el comedor de esta institución.

Mención aparte merece el *Jabberwocky*⁵ (*Jabberwock* escribió Carroll): en la literatura épica inglesa es un monstruo que se enfrenta al héroe que porta la espada *Vorpal*. En la novela de Carroll hace referencia a un poema sin sentido que éste escribió invirtiendo o fusionando palabras, algunas de las cuales se incorporaron al idioma inglés. Precisamente *jabberwocky* en el inglés actual significa “lenguaje sin sentido”. Es especialmente interesante porque fonológica y sintácticamente es conforme a la gramática inglesa. También su estructura poética. Simplemente parece no respetar las reglas morfológicas de esta lengua.

2.3.2. La virtualidad de Burton transforma la realidad

En cuanto a la versión de Burton, realidad y ficción se entremezclan más allá del relato: la particular combinación de acción real con animación (actores/actrices en 2D sobre escenarios en 3D) acentúan esa extrañeza típica burtoniana en la que uno se pregunta qué habrá de verdad detrás de tanta artificiosidad y de la ecléctica banda sonora de Danny Elfmann.

En lugar de una cámara 3D, utilizó cámaras convencionales para grabar a los actores sobre un gran fondo verde al que dotaría de

⁵ WIKIPEDIA. Enciclopedia libre. <http://es.wikipedia.org/wiki/jabberwocky>. Consultada el 15/10/10.

tridimensionalidad en el proceso posterior de edición digital, tal y como desvelan algunos sitios web.⁶ En cuanto a los efectos especiales Taringa.net desenmascara alguno de los efectos especiales de la película.⁷

Con una dirección de arte conceptual sublime, la escenografía, el vestuario y el maquillaje resultan hipnóticos y deslumbrantes. Detrás de una impactante caracterización, cuesta reconocer a Johnny Depp en el papel del Sombrero Loco o a Elena Bonham Carter en el de la Reina Roja. Inevitablemente, surge la pregunta: ¿es él/ella?. Dos vídeos subidos en Youtube.com nos permiten ser testigos de su transformación en tales personajes.⁸

Por lo demás, el protagonismo que Alicia cede al Sombrerero Loco en la versión de Burton evoca el comentario que Vincent Price, actor y buen amigo del director, hizo sobre el personaje *Eduardo Manostijeras*: "Tim es Eward".⁹

Los personajes de Carroll tienen por sí mismos una carga semántica tan profunda que no admiten interpretaciones autosuficientes pero es posible que el Sombrero Loco haya sido un nuevo intento autobiográfico de Burton. Acerca de este personaje, ha dicho que suele representarse poniendo el énfasis en una sola nota de su carácter y que el reto de Depp consistió en mostrar su lado humano y cuerdo como contrapunto a tanta locura.¹⁰ A diferencia de buena parte de las críticas, opino que lo consiguió. Su interpretación y la de Elena Bonham como Reina Roja me parecieron muy destacables. Por el contrario, me decepcionó la Alicia inexpresiva que interpretó Mia Wasikowska y la eterna pose, *brazos arriba*, de Anne Hathaway en su papel como Reina Blanca.

2.3.3. El mensaje de Alicia

Quizás, el interés de Burton y Depp por comprender cómo piensan y sienten sus personajes sea un reflejo de su propio deseo por comprenderse y, sobre todo, de ser comprendidos. Interés que tiene mucha relación con el mensaje que subyace tanto en los dos relatos de Carroll como en la película de Burton: la madurez personal en busca de la propia identidad.

Carroll pretende mostrar a través de la mirada curiosa y sin prejuicios de una niña la artificialidad e hipocresía de las convenciones sociales. La confusión inicial que siente Alicia tratando de adaptarse a ellas se torna más llevadera a medida que descubre estrategias para afrontar las situaciones más absurdas. Un proceso de aprendizaje necesario para manejarse en el mundo adulto con desenvoltura e, incluso, con autoridad: es este momento el que representa la partida de ajedrez final que lleva a Alicia a coronarse reina.

Burton, por su parte, pretende mostrar la visión adolescente de un mundo adulto más malvado. La Alicia aprendiz se transforma en la Alicia heroína (del poema *Jabberwock*) contra la violencia psicológica, el amor interesado y el maltrato a los animales. En lugar de una partida de ajedrez, libra una batalla sobre el tablero en la que mata a la bestia con la espada *Vorpal*. Batalla que representa su propia lucha interior por librarse de las dudas adolescentes que le impiden ser ella misma.

Finalmente, en lugar de coronarla reina como Carroll, Burton le devuelve al mundo real segura de sí misma y con mentalidad emprendedora: Alicia quiere ser empresaria en lugar de reina. Sin lugar a dudas, un desenlace más acorde con los tiempos que corren.

⁶ NETJOVEN. <http://www.netjoven.pe/noticias/37544/sepa-como-se-hizo-alice-in-wonderland-nuevo-film-de-tim-burton.html>. Consultada el 15/10/10.

⁷ TARINGA. Inteligencia Colectiva. www.taringa.net/posts/videos/5005720/Alice-in-wonderland_-creando-los-efectos-especiales!.html. Consultada el 15/10/10.

⁸ YOUTUBE.COM. Comunidad de vídeo online. <http://www.youtube.com/watch?v=nt3epemhi4&feature=related>
<http://www.youtube.com/watch?v=wymj4rsnxry&feature=channel>. Consultado el 14/10/10.

⁹ NETJOVEN. <http://www.netjoven.pe/noticias/37544/sepa-como-se-hizo-alice-in-wonderland-nuevo-film-de-tim-burton.html>. Consultada el 15/10/10.

¹⁰ WIKIPEDIA. Enciclopedia libre. [http://en.wikipedia.org/wiki/Alice_in_Wonderland_\(2010_film\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Alice_in_Wonderland_(2010_film)). Consultado el 14/10/10.

En esta línea, me parece interesante hacer mención del vídeo de Dave Meyers que protagoniza la rockera adolescente Avril Lavigne, autora y compositora de una de las canciones de la banda sonora *Almost Alice*.¹¹ Tanto el vídeo como la letra de la canción y la biografía de la cantante son apropiados para abordar el tema de la adolescencia y reforzar el mensaje principal de la película.

ACTIVIDAD DIDÁCTICA

Participantes:

La actividad, enmarcada en el ámbito de la Educación formal en Medios (ECA), está dirigida a adolescentes de 14 a 18 años. Se realizaría por cursos desde 3º de ESO a 2º de Bachiller. Estructurada en 5 sesiones en horario lectivo y 2 extraescolares, contempla la participación (opcional) de los/as profesores/es de Literatura e Inglés.

Objetivos:

Contribuir a concebir el cine en su triple vertiente:¹² como técnica, como medio de comunicación y como arte, con el fin de interpretarlo críticamente y disfrutarlo plenamente. En concreto, se trata de:

- Guiar a los jóvenes en ese proceso inadvertido ante la pantalla durante el que crean, de forma espontánea y normalmente no tutelada, su propio código de comprensión (Sánchez y Aguaded, 2009)
- Fomentar ir al cine en compañía como actividad lúdica que, al mismo tiempo, es educativa y socializadora.

Sesiones:

Sesión 1 (1 hora): el grupo elige por Internet una película de estreno para visionarla en horas extraescolares. El profesor guía el proceso de elección generando un debate en torno a las siguientes preguntas:

- ¿Te gusta ir al cine? ¿por qué?
- ¿Qué criterios sigues para escoger una película? ¿por qué?
- ¿Sueles comentarla después con familiares o amigos? ¿por qué?

Una vez hecha la elección (en nuestro caso, *Alicia en el País de las Maravillas 2010*) el/la profesor/a propone buscar información sobre la misma en grupos de 3 a 5 alumnos/as. Cada grupo trabaja uno o dos de los siguientes aspectos:

- Género (ver 1.1)
- Trailer (ver 1)
- Ficha técnica (ver 1.1)
- Argumento (ver 1.1)
- Audiencia (ver 1.2)
- Obra literaria y su contexto histórico (ver 2.1)
- Director y su contexto histórico (ver 2.1)
- Actores (ver 1.1 y 2.3.2)
- Productora (ver 2.2)
- Críticas (ver 2.3)

Sesión 2 (1 hora): puesta en común de la información recopilada en la sesión anterior. Un/a portavoz de cada grupo dispondrá de 10 minutos para exponer las aportaciones de su grupo.

Sesión 3 (2 horas extraescolares): visionado de la película de estreno fuera del horario escolar.

Sesión 4 (1 hora): a partir del trailer y nuevamente por grupos, realizar un análisis objetivo acerca de algunos aspectos del lenguaje audiovisual, la estructura narrativa y la tecnología de grabación/edición. Cada grupo responde a una de las siguientes preguntas:

- a) Escoger una escena y compararla con el/los pasaje/s correspondiente/s de la obra literaria para identificar convergencias y divergencias entre ambos. (ver 2.3)
- b) Investigar sobre el significado del poema *Jabberwock*. (ver 2.3.1)
- c) Investigar sobre las fuentes de inspiración de Carroll y de Burton para la trama

¹¹ YOUTUBE.COM. Comunidad de vídeo online. <http://www.youtube.com/watch?v=rzb8cnuzuoc>. Consultado el 14/10/10.

¹² UHU.ES. Cine y Educación. <http://www.uhu.es/cine.educacion>. Consultado el 15/10/10.

y los personajes de dicho/s pasaje/s. (ver 2.3.1 y 2.3.2)

d) Identificar los efectos especiales y de 3D de la misma escena y averiguar cómo se han llevado a cabo. (ver 2.3.2)

e) Identificar los elementos utilizados para la ambientación de la escena y la caracterización de los personajes. (ver 2.3.2)

La colaboración de los/las profesores/as de Literatura e Inglés en relación a las cuestiones a), b) y c) sería muy enriquecedor. Podrían dedicar una clase a ello.

Sesión 5 (1 hora): puesta en común de la información recopilada en la sesión anterior. Un portavoz de cada grupo dispondrá de 10 minutos para exponer las aportaciones de su grupo.

Sesión 6 (1 hora extraescolar): realizar un análisis subjetivo de la película, individual y por escrito, en base a las siguientes preguntas. En tu opinión:

a) ¿Cuál es el mensaje principal que la película quiere transmitir? ¿Qué relación

crees que guarda con el vídeo de Avril Lavigne interpretando la canción *Almost Alice*? (ver 2.3.1)

b) ¿Son adecuados: el estilo narrativo, el lenguaje audiovisual, el montaje, los efectos especiales, la ambientación y la caracterización de los personajes? (ver 2.3)

c) ¿Cómo valoras la adaptación al cine de la obra literaria? (ver 2.2)

d) ¿Cómo valoras la interpretación de los actores y actrices? (ver 2.3)

e) ¿Qué valores muestra la película? ¿son positivos o negativos? ¿Estás de acuerdo con ellos? (ver 1.2)

f) ¿Algo de lo que sucede en la película podría pasar en la vida real? ¿qué? (ver 2.3.1)

g) ¿Qué es lo que más te ha gustado de la película? ¿y lo que menos? ¿por qué?

Sesión 7 (1 hora): debate sobre las cuestiones de la sesión anterior y conclusiones»

Azucena Rodríguez Ramírez – Licenciada en Derecho. Máster en Comunicación y Educación. Barcelona-España. az88za@gmail.com

Bibliografía.

- Carroll, L. (1999). *Alicia en el País de las Maravillas. Alicia a través del espejo*. La caza de Snark. Barcelona: Plaza y Janés.
- Dorfman, A. y Mattelart, A. (2009). *Cómo leer al pato Donald*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- Gardner, M. (1998). *Alicia Anotada*. Madrid: Akal.
- Fecé, J.L (2010). *Lectura crítica de los medios* [pdf] Máster Internacional en Comunicación y Educación, UAB.
- Ferrés, J. (2007). *La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores*. Revista Científica de Comunicación y Educación, 29, 100-107.
- Harvey, D. (2010). *The enigma of capital and the crisis of capitalism*. Londres: Profile Books.
- Hodkinson, P. (2002). *Goth. Identity, style and subculture*. Oxford: Berg.
- Sánchez, J. y Aguaded, J.I. (2009). *Educación mediática y espectadores activos: estrategias para la formación*. Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura, 39: 131-148.

Proyectos y Talleres

“... una cosa sí es segura, por ahora toca seguir viajando ...

... por lo menos sé que por ahora he escogido ser un viajero -

y no cualquier viajero, uno que ha vuelto del otro lado...”

de repente se escucha el sonido de un motor que aún está lejos – aquí empieza a escucharse motorcycle circus de Louis Bacalov³ – tanto el sonido del motor como la música se pueden escuchar sin que ninguna oculte a la otra...

la imagen (cámara) cae rápidamente en picada desde la altura en que se encontraba y queda a la altura de la carretera, donde empieza a enfocarse y acercarse al carro que se acercó de frente, la sensación de calor se ve resaltada por la imagen un poco borrosa del carro...

el carro se aproxima a la cámara haciendo más ruido mientras pasa a su lado, la cámara sigue con él y ahora va tras él, el zoom que se enfocaba en el carro ahora se amplía un poco y permite ver los árboles a lado y lado del camino, Lázaro entra en escena, está como una estatua en la clásica postura de quien hace autostop, tanto el auto como la figura de Lázaro se ven ahora distorsionadas por el calor y la distancia...

- en este momento sube el volumen del tema musical y el sonido del motor queda en segundo plano un poco más bajo -

el carro que pasa a su lado se detiene al tiempo que Lázaro corre tras él, luego mete su cabeza por una de las ventanas y después entra en el auto, el auto sigue su marcha mientras se aleja cada vez más por la carretera, la imagen cada vez se torna más difusa...

lastimosamente no es tan sencillo describir con imágenes el olor a tierra húmeda, árboles frutales y mierda de vaca que a veces se mezclaban y a veces estaban por separado en aquel lugar cuando Lázaro fue llevado en autostop... Lázaro se encontraba bastante metido en sus pensamientos, tan metido que casi no se da cuenta que al frente estaba un retén con guardias del imperio (es que el imperio estaba por todos lados), el auto se detuvo....

- los caballeros son tan amables de bajar (sonó seco y cortante)

en el ambiente se respiraba quietud, de esa quietud de la que Lázaro ya casi ni se acordaba, el aire caliente, la modorra y el sueño, la llanura, el paisaje verde y amarillo, unos pocos árboles que daban una sensación de frescura entre tanto calor, el sol de la tarde, el cielo azul...

los amigos...

que bueno todavía contar con algunos, ese Jesús era todo un acierto como amigo y a propósito qué sería de su vida?

Todos bajaron lentamente del carro...

entonces Lázaro notó que tenía un hambre de los mil demonios (no era una blasfemia, tan solo una expresión)....

- el caballero es tan amable y se identifica....

todos las cosas se le juntaron a Lázaro, el calor, los recuerdos, la modorra, el hambre, el aquí, el allá, los amigos, la angustia, el retén...y luego

³ Para mayor información, o simplemente para deleitarse con este tema puede dirigirse a la banda sonora de Kill Bill Vol. 2.

las voces, de nuevo solo las voces:

- mi sargento éste se despapayó!!!
- cómo así ordóñez???
- mi sargento le estaba hablando y de pronto se desmayó....
- y qué le pasó?
- pues que se abrió la frente del porrazo....⁴
- a ver....jaa... esta sí es mucha pelota, mire cómo se volvió esa jeta.....⁵ordoñezz!!
- qué ordena mi sargento?
- monte a esa pelota en el carro y que sigan....
- y eso mi sargento?
- derechos humanos, pero lo que es a mí no me joden con ese cuento..... y además a mí no me joda ordóñez, queda claro?
- como ordene mi sargento.....

las voces se distorsionaban, lentamente se diluyeron y todo quedó oscuro nuevamente...

estas últimas semanas habían sido bastante intensas para Lázaro, después de todo no cualquiera sobrevive a una resurrección y lo que esto significa...

tomar consciencia de su propia existencia, dejar toda una vida atrás, las sorpresas de la vida, huir de todo y todos, construirse una nueva vida, viajar (por dentro y por fuera), disfrutar de la vida, compartir con la gente...

⁴ Golpazo.

⁵ Boca, acá puede equipararse con cara.

El cosmonauta: un modelo alternativo de producción y distribución cinematográfica

Simón Vialás Fernández

Resumen

Son proyectos como *El cosmonauta* los que nos hacen creer en un futuro esperanzador. Este artículo se propone mostrar el valor de este proyecto colaborativo, abierto y autosostenible desde la perspectiva de educación en medios.

Abstract

Projects like *The cosmonaut* make us believe in a brighter future. This article shows the values of this collaborative, open and self-sustainable project through the media literacy perspective.

Palabras clave

educación en medios, creative commons, producción, distribución, audiovisual.

Key words

media literacy, creative commons, production, distribution, audiovisual.

1. Introducción

El cosmonauta nace como un proyecto de largometraje del colectivo Riot Cinema, formado en su esencia por tres jóvenes profesionales del audiovisual radicados en Madrid: Carola Rodríguez, Nicolás Alcalá y Bruno Teixidor, ninguno de ellos tiene más de 24 años. Ellos son los que hacen realidad algo con lo que muchos jóvenes sueñan, rodar su propia película. Se trata de una historia de ciencia ficción en la que el primer astronauta ruso pierde la comunicación con el centro de control. Tiempo después, la nave regresa a la Tierra y no hay rastro del cosmonauta. Sin embargo comienzan a llegar mensajes radiofónicos en los que el protagonista dice haber vuelto a la Tierra y haberla encontrado vacía. Habla en definitiva, sobre los recuerdos y los deseos.

Lo que hace único a este proyecto es la apropiación de modelos y de herramientas que nunca antes habían convergido en el ámbito cinematográfico en el estado español. Se trata de un modelo que combina alternativas de producción, financiación, cola-

boración, distribución y de cómo se pueden compartir los productos que se generen.

Lo realmente destacable no es que Riot Cinema vaya a poner en pie un ambicioso proyecto con este modelo, sino que el modelo que ponen en práctica puede ser replicado y ese es uno de los principales objetivos, desarrollar plataformas de producción y distribución alternativas al actual sistema de producción y exhibición cinematográfica.

En el contexto actual de producción cinematográfica se habla de una crisis que se achaca a la "piratería" y también se percibe una crisis de creatividad. Tiene mérito hacerse un hueco en un sistema en el que los presupuestos de películas comerciales no bajan de los 2 millones de euros.

El cosmonauta le planta cara al sistema actual de producción cinematográfica y lo hace con rotundidad, con una estrategia de financiación basada en el *crowdfunding* (*). Hoy cuenta con más de 2000 productores, una cifra nada desdeñable, sobre todo si tenemos en cuenta que el 40% de las películas españolas que se estrenan cada año no llegan a 2.000 espectadores. Además la

película cuenta con numerosos apoyos entre los que figuran el de Richard Stallman, padre ideológico del movimiento de *software* libre, de embajadas, de productores de talla internacional como Peter Broderick y como no, con el de Boris Volynov, cosmonauta retirado que participó en las Misiones Soyuz 5 y 20 y Sergei Volkov, cosmonauta ruso de la expedición 17 ISS.

En una fase inicial del proyecto, solicitaron una subvención para el desarrollo del proyecto al ICAA (Instituto de la Cinematografía y las Artes Audiovisuales), dependiente del Ministerio de Cultura. Parece evidente que el Ministerio incentiva únicamente los proyectos que garantizan una recaudación, negando el apoyo a proyectos verdaderamente creativos. Riot Cinema solicita una subvención para producir una película, distribuirla de manera gratuita y poner a disposición de todo aquel que quiera todo el material creativo que se produzca en el proceso. Solo se entiende que el Ministerio de Cultura no apoye este tipo de iniciativas porque suponen poner en entredicho la gestión de derechos de autor y de distribución que ejercen las productoras y las entidades de gestión de derechos.

El contexto de distribución y consumo está cambiando y son los intermediarios (las grandes compañías de distribución y exhibición) los que más están sufriendo. En sus manos está adaptarse a las nuevas circunstancias y asumir que el monopolio que ejercen hasta hoy tiene los días contados. Esto es así porque ya no son indispensables para la producción y distribución de bienes culturales.

En cuanto a la exhibición debemos tener en cuenta que hasta ahora era el exhibidor o distribuidor quien decidía cuándo y cómo tener acceso a la película. Pero Internet le ha dado la vuelta a este paradigma y ahora son los usuarios los que pueden elegir cómo y cuándo disfrutar de los contenidos. Estos cambios permiten una mayor circulación, una mayor cuota de popularidad y un mercado potencialmente más amplio que explotar.

Martin Scorsese dijo que *Shadows*, el primer largometraje de John Cassavetes, rodado en 1950 con una cámara de 16mm demostró a los cineastas que se acabaron las excusas para hacer películas, pensando que si él había podido hacer una película con esos medios, la gran industria también podría. A pesar de encontrarse en los gloriosos años del movimiento del Nuevo Cine Americano, de los 60 y 70, cuando las *majors* se mostraban más abiertas a las voces originales, Casavettes tuvo que distribuir él mismo su cinta *A woman under the influence* y lo hizo con éxito, recaudando 6 millones de dólares en el mercado estadounidense. (2)

¿A qué se debe que se creen y publiquen cada vez más obras culturales bajo licencias *Creative Commons* (CC)? ¿A la solidaridad o al nefasto papel de las entidades de gestión? Se puede observar como un número creciente de artistas renuncian a que sus derechos sean gestionados por la industria del entretenimiento y las entidades de gestión para controlar ellos mismos qué derechos quieren conservar y qué derechos quieren ceder o compartir.

Estamos ante un cambio en el que modelos como el del *software* libre proponen una ética y un nuevo concepto de empresa que es viable y que proporciona beneficios que van más allá de lo financiero. Recordamos siempre en este momento la célebre cita del dramaturgo George Bernard Shaw en la que decía:

“Si tú tienes una manzana y yo tengo otra y las intercambiamos, entonces tú y yo seguiremos teniendo una manzana cada uno. Pero si tú tienes una idea y yo otra y las intercambiamos, entonces cada uno de nosotros tendrá dos ideas.”

Parece evidente que compartir e intercambiar libremente proporciona grandes beneficios que van más allá de lo económico ¿por qué no aplicarlo al ámbito cinematográfico?

Este modelo no se propone competir con la producción de películas comerciales de las grandes productoras. Se trata no obstante de crear alternativas sostenibles de pro-

ducción y distribución artística y de ejercer de contrapeso al poder hegemónico de las televisiones y las *majors*. También merece especial atención la propuesta de una nueva forma de relación con la audiencia, en la que ésta comienza a tener un papel más activo.

El cosmonauta es un ejemplo de cómo los cineastas pueden expandir su rol y hacerse cargo de llegar e involucrar a las audiencias y llegar a ellas a través de todas las ventanas de exhibición posibles. Ofrece una subversión de la relación actualmente establecida que consiste en ofrecer al espectador la posibilidad de implicarse en todas las fases de producción, desde realización a la distribución. Esta subversión se debe al cambio en la estrategia de financiación y al uso de licencias *Creative Commons* que permiten compartir, copiar y remezclar con la única condición de que se dé crédito al autor(a) original y se aplique a la obra derivada la misma licencia CC. Esta es una alternativa que puede enriquecer la interacción entre productores y consumidores. Se abre una puerta para que el espectador pueda desempeñar un rol más activo en nuevos modelos de producción cultural que emergen como resultado directo de la experimentación y transparencia en procesos creativos como el que tratamos.

Podemos relacionar en este punto el papel que juegan las instituciones como los ministerios de cultura en la producción cultural. Si éstos apoyan la creación de obras culturales mediante subvenciones de dinero público, ¿deberían considerarse como pro-comunes (***) en lugar de permitir que las *majors* ejerzan un monopolio sobre su difusión? Nos preguntamos cuál es la finalidad de la producción cultural que es posible, en buena parte, a las subvenciones públicas. Tal vez las instituciones culturales deberían promocionar no solo el acceso a la cultura, también la creatividad. Llama la atención cómo son los creadores quienes a título individual licencian sus obras con CC y cómo de un modo descentralizado y constante se adaptan a la transformación tecnológica.

Son pocos los ejemplos que se conocen sobre instituciones que sean coherentes con el contexto actual.

Algunas respuestas a las dudas de cuáles son las alternativas al actual modelo de producción y distribución las encontramos en proyectos como *El cosmonauta*, insistimos en que no se trata de que este modelo sustituya al presente, sino que se presenta como una alternativa viable para llegar e involucrar a las audiencias. Deberíamos evaluar también el potencial de estas alternativas aplicadas a la educación en cine y comunicación.

2. Referentes

Inspirada por producciones como *A Swarm of Angels* (3) y *Artemis Eternal* (4), de Jessica Mae Stover, *El Cosmonauta* es la primera película española que hace uso de métodos de financiación a través de *crowdfunding* y que utiliza una licencia *Creative Commons* que además la aplican a todo el material que se genere en el proceso.

En el último año hemos visto cómo proyectos similares a *El Cosmonauta*, han ido ganando presencia. Mencionaremos a modo de ejemplo algunos de ellos mostrando cuáles son los rasgos similares y diferenciadores de cada uno de ellos.

En el estado español podemos encontrar proyectos como las producciones de *Mundo Ficción* (5) (Sevilla) que después de cosechar un rotundo éxito en *Youtube*, proyectan financiar su próxima producción mediante el *crowdfunding*. Fuera de España el prestigioso festival de cine de *Rotterdam* ha lanzado en su última edición una plataforma *online cinemareloaded* (6) en la que se muestran proyectos en busca de financiación colectiva.

Universos (7) de J. Corbacho ha sido considerada como la primera "wikipeli". Aunque es cierto que es la primera película realizada de forma colaborativa en el estado español, no podemos pasar por alto que se trata, al final de cuentas, de que es posible gracias a una estrategia de marketing de la marca cervecera *Mahou*. Es previsible que otras em-

presas empiecen a explotar este recurso. En contraposición a este ejemplo encontramos otra iniciativa que recientemente ha salido a la luz. La realizan trabajadores prejubilados de RTVE que se han unido para producir de forma colaborativa el largometraje *WWW* (8), escrito y dirigido por Javier Díez Moro, tratará sobre la red, sus peligros y adicciones.

En el panorama internacional encontramos otros proyectos cinematográficos como *The age of Stupid* (9) de Franny Armstrong, que combina el *crowdfunding* como medio de financiación y una distribución libre que permite una gestión total por parte de sus creadores de la licencia de proyección y de la gestión de las condiciones de la misma. Esta ha sido una de las películas que ha tenido mayor repercusión internacional con 1035 países en todo el mundo.

La distribución libre de obras cinematográficas tiene también otros referentes como los documentales *Helvética* (10), *Bomb It* (11), *Anvil! The Story of Anvil* (12); todas ellas con una excelente crítica y un éxito económico.

Como en todos los campos, podemos encontrar otros modos de producción más ortodoxos, en este caso podemos hablar de cine de código abierto, que usa y adopta la filosofía del *software* libre. Es decir se caracteriza por que toda la producción se realice con *software* libre y los productos generados carezcan de cualquier tipo de restricción para su distribución o modificación. Hablamos en este caso de películas de animación fundamentalmente, como es el caso de *Big buck bunny* (13), *El Sueño del Elefante* (14) o *Vaalkama* (15).

Por último, merece especial atención el último proyecto del director británico Ridley Scott, *Purefold* (16) que se ha sumado al cine licenciado con CC y producido colectivamente. Se trata de una serie que se distribuirá *online* y que gira en torno a lo que significa ser un humano y a la empatía. Este es el proyecto que más características comparte con *El Cosmonauta*.

Esta es una pequeña muestra de proyectos que comparten alguna o varias ca-

racterísticas con *El Cosmonauta*, pero lo que hace único a este proyecto dentro del estado español es que han sido pioneros en ceder los derechos de copia, reproducción y remezcla a los usuarios.

“Olvida lo que sabemos sobre cinematografía, tómate un momento para analizar tu estilo de vida y cuántos medios e historias consumes, piensa sobre qué significa para tí, date un respiro... y olvídate de la época del marketing, de las alfombras rojas y de experiencias cinematográficas comerciales y decepcionantes. Olvídate, camina con nosotros e imagina el ancho mundo que existe fuera de la isla de conglomerados controlados.”

Esta declaración de intenciones de la directora Jessica Mae Stover hace que nos preguntemos qué es lo que realmente queremos, un reconocimiento social que tiene como referencia el actual *star system* o poder hacer libremente lo que realmente nos gusta, es decir, hacer películas y disfrutarlas con toda la gente posible. Los chicos de Riot Cinema y los ejemplos anteriores escogen claramente la segunda opción.

3. Características del proyecto

Parece que lo referente a cómo desarrollar estrategias económicas alternativas sería lo más destacable en estos tiempos de crisis, sin embargo merece la pena detenerse a analizar lo que supone empezar a vislumbrar alternativas de distribución y colectivización de productos audiovisuales de cualquier envergadura. Las expectativas que crea el proyecto son grandes, se puede esperar lo mejor de un grupo de jóvenes con talento que seguro reflejarán esa creatividad de su posicionamiento en su estilo cinematográfico.

3.1 Producción

La colaboración es uno de los pilares sobre los que se sostiene este proyecto. Internet es un área de trabajo fundamental en éste. A

través de la red se ha creado una comunidad en la que se comparten ideas, se buscan apoyos y se distribuyen contenidos, creando de este modo una infraestructura virtual que hoy cuenta con más de 1000 seguidores a través de *Twitter*, más de 4000 amigos y fans en *Facebook* y más de 100.000 visionados en *Youtube*.

Esta infraestructura permitió establecer relaciones profesionales con todo aquel que se interese por el proyecto desde su origen. En este momento el equipo de rodaje está formado por más de 35 profesionales. En el cine convergen muchas disciplinas, las artes gráficas, la creación musical, etc. El proyecto presenta también la posibilidad de colaborar creando diversos productos relacionados con todo el proceso que envuelve a la película, desde la cartelería hasta versiones alternativas de montaje o bandas sonoras. Se trata en palabras del colectivo (4) de *llevar el cine a todos los terrenos posibles y de explorar el lado cinematográfico de todos los campos de la comunicación*.

3.2 Financiación

Los desarrolladores del proyecto han sabido apropiarse de un modelo financiero que se empieza a aplicar a la producción cinematográfica: el *crowdfunding* (*) o financiación por la multitud. En el estado español, Riot Cinema ha sido la productora pionera en llevarlo a cabo. Propone que cualquier persona que esté interesada en este proyecto pueda apoyarlo y colaborar con él, una de las formas de colaboración es que todo aquel que lo desee pueda convertirse en productor/a de la película con una inversión mínima de 2 euros y hasta una aportación de 1000 euros, mediante la cual convierte en inversor y pueda participar de los beneficios que genere. También dejan la puerta abierta a inversores anunciantes y patrocinadores.

Otra forma de financiación que plantea es la capitalización de los sueldos de las personas y empresas que participen en el proceso productivo. De este modo el 40% del presupuesto no se necesita conseguirlo antes de

la realización de la película. Los participantes aportan como capital el equivalente a sus sueldos o recursos y a cambio recibirían, el porcentaje de los beneficios correspondiente tomando como base, el presupuesto total que ronda los 800.000 euros.

El *merchandising* es otro de los pilares financieros, los aportes económicos de cada productor pueden ser canjeados en la tienda y así siempre reciben algo a cambio. En lugar de un sistema de donativos es un sistema de compra. También se pueden adquirir productos en la tienda *online* en la que se puede encontrar un variado surtido de productos que van desde la edición en DVD hasta camisetas y también se sortearán algunos elementos del vestuario y *atrezzo*.

En resumidas cuentas, el modelo económico que aplican se basa en el valor añadido, en la participación, en una experiencia creativa y colectiva en lugar de un cobro por uso o reproducción.

3.3 Sobre el uso de licencias CC

La licencia *Creative Commons* que usa *El cosmonauta* es de las menos restrictivas: CC Reconocimiento/CompartirIgual (BySaNc) (17). Esta licencia permite la libre distribución, remezcla, obra derivada y también la distribución comercial, con la condición de que la distribución debe hacerse con una licencia igual a la que regula la obra original.

Podemos ver, como es evidente la influencia de la filosofía del *software* libre en este proyecto y nos invita a imaginar lo que se podría denominar como cine libre.

Distribución Libre

Una de las diferencias fundamentales que plantea *El Cosmonauta* es que el estreno será gratuito. A todo el proyecto, desde los brutos de imagen hasta la banda sonora, se le aplica la licencia CC BySaNc una de las más abiertas, algo inédito en la producción de largometrajes del estado español.

El usuario puede consumir y distribuir los contenidos creados sin restricciones, de este modo la película puede llegar a muchas más personas. Así, es el usuario el que tiene el mayor potencial de distribución. Esto supone un giro radical en la distribución y atrae la atención al mismo tiempo que genera una posición respecto a la distribución cinematográfica.

Cabría estudiar también cómo puede influir en el fortalecimiento y construcción de comunidades creativas.

El Cosmonauta se distribuirá gratis por Internet y en HD, pero esto no impide que se estrene también en salas comerciales, televisiones o en DVD al mismo tiempo.

El usuario puede:	Nosotros conseguimos:
Ver la película gratis en alta definición.	Que mucha gente la vea, a la mejor calidad posible.
Distribuir los <i>links</i> o embeberla para que cualquiera pueda verla, sin ánimo de lucro.	Una distribución masiva de los contenidos que generamos. La comunidad crece de forma exponencial. Es como un virus.
Subirla o descargarla de redes P2P o servidores de descarga directa.	Más comunicación, boca a boca, una comunidad.
Colgar la película en lugares que sí tengan ánimo de lucro, mientras sea en baja definición.	Esos lugares deberán plantearse si, teniéndola en alta definición en otros lugares de forma gratuita, los usuarios pagarán. O por el contrario les compensa llegar a un acuerdo con nosotros.
Modificarla y distribuir su creación libremente.	Llegar a más gente todavía, y de una forma mucho más directa ya que los usuarios promocionan su película, que lleva indirectamente a la nuestra.

Esta tabla muestra los lugares donde la película puede ser exhibida libremente, incluso con finalidad comercial, donde puede serlo pero sin ánimo de lucro y donde no puede ser mostrada a no ser que previamente se haya pagado por el derecho de exhibición (caso de las televisiones).

El potencial de compartir

Tanto o más relevante que la estrategia de distribución libre, son otras posibilidades que permite la licencia CC BySaNc que además

de la libre distribución y copia, permite que cualquiera pueda modificar y remezclar la película y todos los materiales derivados de ella. En este momento están disponibles para ello los siguientes materiales:

- Guión.
- Gráficas.
- Poética para cosmonautas.

En este punto prestamos especial atención a las posibilidades de participación que adquiere la audiencia que se erige como demandante, distribuidora y que aporta un *feed-*

back sin precedentes. Uno de los ejemplos de esta participación es que los espectadores pueden realizar *trailers* o finales alternativos y los mejores se incluirán en el DVD junto a la versión original. Se establece de este modo un nuevo tipo de relación con las audiencias en la que éstas cobran un papel activo.

4. Análisis del modelo

Desde la perspectiva de la educación en medios *El Cosmonauta* ofrece una serie de valores y herramientas que consideramos de gran interés. ¿Por qué es importante esta propuesta para la educación en medios?. El valor pedagógico de *El Cosmonauta* reside en la demostración de que cualquier proyecto cultural puede hacerse realidad con un poco de imaginación, que se pueden establecer nuevos tipos de relaciones entre productores y audiencias, que el uso de licencias CC nos abre un nuevo horizonte de posibilidades, también permite visibilizar que el actual modelo de producción y distribución está sufriendo cambios y que los usuarios y consumidores tenemos el poder de modificar las relaciones de poder que ejercen las grandes corporaciones mediáticas.

Replicabilidad del modelo

En primer lugar recordaremos que más que la realización de la película, lo que el colectivo Riot Cinema plantea es la necesidad de desarrollar formas alternativas de hacer cine. Por eso promueven la diseminación del modelo que ellos han aplicado para producir y distribuir su película. Nos demuestran que hay más formas de hacer cine y que son accesibles. Cualquier director, guionista, productor que quiera realizar una obra audiovisual puede replicar este modelo y utilizarlo tal y como el colectivo lo ha hecho.

Consideramos que en el contexto de alfabetización mediática, resulta fundamental prestar especial atención a las alternativas que emergen en este momento de cambio de paradigmas.

Libertad creativa

Uno de los elementos que consideramos de mayor importancia es el que se refiere a las posibilidades de desarrollar proyectos sin limitaciones creativas. En el escenario en el que se desarrolla la cultura podemos comprobar cómo la libertad creativa de muchos cineastas se ve coartada por las limitaciones que impone la rentabilización de las películas (18). En proyectos como éste, no existen esas limitaciones y por tanto permite concentrar sus esfuerzos en el cómo hacer la realidad. Llevándolo al terreno educativo, es precisamente en este punto en el que se debería hacer hincapié, en no poner límites a las capacidades creativas.

El valor de utilizar licencias *Creative Commons* radica en buena parte en que su uso se opone directamente al desarrollo de monopolios que privilegian un modelo centralizado, en detrimento de la posibilidad de constitución de un sistema cognitivamente abierto y pluralista (19). También radica en que su uso nos dirige hacia una colaboración en términos creativos, económicos al mismo tiempo que protegen la propiedad intelectual y permiten crear bienes intelectuales abiertos. La libre circulación de los productos culturales es un valor a considerar, el libre acceso a bienes culturales para que lleguen al mayor número de personas posible, supone un enriquecimiento cultural de la ciudadanía y esto debe promoverse a través de las instituciones, especialmente desde las educativas y desde la sociedad civil.

La posibilidad de remezclar los materiales producidos por Riot Cinema y por tantos otros que siguen esta filosofía, permite la evolución y la innovación en varios ámbitos como el creativo, social o el cultural. Por ello, promover el uso de CC en educación en medios resulta fundamental.

Apropiación, reciclaje y reutilización

En lo que se refiere a la apropiación de las herramientas de producción y distribución hay

que remarcar que al igual que Riot Cinema se ha apropiado del *crowdfunding* para llevarlo al terreno de la producción audiovisual, otros colectivos pueden apropiarse de modelos y herramientas que puedan serles útiles en sus proyectos. Podemos relacionar esta apropiación con otros conceptos como el de reutilización, cómo encontrar nuevos usos o cómo reciclar herramientas y modelos. De este modo se consigue estimular una imaginación no solo en lo puramente creativo, sino también en lo productivo.

La transparencia informativa es un rasgo fundamental en este proyecto. Riot Cinema hace público su presupuesto, su balance de ingresos, su modelo de negocio y todo lo referente a lo financiero. Esta postura permite tejer un tipo de relación con los seguidores que se basa en la confianza. “No tenemos secretos” es uno de los lemas del colectivo madrileño. El valor de la transparencia como eje transversal en todo el proceso creativo y productivo hace más fácil que miles de personas se involucren en su proyecto, quizá sea éste uno de los valores más importantes para la perspectiva de la educación en medios.

Tal vez se pueda empezar a hablar de un empoderamiento de la audiencia y también de una interacción real con ella. En este tipo de proyectos, los espectadores toman un rol activo y participan más allá del mero consumo y, este tipo de interactividad, nos hace imaginar que cuando se lleguen a desarrollar muchos proyectos como este, la audiencia podría establecer una relación con los productores de contenidos en la que tendría la capacidad de demandar los contenidos que más le interesase y se invirtiera la relación en la que los medios ofrecen los contenidos que, supuestamente, las audiencias demandan. Se trata por tanto de que las audiencias tomen conciencia de que se puede contrarrestar el poder hegemónico de los medios y demandar los contenidos audiovisuales que quieren.

La fuerza de este proyecto se encuentra en definitiva en la voluntad de demostrar que existen otras formas de realizar cualquier tipo de producción audiovisual. El modelo de pro-

ducción y distribución está cambiando, lo estamos viendo en este momento y es gracias a proyectos como *El cosmonauta*.

Este proyecto brinda también grandes oportunidades en el terreno de la educación. Nos referimos en concreto a los posibles usos educativos de todo el material creado durante el proceso. Estos materiales pueden ser utilizados como material didáctico para la educación audiovisual, para la creación y experimentación en cualquier contexto educativo que trabaje con el audio-visual.

5. Conclusiones

El control sobre la gestión del proceso en todas sus fases y la autonomía e independencia para llevar a cabo una película, quizá sea lo más reseñable a modo de conclusión. Es evidente que nos encontramos ante un cambio de paradigma, es previsible que en el nuevo contexto surjan nuevas propuestas que hagan que la balanza se vaya equilibrando y los proyectos colaborativos vayan adquiriendo una mayor presencia y visibilidad.

Es necesario explorar y explotar el potencial que tienen este tipo de proyectos para la educación en medios, este y otros ejemplos similares de contenidos abiertos a la distribución y modificación pueden ser una solución a los problemas económicos que tienen que hacer frente los espacios educativos. Pueden ser también una respuesta al deseo de acceder al conocimiento y aprendizaje en áreas en las que ese acceso es difícil, puede proporcionar también un abanico de opciones para que el estudiante decida cuándo y cómo aprender y experimentar.

La crisis económica y de creatividad por la que atraviesa el cine, en concreto el cine español, preocupa tanto a la industria como a los espectadores. Apuestas como la que hace Riot Cinema ponen en entredicho esa crisis y nos hacen ver que la mejor opción es y será compartir. Así contra la crisis, ¡compárte!

El concepto de cultura libre nos obliga a plantearnos cómo debería ser la industria de

la cultura para que podamos recoger los mayores beneficios sin convertirla en objeto de consumo de una élite. (20) Con *El Cosmonauta* podemos aprender que la cultura, en todas sus manifestaciones, puede y debe ser accesible para todos y no solo en términos de consumo, sino en participación, creatividad e innovación.

Gracias a *El cosmonauta* y sus compañeros de viaje podemos vislumbrar un horizonte esperanzador.))



Simón Vialás Fernández – Productor independiente, educador e investigador.

simonvf@gmail.com

Notas.

(*) *Crowdfunding* (también conocido como *crowd financing* o *crowd sourced capital*), inspirado por el *crowdsourcing*, describe la cooperación colectiva, atención y confianza de la gente que trabaja en red y aportan capital de forma colectiva, generalmente a través de internet, de cara a apoyar proyectos iniciados por otras personas u organizaciones. El *crowdfunding* se utiliza para cualquier tipo de proyectos, desde apoyo a desastres, al periodismo ciudadano, a artistas que buscan el apoyo de seguidores. Wikipedia.

(**) Se denomina bien comunal o procomún (de pro, provecho, y común) a un determinado ordenamiento institucional en el cual la propiedad está atribuida a un conjunto de personas en razón del lugar donde habitan y que tienen un régimen especial de enajenación y explotación. De esa forma, ninguna persona individual tiene un control exclusivo sobre el uso y la disposición de un recurso particular bajo el régimen de procomún. Wikipedia.

Referencias Web.

- (1) *El Cosmonauta* - www.elcosmonauta.es
- (2) Peter Broderick - www.peterbroderick.com/writing/writing/welcome-to-the-new-world.html
- (3) *A swarm of angels*
- http://es.wikipedia.org/w/index.php?title=A_Swarm_of_Angels&action=edit&redlink=1
- (4) *Artemis eternal* - www.artemiseternal.com/projectnotes.pdf
- (5) *Mundo Ficción* - <http://mundoficcionproducciones.com/>
- (6) www.cinemareloaded.com
- (7) *Universos* - <http://www.lawikipeli.com/wikipeli/pregunta-edad>
- (8) *www* - [www-panoramaaudiovisual.com/2010/03/22/www-interesante-iniciativa-que-retoma-el-espiritu-cooperativista/](http://www.panoramaaudiovisual.com/2010/03/22/www-interesante-iniciativa-que-retoma-el-espiritu-cooperativista/)
- (9) *The age of Stupid* - <http://www.ageofstupid.net/>
- (10) *Helvética* - <http://www.helveticafilm.com/>
- (11) *Bomb It* - <http://bombit-themovie.com/>
- (12) *Anvil! The Story of Anvil* - <http://www.anvilthemovie.com/>
- (13) *Big buck bunny* - www.bigbuckbunny.org
- (14) *El Sueño del Elefante*
- (15) *Vaalkama* - www.vaalkama.com/
- (16) *Purefold* - <http://www.ag8.com/purefold>
- (17) *Creative Commons España* - <http://es.creativecommons.org>
- (18) Una nueva economía cultural. Malos tiempos para la lírica

Referencias bibliográficas.

- (19) LEMOS, R. (2005). *Direito, tecnologia e cultura* - FGV Editora – Rio de Janeiro, Brasil.
- (20) SCHUCH BRUNET, K. (2008). *Apropiações Tecnológicas* – Edufba, Salvador, Brasil.

Sometimes I feel like abstract...

Janet Velázquez

Most of the times, the way of expressing and understanding with others is through language; however, writing, is also a recursive manner of expression. A brief is a “faithful witness” of our ideas. This, usually, set out on paper, but the supports today can be: a wall projection, digital platforms, etc.

Hand writing, “download”, in newspapers, on the monitor, TV, bar, school, street, large or small, long or short, copy and paste: *is the font*, on all places and for most languages, read constant everywhere. Read. But what do we read?, what interest us; entertains and makes life easier. We review the notes or consult an appointment through the monitor; we do not buy a book (printed sheets) if we have it in pdf. So, what are we reading are the words made images, images that have an impact on our way of view and read but this modern and actual behavior in young people (preferently) does not change the traditional way of reading or having a “real” book (scientific texts, magazines, newspaper, etc).

Perhaps, reading isn't the most favorite habit in young people but everybody us have books, I mean, “real” books, at home for example, that are materials considered by everybody as important tools as documents that we can still keep with us. Actually, we read on screens but we still need the “real” book.

I think, we read like “no read”. The speed has changed.

“With such a large volume of material accessible from the World Wide Web, there is an urgent need to increase our knowledge of factors influencing reading from screen. We investigate the effects of two reading speeds (normal and fast) and different line lengths on comprehension, reading rate and scrolling patterns. Scroll-

ing patterns are defined as the way in which readers proceed through the text, pausing and scrolling. Comprehension and reading rate are also examined in relation to scrolling patterns to attempt to identify some characteristics of effective readers. We found a reduction in overall comprehension when reading fast, but the type of information recalled was not dependent on speed. A medium line length (55 characters per line) appears to support effective reading at normal and fast speeds. This produced the highest level of comprehension and was also read faster than short lines. Scrolling patterns associated with better comprehension (more time in pauses and more individual scrolling movements) contrast with scrolling patterns used by faster readers (less time in pauses between scrolling)” (1)

Consequently, effective readers can only be defined in relation to the aims of the reading task, which may favor either speed or accuracy. The importance of reading should be considered in all education steps (school) but not forgetting the new tools that, day by day are increasing the contents that change the context.

Reverberar

This academic publication: *Reverberar* (done with two of my classmates, Albanir Faleiros and Natalia Scantamburlo) is an idea that was born some months ago and it consists in a compilation of our classmates' articles, all of them in the same line of communication and education. So, I get involved on it, not since the beginning, I did it until the moment to get it all in a same “package”, to join all the texts besides the teachers' collaboration.

Editorial Layout

Absolutely, we thought when working on it, in the way and in how the others could read these articles. This process has many phases. Now, we'll show you a general view of the process. First, organize the articles and have them in a word document format, in the same kind and size of font, because later, this documents have been pasted on layout. So, having an specific and planned workspace, we inserted the texts in to a editorial layout (InDesign). Next, we could give the same style to the text, following the predetermined graphic style wich unifies the entire editorial publishing. Finally, when having ISBN (International Standard Book Number) and all legal terms, we can print it, but in a first moment, a web publish must be upload.

In this experience, we enjoyed and learned the interaction between texts and their different changes, getting the best possible results through many options, tools, modifications, opinions, discussions, mistakes and organization. Everything in order to communicate, share and interchange part of our thoughts.

That's why we see the importance of sharing contents, to have them in a print version like a traditional way, but first of all, having them online or upload under a creative commons license (It results quickly to share in our screens); and also, to encourage actual topics and make a memory of the student reflections year by year.

This academic publication includes the efforts of writers, teachers, editors, layout designer and friends through the entire publishing lifecycle.

Janet Velázquez – Graphic Communication Designer. UAM-mx.

janet.velazquez_@hotmail.com

References.

(1) MARY C. DYSON and MARK HASELGROVE. The influence of reading speed and line length on the effectiveness of reading from screen.

El libro y sus orillas. Roberto Zavala Ruíz. UNAM. México.

bookdesignonline.com/what-is-editorial-design.aspx



Claudia Calva Montiel

Entrenando en Familia: por la Salud Financiera. Libro Digital >> http://www.abm.org.mx/educacion_financiera/Libro1/index.html

Finanzas Ilustradas. Salud Financiera: mi responsabilidad. Libro Digital >> http://www.abm.org.mx/educacion_financiera/Libro2/index.html

José María Perceval

José María Perceval. Web oficial >> <http://www.josemariaperceval.es>

Materiales de Historia. Portal dedicado al estudio de la construcción de la memoria a través de las redes de comunicación >> <http://www.materialesdehistoria.org>

IV Centenario Expulsión de los Moriscos. Grupo de trabajo sobre Moriscos, Mudéjares, Imagen del Islam y del Mundo Árabe >> <http://www.1609-2009.es>

Ruta. Revista universitaria de trabajos académicos >> <http://www.revistaruta.org>

Natalia Scantamburlo

PROMEDU – Córdoba. Blog Agrupamiento 13 >> <http://agrupamiento13.blogspot.com/>

No puedo vivir sin TIC. Blog de responsables PROMEDU - Córdoba >> http://nopuedovivirsintic.blogspot.com/2009/10/quien-es-el-experto-ahora_05.html

Blog Educativo: innovación y complementación de las prácticas pedagógicas. Resumen Jornada.

>> <http://www.saa.unc.edu.ar/PROED/experiencias/pdf-res.-extensos/Blog%20Educativo-innovacion%20y%20complementacion.pdf>

Semana Escuela 2.0. Video Jornada >> <http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/video/jornada-escuela-20>

Santiago Tejedor Calvo

Tu Aventura: el viaje como herramienta educativa de exploración, aprendizaje y descubrimiento. Ciberperiodismo de viajes >> www.tuaventura.org

Gabinete de Comunicación y Educación. Portal del Gabinete de Comunicación y Educación con recursos, entrevistas, investigaciones y proyectos educocomunicativos >> <http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com>

Fernanda Tusa Jumbo

Honduras: un iceberg político a la deriva. Reportaje político, United Press International.

>> http://espanol.upi.com/Ediciones_Especiales/Derechos_Humanos/2009/07/06/Honduras-un-iceberg-politico-a-la-deriva/1246927646859

Una momia que resucita al turismo. Reportaje audiovisual On CNN, awarded, submission approved for use on CNN >> <http://ireport.cnn.com/docs/DOC-372877>

Turismo enfocado en la cultura. Reportaje fotográfico on CNN, awarded, submission approved for use on CNN >> <http://ireport.cnn.com/docs/DOC-371228>

Una historia ideal. Blog literario. Directora del proyecto: Un microcuento y una idea >> <http://unahistoriaideal.blogspot.com>

Estrategia de San Pedro. Ciberperiodismo de viajes >> <http://www.tuaventura.org/node/1537>

Viaje de sentidos. Ciberperiodismo de viajes >> <http://www.tuaventura.org/node/1536>

Inka Samana: un proyecto alternativo de educación multicultural. Artículo Educación Intercultural >> <http://www.gabinetecomunicacionyeducacion.com/files/adjuntos/Inka%20Samana%20un%20proyecto%20alternativo%20de%20educaci%C3%B3n%20multicultural.pdf>

Leticia Vázquez Méndez

EduTics-Iberoamerica . Blog educativo >> <http://edutics-iberoamerica.blogspot.com>

