

Mitos de la educación a distancia y de las nuevas tecnologías

ROBERTO APARICI

(Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED))

RESUMEN

La influencia de la informática y los sistemas tecnológicos digitales de comunicación está provocando cambios en la mentalidad de mucha gente, quien abrumada por los resultados que anuncian las grandes empresas, termina haciendo consideraciones de orden casi mágico en torno a la tecnología y sus potencialidades. La industria del marketing ha hecho mucho en este sentido, creando o reforzando algunos mitos muy arraigados en la sociedad.

Palabras clave: TECNOLOGÍA, MARKETING Y MITOS.

ABSTRACT

The influence of informatic and digital technological systems are creating changes in the mind of many people, who overwhelmed by such outcomes which the firms announce, end up being the holders of nearly magical thoughts about technology and its potentialities. Marketing industry has made so much in this sense, creating or reinforcing some myths quite rooted in society.

Keywords: TECHNOLOGY, MARKETING, MITHS.

En la década de los 60 se realizaron en la Universidad de Harvard una serie de investigaciones que pueden considerarse como estudios fundacionales en el campo de la sociedad y las nuevas tecnologías. «El nuevo estado industrial» de 1967 y «El cambio tecnológico» de 1970, coordinados respectivamente por J.K. Galbraith y por E.G. Mesthene, fueron los primeros trabajos que plantearon el nacimiento de una sociedad informatizada. Este modelo de sociedad plantea que la información es la principal fuente de riqueza y es la base para la organización económica, política y social.

El paradigma de sociedad informatizada propone, según sus defensores, un nuevo principio de estructuración y estratificación social: la relación con los medios de producción no es ya lo determinante, ahora las diferencias están marcadas por la riqueza o carencia de información que posea cada persona.

Para la sociedad informatizada, las nuevas tecnologías de la información constituyen uno de sus elementos claves y su incorporación en contextos educativos en función del modelo económico actual, suele implicar un uso mecánico y eficientista.

Este modelo casi uniforme y extendido a escala mundial no sólo es fomentado por las empresas sino también por los propios administradores educativos que, la mayoría de las veces, no tienen las competencias mínimas en este campo, pero son los responsables de la toma de decisiones en un ministerio o en una universidad.

*MITO: LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS PRODUCEN BIENESTAR
UNIVERSAL EN TODO EL PLANETA*

Las nuevas tecnologías no hablan a los futuros ciudadanos y ciudadanas del contexto social y económico que ha creado la mundialización de la economía. Les hace creer que con unos conocimientos tecnológicos van a estar preparados o preparadas para insertarse en la dinámica social de la inseguridad, el desempleo y la injusticia social.

En este sentido, suele decirse que la gente tiende a dedicarse cada vez más a tareas vinculadas con la información que a tareas dedicadas a la agricultura o a la industria y, para ello, se pone como ejemplo a los Estados Unidos donde hace 100 años sólo el 8% de la población trabajadora se ocupaba en tareas de información, mientras que en la actualidad lo hace entre la mitad y los dos tercios de asalariados.

La explicación de esta tendencia económica la tenemos si contrastamos esos datos con los de otras partes del mundo. Por ejemplo, en países como Albania, Malí, Malawi, Ruanda, Nepal, Costa Rica, Bolivia, Guatemala, República Centroafricana, Nicaragua, Ecuador, Perú etc., entre un 83 y un 93 por ciento de la población total, trabaja en la agricultura. En la mayoría de los países, las tareas de información están siendo realizadas sólo por un 0,05% de la población, lo que significa que más de dos mil millones de personas de todo el mundo no tienen posibilidad de acceso a la sociedad informacional.

Podemos decir entonces que los países más industrializados del mundo pueden inclinar sus actividades laborales hacia la información y reducir su trabajo productivo manual, gracias a la fuerza de trabajo de los que viven en el otro lado del espectro, que son quienes producen las materias primas utilizadas en los países «del primer mundo».

La relación de países productores de materias primas y países productores de tecnología conlleva, a veces, a presuponer que el desarrollo de la informática y la robótica producirán abundancia de bienes y el bienestar universal en todo el planeta. Este planteamiento parte del argumento de que la falta de tecnología unida al exceso de población es la causa de las pocas posibilidades de desarrollo de algunos países. Se asume de antemano que el problema es tecnológico y la solución consecuentemente también debe ser tecnológica. Este análisis elude el problema fundamental de las aplicaciones tecnológicas: la redistribución de los beneficios de la producción y la riqueza.

MITO: SUELE EXPONERSE QUE LA EDUCACIÓN A DISTANCIA ES UN MODELO DEMOCRÁTICO DE ENSEÑANZA QUE PERMITE QUE TODO EL MUNDO PUEDA ACCEDER A ÉL. Y AHORA CON LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EL ACCESO SERÁ AÚN MÁS FÁCIL

Tait ya pensaba con escepticismo sobre este tema porque consideraba que es muy fácil imponer una dirección totalitaria en los centros de enseñanza a distancia, donde no hay lugar para la resistencia o radicalismo estudiantil. En el caso de las universidades virtuales, el radicalismo de los alumnos podría manifestarse a través de piratas o de «hackers» del ciberespacio que podrían poner en la piqueta las formas de comunicación virtual.

Para que la democracia tenga lugar en los sistemas de enseñanza a distancia, creemos imprescindible tener en cuenta las consideraciones que realizara Chesterton cuando insistía que el profesorado «debe en todo momento vigilar los valores y supuestos que transmiten sus lecciones, encontrar el modo de que los alumnos puedan influir en mayor medida en los programas y animarles a que pongan en tela de juicio todo cuanto aprenden».

Las nuevas tecnologías permiten establecer una comunicación «on line» y tener un papel mucho más activo en la construcción y desarrollo de un currículum. De nosotros dependerá continuar atados a sistemas autoritarios unidireccionales o establecer canales democráticos de participación entre todas las partes. Así como en las clases presenciales, muchos docentes en la enseñanza a distancia aspiran a conservar el control del proceso educativo dentro de los límites de un programa impuesto autoritariamente. Por primera vez en la historia de la educación a distancia podemos decir que vamos a darle la voz y la palabra a los alumnos y alumnas de un curso, porque la tecnología nos permite superar el juego imaginario de comunicación diferida tal como hacen los grandes medios de comunicación.

MITO: CON LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS PODEMOS CAMBIAR
EL SISTEMA DE LA EDUCACIÓN A DISTANCIA

Hemos comprobado en muchas instituciones (UNED española y la UNED costarricense) la tendencia a repetir con nuevas tecnologías lo que siempre se ha hecho sin ellas. Por ejemplo, reproducir en la pantalla de la computadora el mismo texto que se encuentra en un manual impreso, el mismo mapa o dibujo, cuando se podría hacer un uso creativo con el multimedia. Pero no sólo se trata de que se reproduzco los mismos ejemplos utilizados en otros medios sino que también se repiten modelos comunicativos y concepciones reproductoras del proceso de enseñanza-aprendizaje. De poco sirve usar el correo electrónico, si vamos a hacer un uso convencional de este recurso. ¿Pero, qué hacemos con el e-mail cuando estamos ante cursos que superan los mil o dos mil alumnos? ¿Darles respuestas masivas que sirven para todos, pero no sirven para cada caso en particular?

La primera consecuencia es que el *orden jerárquico tan propio del sistema educativo queda en entredicho y se convierte en un terreno conflictivo*. La verticalidad de la «cadena de mando» chirría ante la horizontalidad del aprendizaje. Para explotar estas posibilidades con éxito la educación debe convertirse en un proceso cooperativo entre profesores y alumnos, donde ambos, en particular estos últimos, asumen una mayor responsabilidad individual y colectiva. Al no estar los conocimientos en un lugar determinado, sino distribuidos fundamentalmente en redes, todos deben aprender a buscarlos, analizarlos, elaborarlos y aprovecharlos.

El desarrollo de nuevas tecnologías no ha supuesto, necesariamente, una transformación de los modelos comunicativos y educativos puestos en práctica en las instituciones académicas. La incorporación de programas de radio, audiocasetes, televisión, video o Internet no significan, en líneas generales, una propuesta pedagógica y metodológica distinta si, previamente, no se las ha integrado y desarrollado en función de un modelo comunicativo y pedagógico distinto.

Una tecnología como la radio o el audiotape puede ser más comunicativa y rica para el aprendizaje que el uso de una teleconferencia o el correo electrónico en manos de un docente que construya el acto de enseñar en un acto para el conocimiento, la reflexión, la crítica. Una teleconferencia que utilice un modelo transmisivo alude a usar una nueva tecnología con una vieja concepción pedagógica. Es importante señalar que la mayoría de las videoconferencias, que se realizan hoy por hoy, se caracterizan por ser «bustos parlantes». Una videoconferencia no es un programa de radio con la imagen del profesor, ni tampoco una comunicación telefónica sin más. Una videoconferencia es, al mismo tiempo, el espacio de una clase y un programa de televisión.

En su desarrollo histórico, las tecnologías utilizadas en la educación a distancia han pasado por cuatro grandes etapas:

Primera etapa: caracterizada por el dominio del material impreso, textos y manuales, por correspondencia e intercambio de documentos.

Segunda etapa: que denominamos analógica caracterizada por la utilización de televisión, videos, programas radiofónicos.

Tercera etapa: se incorpora la informática a los procesos de producción tecnológica de materiales.

Cuarta etapa: que denominamos digital y donde se integran los diferentes medios tecnológicos a través de redes como Internet u otros canales de distribución digital.

Las tecnologías más utilizadas en estos momentos en la educación a distancia son una mezcla de medios de las diferentes etapas y, donde uno de ellos, predomina.

MITO: LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN FAVORECEN LA COMUNICACIÓN ENTRE TODOS

En primer lugar tenemos que considerar que la educación a distancia además de ser un sistema o modalidad educativa es un

sistema de comunicación y que, en líneas generales, podemos decir que como sistema de comunicación se basa en los modelos matemáticos de la información. Desde esta perspectiva explicitemos que este modelo de comunicación es de carácter transmisivo, unidireccional y de «feed-back» diferido.

Las tecnologías actuales comienzan a permitir una comunicación en tiempo real y la puesta en práctica de otros modelos de comunicación. Es importante destacar el problema de la limitación económica para desarrollar proyectos de comunicación digital integrando diferentes medios. De nada vale establecer la red digital más sofisticada si las comunicaciones entre alumnos y profesores están limitadas drásticamente por su costo. Aquí reside, en la actualidad, la mayor desventaja de la teleeducación respecto de la educación presencial gratuita, donde nadie paga por minuto de hablar, escuchar o mirar. La facilidad de las comunicaciones por sí sola no cambia la educación.

MITO: EL MITO DE LA GLOBALIZACIÓN

La información y la comunicación son formas de organización del mundo, donde las diferentes sociedades están día a día más interconectadas entre sí. Para Régis Debray (1995) cada paso adelante en la unificación económica del mundo suscita como compensación un paso atrás en el plano cultural y político. El concepto de globalización de la economía implica también la mundialización de los intercambios culturales. Esta concepción será causa de nuevas exclusiones, donde unas cuantas megalópolis situadas por lo general en el norte, distribuyen la mayor parte de masa informativa en grado aún superior de la que realizan ahora. Mattelart (1995: p. 12) advierte en este sentido que «la globalización no es incompatible con el aumento de las desigualdades».

En la década de los 60, McLuhan acuñó la expresión «aldea global», pero ésta idea o concepción no comenzó a imponerse sino

hasta fines de los 80 con la globalización de la economía. El punto de vista de McLuhan no dejaba de tener la perspectiva de un visionario y de un romántico; punto de vista muy distinto a lo que entendemos hoy en día por globalización.

Para Mattelart la idea de globalización es «propia de los especialistas de marketing y gestión, y resulta ser la estructura básica para interpretar el mundo y el fundamento del nuevo orden mundial que se está gestando».

Antes lo local, nacional e internacional se consideraban como tres niveles distintos. La representación del mundo global hace añicos esas tres divisiones. En ese sentido puede decirse que toda empresa-red en el mercado mundializado es a la vez global y local.

Por primer vez en la historia de la humanidad, todo se puede fabricar en cualquier sitio y venderse por todas partes. La globalización puede resumirse como una política de «todo en el mercado». Esta filosofía neoliberal ha alcanzado también a la educación.

Los primeros signos de globalización en contextos educativos se producen en los siglos XVIII y XIX cuando las potencias coloniales transfirieron e impusieron sus sistemas educativos a otros países. En este sentido Noel F. McGinn afirma que «antes de la actual ola de globalización, todos los pueblos del mundo se vieron afectados por los valores 'occidentales' y por la penetración de fuerzas económicas externas. Todos los Estados nacionales ya existentes antes de 1945 poseían un sistema de educación con objetivos, estructuras y contenidos claramente similares a los de los demás países».

¿Puede hablarse de una educación auténticamente brasileña, argentina, australiana, sudafricana, filipina o guineana? ¿Estos como otros tantos países no armaron sus currículos a imagen y semejanza del modelo francés, inglés o español? ¿Antes de que se generalizara el fenómeno de la globalización en el campo económico y en el de las comunicaciones no se había iniciado ya la adopción en muchos países de ciertos patrones educativos similares a los norteamericanos?

Asimismo, es importante destacar que la mayoría de los países independizados después de 1945 trataron de desarrollar los sistemas instalados por sus respectivas potencias coloniales, modificando apenas sus contenidos o procesos.

Frente a una forma de imposición de normas y valores heredados de la relación de dependencia con los países de origen, las nuevas formas de globalización en este fin de siglo se caracterizan por la presión que ejercen distintas organizaciones económicas como el Banco Mundial para que se reduzcan los gastos en educación y servicios sociales.

Asimismo, suele presentarse la privatización de los espacios públicos como solución a cualquier problema. Es así como se pretende privatizar todo, incluso la educación o servicios vinculados a ella.

Las decisiones presupuestarias se realizan en función de criterios de coste-beneficio así como de la rentabilidad inmediata. A la educación, desde la perspectiva del nuevo orden económico se la considera como una fuente de gastos. ¿Qué criterios se le exigen a la escuela para adecuarse a los planteamientos economicistas que caracterizan al mercado mundial?

Los tres criterios sobre los que se pretenden formar a escala mundial se basan en:

- criterios de competitividad
- criterios de rendimiento y
- criterios de rentabilidad.

El predominio de estos criterios sobre otros, conlleva a que pasen a un segundo plano los aspectos sociales, culturales y humanos. En síntesis, el tipo de formación que se busca es el de formar individuos competitivos, eficaces y rentables.

Los macrosistemas de educación a distancia como la Open University inglesa, la UNED española y, en menor medida, la Fern Universität alemana, pueden considerarse como sistemas educativos de carácter planetario. Su expansión se ha acentuado en los últimos

años y la homogeneización de criterios debemos vincularla no sólo a una internacionalización de los mercados sino al desarrollo de un pensamiento único, expandido por los medios de comunicación y por instituciones educativas supranacionales. No se vende sólo un modelo sino también una ideología vinculada al modelo educativo-comunicativo.

La educación se enfrenta a una nueva encrucijada ante un proyecto económico de índole planetaria y cuyo motor son las tecnologías de la información y de la comunicación. Al mismo tiempo que debe responder a las necesidades económicas de la sociedad, la educación debe considerar una formación para la convivencia, la reflexión y la crítica. Por ello, un proceso de formación no meramente economicista debería atender a:

- conseguir una sociedad productiva que también sea justa y cohesiva
- formación para la ciudadanía local y global.

Desde esta perspectiva, la educación debe proveer a los alumnos de los elementos necesarios para comprender, analizar, reflexionar y criticar los fenómenos que caracterizan a la cultura de la globalización. Aspectos que no preocupa a ninguna de las instituciones citadas más arriba. La expansión de modelos a escala global se considera un hecho «normal» que no se pone en duda ni se reflexiona sobre él. Sin embargo, creemos que la educación debe proporcionar los elementos necesarios para que el alumnado comparta aspectos de la sociedad global que le ofrecen las redes y los demás medios y, al mismo tiempo, debe ofrecerle elementos para que se reconozca en su identidad, en su dimensión local. Por ello, la educación tiene que fortalecer una formación *glocal*, es decir potenciar los aspectos de la cultura (*glo*)bal y los aspectos de la cultura lo(*cal*).

En la educación a distancia desaparece el contexto y el campus puede ser todo un estado, un continente, diferentes regiones del globo. De alguna manera, la Open University o la UNED, por ejemplo, están desarrollando proyectos de esta naturaleza, sin tener

en cuenta los aspectos locales de cada sociedad. En muchos casos, se combina el marketing y la política neoliberal.

MITO: LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN

La información es considerada un bien económico fundamental, motor del desarrollo. El stock de información ha dejado de ser manejable y vivimos un exceso de información. Uno de los grandes problemas a los que nos enfrentamos es cómo no perderse ante tantos datos. ¿Cómo discriminar lo imprescindible de lo superfluo?

Paralelo al desarrollo de la información puede hablarse de la sociedad de la vigilancia a través de tarjetas de crédito o de cámaras distribuidas en todos los puntos de la ciudad. Un servidor de Internet, por ejemplo, puede ser óptimo para identificar los gustos de un usuario a través de las búsquedas que realiza, pueden conocerse algunos de sus hábitos por el horario en el que se conecta, etc., del mismo modo que el uso de una tarjeta de crédito permite conocer los barrios, provincias o regiones por los que se desplaza un usuario, las necesidades y hobbies que tiene a través de las compras que realiza, así como saber de qué tipo de consumidor se trata, cuál es su clase social, el motivo de la compra, etc.

Esta sociedad que nos provee tanta información utiliza también sistemas de información extremadamente sofisticados para el control social. Ya no son necesarias las fuerzas policiales ni las cámaras de video para vigilar a los ciudadanos, hay formas invisibles de vigilancia y control a través de la tecnología que utilizamos.

¿De qué manera un sistema que utiliza nuevos dispositivos va a formar a sus alumnos y alumnas para que conozcan sus alcances y hasta qué punto vamos a desarrollar planteamientos éticos con el fin de conocer y comprender los alcances reales de la sociedad de la información?. ¿De qué manera los ciudadanos defenderán sus derechos sobre la circulación de la información y sobre la difusión y circulación de sus propios datos?

MITO: EL MITO DE LA DEMOCRACIA Y DE LA INTERACTIVIDAD

Toda nueva tecnología de la comunicación suele despertar la posibilidad de una mayor democratización de las comunicaciones. Desde hace unos años asistimos a la difusión por parte de empresarios, comerciantes y políticos de ciertas palabras que atribuyen a los productos o producciones de características específicas. Uno de esos términos que está en boca de mucha gente es la interactividad. La interactividad implica una participación activa de todos los participantes con una máquina, la interacción es el proceso que se da entre grupos humanos. Pero la mayoría de las veces cuando utilizamos un producto anunciado como «interactivo», la única acción que podemos realizar es reproducir el itinerario diseñado previamente por el programador del producto.

La posibilidad de producir significados o textos propios son escasos y, menos aún, se puede tener la posibilidad de una intervención directa en la producción de un mensaje desde una perspectiva estética, argumental, ideológica, etc. En este sentido Michel Sénécal señala que «la facilidad con que se aplica el adjetivo 'interactivo' a diversas tecnologías relacionadas con los medios de comunicación de masas sin dotarlo de un sentido preciso permite pensar que esa palabra sirve, no para describirlas, sino para hacerlas comercialmente atractivas, para darles simbólicamente un valor añadido. Ahora bien, no hay forzosamente una correspondencia entre el grado de interactividad de un dispositivo técnico y el nivel de democratización del medio. Cuando se dice que un sistema es 'universal, bidireccional e interactivo', cabe preguntarse cómo se van a aprovechar esas propiedades, quién va a utilizarlas y con quién, y sobre qué versará la comunicación».

En los próximos años surgirán muchos dispositivos ofreciendo cada vez nuevos y extraordinarios servicios proponiendo una mayor interactividad y una mayor participación de l@s usuari@s. Consideramos que se hace necesario desarrollar mecanismos, actitudes, criterios con el fin de reconocer si estamos frente a una visión tecnicista y clientelista de lo que nos ofrecen o si, por el contrario, propo-

nen otro tipo de relación de l@s usuari@s con el producto y con el resto de las comunicaciones.

En este sentido Sénecal (1995: p. 17) afirma que «las tecnologías interactivas seguirán prestándose a un simulacro de participación social, a no ser que ciudadan@s se movilicen en favor de una forma más abierta e igualitaria de democratización de los medios de comunicación».

En el caso específico de la educación a distancia decimos que es interactiva si se utilizan modalidades de comunicación «on line». La interactividad en este contexto educativo suele estar pensada en función de los docentes o de las instituciones, sin considerar el universo de los alumnos en la construcción del mensaje.

MITO: EL MITO DE LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN FRENTE AL CONCEPTO DE PENSAMIENTO COLECTIVO Y OPINIÓN PÚBLICA

La televisión, sobre cualquier otro medio de comunicación, nos ha introducido la idea de estar conectados colectivamente con otras gentes. Una información internacional te vincula colectivamente con ese lugar que muestrase aunque no compartamos el criterio que utiliza ese medio para informar.

En los últimos años la televisión está dejando de ser el medio donde se forja a la opinión pública. El nuevo espacio de la opinión pública está gestándose en las redes. Desde las redes se está conformando una nueva opinión pública más abierta y colectiva, aunque día a día la industria del marketing traslada los esquemas representacionales y estrategias de los medios convencionales al nuevo medio. El pensamiento colectivo puede construirse con miradas diferentes y desde distintos lugares. Y los propios protagonistas de un acontecimiento pueden informar desde su punto de vista acerca de un hecho que puede entrar en conflicto con el que muestran las grandes cadenas de televisión o prensa.

MITO: EL MITO DEL LIBRE MERCADO

En el nuevo contexto internacional de las comunicaciones estamos asistiendo a la concentración de muchas empresas de medios y de telecomunicaciones. Es así como empresas españolas, portuguesas, inglesas y norteamericanas se fusionan con el fin de controlar las telecomunicaciones en parte de Latinoamérica, África, Asia. Lo mismo ocurre con las empresas italianas, francesas o alemanas que se fusionan con otras tantas con el fin de operar en diferentes lugares del planeta. Por ejemplo, Argentina está en manos de Telefónica española y Telecom italiana.

En cada caso no se trata sólo de poseer el mayor capital accionario de telefónica de un país sino de hacerse también con el control de los medios que van a circular a través del teléfono. Piénsese que la telefonía y la informática son dos tecnologías que fusionadas permiten la circulación de imágenes, sonidos, textos.

El nuevo orden mundial de la economía implica un nuevo orden de las comunicaciones. Puede decirse que el control de las informaciones y de las comunicaciones está en manos de unas pocas empresas situadas, sobre todo, en Estados Unidos, Europa y Japón. En el caso Latinoamericano dos empresas tienen presencia global: Televisa (México) y O Globo (Brasil).

Víctor Marí Sáez dice que «una consecuencia inmediata de la hiperconcentración multimedia es la uniformidad de contenidos difundidos y de la visión del mundo que estos proyectan. Resulta paradójico que en un contexto mundial en constante cambio y en el que ya no sirven las referencias hasta hace poco útiles para el ciudadano (referencias éticas, políticas, religiosas, etc.), las representaciones que se nos ofrecen en los medios son cada vez más homogéneas y simplificadas».

Esta uniformidad de contenidos difundidos a escala planetaria tiene un objetivo y es el desarrollo del pensamiento único, es decir una forma de extender a nivel global una sola forma de representar y entender el mundo. Es así como la teoría del pensamiento único se presenta como algo natural e irremediable.

Dice Marí Sáez: «inconscientemente, tenemos la tendencia a asumir como normal lo que estamos habituados a ver de una determinada manera, y automáticamente pensamos que ése es el único modo de representar la realidad».

Ahora más que nunca, estamos amenazados por una forma de totalitarismo invisible, proveniente de la concentración de medios que se da a escala mundial y que nos ofrecen una sola manera de pensar, una sola forma de entender los conflictos, una representación repetida hasta el infinito de lo que nos rodea. Desde una perspectiva ideológica a este nuevo orden planetario lo denominamos «globalitarismo». Desde esta perspectiva, las universidades a distancia se convierten en difusoras de la cultura y de la ideología socio-educativa de este modelo.

MITO: EL MITO DE LA PARTICIPACIÓN EN LA RED

Observando el siguiente planisferio elaborado por la Internet Society, en 1997, comprobamos que la mayoría de los países están conectados a Internet.

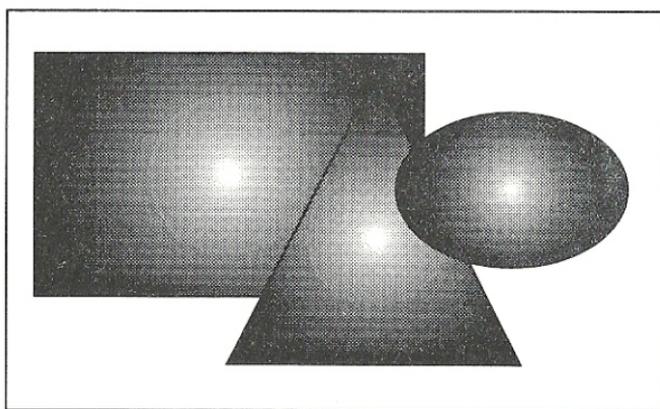


Figura 1

Fuente: Larry Landwber and the Internet Society.

Pero esto no nos dice nada acerca del tráfico en la red y en qué proporción circula cada país. ¿Cuántas personas están conectadas en la red país por país? ¿Quiénes tienen mayor número de conectados? ¿Y qué implicaciones puede tener todo esto?

Observemos ahora la siguiente imagen elaborada por Matrix Information Directory Services (MIDS), una institución que se encarga de estudiar el tráfico en la red.

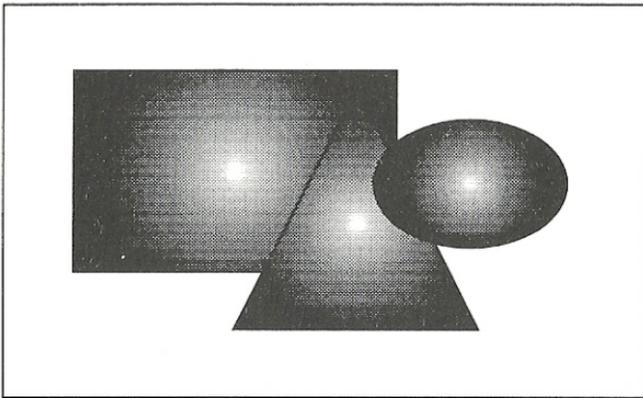


Figura 2

Fuente: John Quarterman and colleagues at Matrix Information Directory Services (MIDS).

Comprobamos que aunque la mayoría de los países están en la red, es en el norte donde se concentra el más alto número de conectados, mientras que los países que están en el sur del planeta tienen pocas posibilidades de acceso.

Las implicaciones de este desajuste entre los países del norte y los países del sur están íntimamente ligadas a la producción, circulación y distribución de la información y puede tener graves consecuencias en la educación. El nivel de desigualdades y el desequilibrio entre ambas partes del planeta se ven acrecentadas con la implantación de las tecnologías de la información.

Actualmente menos del 2% de la población mundial tiene acceso a Internet. El desequilibrio es extremadamente alto en continentes como África en donde sólo una de cada 685 personas puede tener acceso a Internet, pero este dato es aún más alarmante si realizamos un estudio pormenorizado del continente y comprobamos, por ejemplo, que Sudáfrica con más de 600.000 usuarios tiene el 60% de los usuarios de Internet de todo el continente africano.

Tabla I

	Conectados a Internet (Enero 1998)	Población mundial (1992)	% de la Población Conectada
Mundo	107.000.000	5.372.000.000	2%
África	1.000.000	685.000.000	0,15%
Asia-Pacífico	14.000.000	3.254.000.000	0,43%
Europa	20.000.000	533.000.000	3,7%
Oriente Medio	5.250.000	220.000.000	2,4%
Norteamérica	70.000.000	376.000.000	18,6%
Sudamérica	1.250.000	304.000.000	0,41%

Fuente: Nua Internet Surveys (1998), UNESCO (1992) y Carlos Busón.

En el caso de Sudamérica debe indicarse que Brasil es el país que para enero de 1998 tenía mayor número de conectados con casi un millón de usuarios y 150 millones de habitantes, Colombia contaba con unos 60 mil conectados y más de 30 millones de habitantes y Argentina unos 150 mil con más de 30 millones de habitantes.

MITO: EL MITO DE LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

El Grupo G-7, formado por los países más industrializados del mundo, ha planteado que el acceso a la red tiene que considerarse un servicio universal como lo es el teléfono.

Esto no significa que no se mantengan esa distinción entre aquellos grupos, países o regiones que pueden acceder fácil a la información y aquellos otros «nacidos sin información o naufragos de las autopistas de la información». Es decir que las tecnologías pueden convertirse en abismos que acrecienten aún más las diferencias entre los que pueden tener acceso a la información y aquellos que no podrán acceder nunca. Podemos entonces hablar de países «inforricos» y países «infopobres». Los primeros son aquellos que además de producir información, la distribuyen y generan nuevas formas de producción, los segundos tienen dificultades o nunca podrán acceder a ella.

Las universidades a distancia que no desarrollen sistemas informacionales sofisticados pueden llegar a ser residuales y ver disminuir el número de matriculados. La división planetaria de países en «inforricos» e «infopobres» puede hacerse extensible a las instituciones educativas de un país.

DATOS DE ÚLTIMA HORA

De las 300 empresas de información y comunicación más importantes del mundo, 144 son norteamericanas, 80 de la Unión Europea y 49 japonesas.

De las 75 agencias de prensa más importantes, 39 son americanas, 19 europeas y 7 japonesas.

De las 158 empresas más importantes que producen material para la comunicación, 75 son norteamericanas, 36 europeas y 33 japonesas.

El resto se lo reparten otras potencias del Norte: Canadá, Suiza, Australia, y el Sur aparece tan sólo a través de esos países, Taiwan o Singapur, donde se ha instalado un capitalismo salvaje en muchos casos procedente de los países del Norte. (Son datos proporcionados por la UNESCO, relativos a 1994).

TECNOFOBIA, TECNOFILIA, MARKETING Y EDUCACIÓN A DISTANCIA

La globalización de la economía se extiende a todos los campos y niveles de la sociedad. La educación y las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación son los difusores e instrumentalizadores de esta «nueva» ideología que raya con una modalidad de totalitarismo. Un totalitarismo invisible que modifica lo que entendíamos hasta hoy por democracia, libertad, igualdad, tres de los grandes pilares en los que se basan los derechos humanos.

¿Cómo actuar contra algo que se presenta de antemano como una panacea, como algo naturalizado a la dimensión de lo normal?

Desde diferentes lugares del mundo comienzan a oírse voces diferentes Francia y España (*Le Monde Diplomatique*), Canadá (*Revista Adbuster*), Brasil (*Radio Favela* y *Radio Santé* en Belo Horizonte) que intentan mostrar el rostro feroz del «nuevo orden» de la economía, tecnología y educación. Son pocos, pero creemos que es el comienzo de un movimiento de resistencia que considera que no todo está bien, que no todo es igual.

En el caso de la enseñanza a distancia aún no ha tenido lugar un debate profundo acerca de sus implicaciones sociales, políticas, ideológicas. La mayoría de los estudios realizados hasta la fecha se han caracterizado y por:

1. Enfrentar este modelo al de la enseñanza presencial.
2. Justificar o promover el modelo desde la universidad donde se imparten enseñanzas o se realizan investigaciones. Es el caso de muchos de los estudios de la Universidad Nacional de Educación a Distancia y de la Universidad Oberta (España) o de la Open University (Reino Unido).

Los estrategias de la «nueva economía» encuentran que la educación a distancia es un modelo óptimo para el desarrollo e institucionalización del paradigma de la sociedad informacional.

Las nuevas tecnologías permiten poner en práctica modelos verdaderamente comunicativos y educativos y, al mismo tiempo, pueden poner en evidencia si una institución, es decir, sus responsa-

bles académicos y técnicos, abogan por establecer nuevas formas de enseñar y aprender o si, por el contrario, van a seguir usando las nuevas tecnologías como sistema para reproducir y controlar cualquier tipo de mensajes.

Vamos a analizar por ejemplo el uso de una videoconferencia en el contexto de la enseñanza a distancia. Una videoconferencia, por ejemplo, puede realizarse entre dos o más puntos. Y cada uno de ellos puede tener autonomía para la emisión y la recepción de mensajes. Esto significa establecer una relación horizontal sin controles tecnológicos por ninguna de las partes. Pero, también puede ocurrir que desde un centro de emisión se realice el control de imagen y sonido con todos los puntos conectados, consiguiendo que la relación de bidireccionalidad se vea seriamente afectada porque el centro de emisión es quien dispone de lo que se va a mostrar, de qué manera se va a hacer, cómo se va a hacer. Esta decisión en el enfoque comunicativo suele justificarse por razones como:

- «No tenemos personal técnico en los otros puntos».
- «En los otros puntos no saben qué hacer con la cámara».
- «En los otros puntos pueden surgir problemas que luego no sabrían como resolverlos».
- «En los otros puntos se equivocan continuamente».
- «Etc.».

Estas y otras razones ocultan la verdadera dimensión del problema: el modelo de comunicación que se institucionaliza reproduce situaciones de otros medios de comunicación y formas transmisivas de entender la educación.

Cuestiones como la ejemplificada en el caso de la videoconferencia actualizan el debate sobre modelos tecnológicos, modelos comunicativos y la relación de la ciudadanía con la tecnología. El debate que planteó Umberto Eco en la década de los 70 en torno a apocalípticos e integrados se ha reactualizado ante la eclosión de nuevos dispositivos tecnológicos. Ahora podemos hablar de un movimiento pendular que oscila entre la tecnofilia y la tecnofobia.

La tecnofilia caracteriza a aquellos «adeptos» y «adictos» a las tecnologías que consideran que la solución de cualquier problema pasa por una mirada tecnológica. Este grupo no establece ningún tipo de distanciamiento sobre las verdaderas posibilidades y limitaciones que ofrece una máquina y suele mostrar «una fe ciega» de lo que la tecnología posee y promete.

Por el contrario, la tecnofobia se caracteriza por una aversión al uso de tecnologías mecánicas, electrónicas y digitales, llegando a considerar que el origen de muchos de los problemas sociales se debe al nuevo desarrollo tecnológico.

¿Están presentes estas dos modalidades en la enseñanza a distancia? No necesariamente de manera explícita, sino a través de las modalidades de uso de las tecnologías y del modelo comunicativo que se pongan en práctica en el ejercicio cotidiano de la enseñanza. El desarrollo de un modelo tecnológico comunicativo nos informa sobre el uso de las tecnologías (cómo se usan y para qué se usan). Un recorrido por las diferentes páginas de las universidades a distancia proporciona información suficiente sobre los emisores y los receptores. En la mayoría de los casos los receptores no son percibidos como productores de textos.

Las prácticas tecnológicas de universidades de reciente creación como la Universidad Oberta de Catalunya son aparentemente distintas a las de la UNED, pero en el fondo no dejan de ofrecer más de lo mismo con un soporte tecnológico nuevo.

Así como existe un debate cotidiano sobre las prácticas educativas en las instituciones de enseñanza presencial, se hace necesario e imprescindible un debate continuo y permanente sobre la educación a distancia, sobre su dimensión homogeneizadora tendente a convertirse en la plataforma de desarrollo académico del pensamiento único, sobre su modelo de democracia autoritaria y, sobre todo, por los planteamientos institucionales que ponen en práctica muchas de ellas y que se parecen cada día más a una estrategia de marketing por controlar «el mercado» educativo.

Si en la segunda mitad de este siglo, Paulo Freire nos mostró las prácticas de la opresión y del poder en la enseñanza presencial y propuso modelos para una educación como práctica de la libertad, el nuevo modelo que se pretende estandarizar a escala mundial está caracterizado, cada vez más, por las tecnologías y entornos virtuales y requieren nuevas propuestas para el ejercicio y desarrollo de la ciudadanía acorde con principios consensuados en el marco jurídico internacional.

BIBLIOGRAFÍA

- APARICI, R. y MARÍ SÁEZ, V. (1997). *Medios de comunicación y manipulación*, UNED, Madrid.
- BUSÓN, C. (1998). *El mundo de las redes*. Ihardun Multimedia, Salinas.
- CHESTERTON, P. «Curriculum control in distance education», citado por Paul, R (1990). *Towards Open Management: Leadership and Integrity in Open Learning and Distance Education*, London, Kogan Page.
- DEBRAY, R (1995). «Entrevista», en *El Correo de la Unesco*, febrero, pp. 5-7.
- Mattelart, A. (1995). «Una comunicación desigual», en *El Correo de la Unesco*, febrero, pp. 11-14.
- MARTIN RODRÍGUEZ, E. y Ahijado Quintilian, M. (1999). *La educación a distancia en tiempos de cambio: nuevas generaciones, viejos conflictos*. Ed. la Torre, Madrid.
- Sénécal, M (1995). «¿La interactividad conduce a la democracia?», en *El Correo de la Unesco*, febrero, pp. 16-18.
- WINNER, L.(1989). «Technological frontiers and human integrity», en Goldman, S.L (ed). *Research in technology studies*, Lehigh University Press.
- REVISTA PERSPECTIVAS, Número 101, Unesco, Bruselas, 1997.
- TAIT, A (1989). «Democracy and distance education: the role of tutorial and counselling services», en *Journal of Distance Education*, 3, p. 95-99.
- VÁZQUEZ MONTALBÁN, M. (1999). «Libres de la hipnosis de los media», *Le Monde Diplomatique*, p. 2.