

---

## NUEVOS MEDIOS, ¿NUEVOS AGENTES EDUCATIVOS?

*Angel Faus Belau\**

**Presentamos el texto de la conferencia dictada en la Universidad Nacional de La Matanza, el 6 de junio de 1997, por el profesor visitante Faus Belau. Se trata, en definición del autor, de algunas reflexiones en torno a la dinámica de los medios de comunicación, la tecnología que los anima y a los nuevos instrumentos informativos, los nuevos agentes educativos.**

### **¿Son los extraterrestres los responsables del progreso técnico?**

Hace algún tiempo, *Le Figaro Magazine* publicó un suelto que no pude resistirme a leer; contiene la sabiduría de la obviedad, esa que de puro evidente es la claridad misma. Lleva por título "El problema" y dice así:

"Ante las dificultades para conseguir la unanimidad en la reforma de la enseñanza, un grupo de docentes muy cualificados ha indagado una cuestión que preocupa a la mayoría de los profesores: la evolución de un problema matemático, cuya consideración puede ser de gran ayuda.

Enseñanza de 1960: un campesino vende un saco de patatas por 1.000 pesetas. Sus gastos de producción se elevan a los 4/

---

\* Vicedirector y profesor del Departamento de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional de La Matanza. Profesor Titular por concurso de UNSAM. Profesor de posgrado en la Escuela de Guerra Naval.

5 del precio de venta. ¿Cuál es su beneficio?

Enseñanza moderna: 1970. Un campesino cambia un conjunto P de patatas por un conjunto M de monedas. El cardinal del conjunto M es igual a 1.000 y cada elemento P o M, vale una peseta. Dibuja 1.000 los puntos gordos que representen los elementos del conjunto M. El conjunto F de los gastos de producción comprende 200 puntos gordos menos que el conjunto M. Representa el conjunto F como subconjunto del conjunto M y da la respuesta a la cuestión siguiente: ¿cuál es el cardinal del conjunto B de los beneficios? Dibuja B en color rojo.

Enseñanza renovada de 1980: un agricultor vende un saco de patatas por 1.000 pesetas. Los gastos de producción se elevan a 800 pesetas y el beneficio es de 200 pesetas. Actividad: subraya la palabra patata y dicute sobre ella con tu compañero.

Enseñanza reformada 1990 (para regocijo de 'Gabo' García Márquez): el tío Ebaristo lavriego burgues latifundista e intermediario es un kapitalista insolitario que sanriquecio con 200 pelas al bender espekulando un kostal de patata. Analiza el testo y yusca las faltas de sitasidortografía de puntuacion y deseguido di lo que tu digieres de estos avuso antidemocraticos".

Esta parodia de la degradación del proceso educativo resume un tiempo real de casi cuarenta años. Los mismos cambios sustanciales en todos los órdenes y, especialmente, en los medios de comunicación. Posiblemente los técnicos que han hecho progresar los medios sean los extraterrestres que afanosamente buscan todos los *talk shows* de nuestra televisión tras la visita del último cometa. Porque, si no lo son -si no son extraterrestres, y no lo son- es difícil entender cómo el conocimiento técnico ha podido progresar en condiciones "ambientales" tan adversas. Lo cierto es que la industria animada por el capital ha hecho de la técnica una constante de progreso que marca "el color" de nuestros días.

En efecto, la era audiovisual -ésta, la nuestra- se caracteriza por la existencia de un proceso constantemente acelerado de innovación tecnológica. Permítanme, por tanto, una consideración sobre la naturaleza de la tecnología que -a mi parecer- interesa al fondo de la cuestión que nos reúne hoy aquí.

**Tenemos las respuestas. ¿Cuáles son las preguntas?**

El momento tecnológico actual se caracteriza más por la innovación que por la invención propiamente dicha: la invención es limitada, mientras que la innovación no conoce fronteras. De esta relación dinámica entre inven-

ción e innovación nace una aceleración constante del ritmo de innovaciones que, cada día, plantea problemas más serios a las empresas y los Estados: cada innovación tecnológica implica una inversión económica sin haber amortizado la anterior. Pero también ofrece atractivos irresistibles para Estados y empresas: con la aplicación de las nuevas tecnologías en el campo de la comunicación esperan acceder a más beneficios económicos, mayores cotas de poder -incluso político- y a un deseable desarrollo económico.

En mi opinión, el momento tecnológico actual se caracteriza no sólo por la aceleración del ritmo de introducción de las innovaciones técnicas sino también por la inversión de la secuencia originaria "necesidad-técnica-producto". Hoy nos encontramos con la "técnica y el producto", para generar posteriormente la necesidad. Es decir: **tenemos las respuestas pero no sabemos cuáles son las preguntas**. Ésta es la razón de que hoy, en todo el mundo, los responsables -técnicos y políticos- fomenten la aparición de foros que permitan entrever las posibles aplicaciones de los nuevos instrumentos, con la ayuda de los que somos de Letras.

Este proceso tecnológico afecta no sólo a empresas y Estados, sino también a la propia esencia del mundo informativo. La tecnología ha creado una interdependencia tan radical de los sistemas técnicos informativos que los medios no pueden vivir aisladamente, como sucedía hace pocos años.

### **La información, subproducto tecnológico**

Otro de los efectos de la tecnología es derribar una tras otra, las barreras existentes entre los distintos sectores de la industria; en nuestro caso, la industria informativa. A finales de los años 70 las empresas informativas creyeron adivinar el camino de la tecnología y nacieron las empresas multimedia. Aquél fue un movimiento económico y no tecnológico. Ahora la tecnología muestra con claridad su objetivo. La tecnología no intenta unir empresarialmente los medios: ni siquiera le interesan: la tecnología tiende a integrar los sistemas técnicos de los medios sobre bases tecnológicas idénticas para que, de este modo, puedan todos ellos circular a través de un único soporte técnico. Con ello queda garantizada la dependencia del medio y su contenido respecto de la técnica. La información es un subproducto tecnológico.

Nuestro momento actual en el que surgen los nuevos agentes -por ahora, presuntamente educativos- es el resultado de la confluencia de estos factores que comentamos:

- 1) la aceleración de la innovación tecnológica;
- 2) la progresiva integración de los sistemas técnicos y
- 3) sobre una única base tecnológica.

### ¿Por qué no amordazar a los técnicos?

Permítanme abrir un paréntesis para recomponer la historia que acabo de contarles. Hace años, la prensa era prensa; la radio y la televisión, como siempre.

Cuando en 1920 aparece la radio, finaliza el monopolio informativo de la prensa y comienza un período que en la práctica profesional y en la teoría científica es conocido como de “conurrencia” entre los medios. Conurrencia, enfrentamiento, entre la prensa y la radio que terminó cuando la radio “se desentendió” por completo de la prensa y organizó sus propias fuentes informativas y un modo peculiar de expresión.

A finales de los 40, la TV regular irrumpe con características técnicas similares a la radio y en conurrencia también con la prensa. Ante este cambio sustancial en el mundo de la comunicación, aparece la “doctrina” de la **complementariedad** de los medios. Se decía (aún hay quien lo dice): “la radio da la noticia, la TV la muestra y la prensa explica el porqué”. En realidad, la complementariedad de los medios fue una mala traducción de la teoría de los niveles informativos, basada en la esperanza del **anquilosamiento** del progreso técnico. Dicho de otro modo: ¿por qué no lisiar a los técnicos para que se estén quietos y nos dejen en paz? Afortunadamente para todos, en especial para la prensa, predominó el sentido común y no se cumplieron las amenazas.

La problemática de la prensa mejora, precisamente, cuando la tecnología electrónica entra en la composición, el diseño y el proceso industrial de fabricación. Pero, a su vez, la prensa queda incluida en la dinámica de la innovación técnico-electrónica, **que deberá aceptar totalmente** (todavía no lo ha hecho) o **desaparecer**.

### Sustituir la fabricación por la simultaneidad

Y eso es válido también para la radio y la televisión, cuya vida actual y futura está indisolublemente ligada a la suerte de la dinámica tecnológica. De manera que a la radiotelevisión sólo le será posible detenerse cuando se detenga la tecnología: si alguna vez se detiene. Porque, la tecnología (y este es su objetivo primero) tiende a derribar, una tras otra, todas las barreras existentes entre los distintos sectores de la industria en un proceso constantemente acelerado, exclusivo y excluyente: quien se quede fuera o se detenga en medio del torrente, desaparecerá.

El largo proceso evolutivo de la prensa (sus 300 gloriosos años) y el trabajoso proceso de fabricación de periódicos, fue desplazado, en minutos, por la acción radiofónica que sustituye “fabricación y distribución” por la “simultaneidad” informativa (contar la noticia mientras sucede). Ese es el efecto tecnológico que tiene sus servidumbres y su dinámica propia.

¿Cuánto tiempo más podrá resistir la prensa sin integrarse totalmente en el proceso electrónico? Desde mi punto de vista cada día que transcurre sin experimentar en nuevos sistemas de transporte es un día perdido e irremplazable. La respuesta tecnológica está en el mercado. Lo que falta es el coraje para emprender una reforma inaplazable.

### **Próximamente en sus pantallas: Napoleón *as himself***

Por otra parte, el carácter y el peso económico de la tecnología ha universalizado de tal modo la TV que podemos hablar de una única televisión mundial con terminales nacionales o regionales en los que se repiten, infatigablemente, los mismos programas, las mismas películas, con idénticos horarios, días y cortes publicitarios. Y ello porque aún no hemos llegado a la definición, al descubrimiento de la TV como medio; la TV está inventada, pero no descubierta.

En los primeros años de su vida, la TV cargó con el peso del espectáculo y, desde entonces, hemos sido incapaces de darle una definición distinta. Mientras la TV siga siendo espectáculo, su vida será progresivamente más dificultosa como consecuencia del *gap* (desajuste) del 13.000 por ciento existente entre el tiempo de producción y el de emisión de los programas. Esta es la razón por la que dentro de muy poco tiempo podremos ver "Austerlitz" protagonizado por el mismísimo Napoleón *as himself*, conectado directamente con el canal "Túnel del tiempo".

De ahí que sean muy fundadas las razones que llevan a vaticinar el incremento imparable de la televisión basura: no se puede producir, cada minuto del día, con calidad y genio constantes: 1) mientras el número de creadores natos sea -como lo es- naturalmente limitado; 2) mientras exista ese desfase del 13.000 por ciento entre la producción y tiempo de pantalla y 3) con la obligación ineludible de producir la fruslería más insignificante con calidad narrativa y visual de gran espectáculo. Por eso les decía que la TV... como siempre.

### **El éxito en radio y televisión no depende de la calidad del producto**

Hay una consideración más en torno a estos nuevos agentes (presuntos agentes) educativos (presuntamente educativos). Cuando se entiende -como sucede hoy- que la tecnología sólo tiene valor en sí misma o con referencia a los parámetros económicos, se produce la sustitución del proceso de comunicación por el del proceso tecnológico. Y en consecuencia pasamos (tanto en la radio como en la TV) de la dinámica del proceso de comunicación a la dinámica del proceso tecnológico y económico. Y cuando ocurre eso -cuando sustituimos el proceso de comunicación por el tecnoeconómico-, en ese mismo punto, el éxito en la radiotelevisión no depende de la

calidad del producto, sino de toda una serie de factores aleatorios derivados de la dinámica tecnomercantil (o política, en su caso), que poco o nada tienen que ver con la comunicación. Y eso está ocurriendo en la radiodifusión en España y en el mundo desde años, y con más fuerza en los últimos tiempos. Esto no es un alegato posromántico contra la búsqueda del legítimo y necesario rendimiento económico de la empresa de radiodifusión. En absoluto. Es, simplemente un reconocimiento del terreno.

### **La radio, el último romántico**

Por el contrario, la radio no es universalizable en el mismo sentido que la TV. La radio es nacional, regional o local y responde a los condicionamientos sociales, económicos, culturales, históricos, religiosos, de lenguaje, propios de la sociedad que la rodea (aunque en ocasiones no lo parezca). Hoy día, existen países con rentas *per cápita* miserables y sistemas técnicos televisivos iguales a los de las sociedades más evolucionadas. Sin embargo, en esos mismos países los sistemas radiofónicos (aunque sean tecnológicamente avanzados), apenas se diferencian del "tam-tam".

La radio es consecuencia de un proceso de progreso cultural, moral e intelectual, personal y colectivo: progreso de la propia emisora como empresa, del equipo humano, de la sociedad y el individuo. Y esto se olvida en la radio de hoy. Cuando estos datos no son tenidos en cuenta, cada persona que se integra en el equipo de una emisora tiene que efectuar un redescubrimiento personal de toda la radio. Y si no tiene quién le lleve de la mano, salvo excepciones, se produce una degradación del lenguaje radiofónico, del medio y su concepto que, progresivamente, se va ampliando.

### **Los medios de comunicación ¿son agentes educativos?**

Pero ¿pueden ser educativos unos medios que, a decir de muchos, mienten, engañan, mistifican, falsean, disfrazan, fabulan, fingen, inventan, embaucan, murmuran, difaman, desacreditan, calumnian y son procaces, insolentes, descarados, licenciosos y petulantes?

A los medios de comunicación se les ha calificado de muchas maneras; incluso de "educativos". En este sentido hay experiencias notables que ligan la educación a los medios de comunicación.

Sin embargo, estas acciones positivas son la excepción en los tres siglos y medio de existencia de la prensa diaria y en la ya centenaria historia los medios informativos audiovisuales. De hecho, una de las mayores movilizaciones que recuerda la historia de la educación y de los propios medios- fue promovida por la Unesco en 1960 para lograr reducir el analfabetismo mundial e incrementar el nivel cultural de los pueblos. Pese a los

nobles esfuerzos de muchas personas y las dotaciones económicas multimillonarias en dólares, el fracaso no pudo ser mayor: o, mejor dicho, pudo ser mucho mayor pero alguien se dio cuenta a tiempo y suspendió tamaño esfuerzo.

Conviene recordar que **educar** nunca ha sido una tarea de los medios, sino de los padres, de la **escuela**, de la iniciativa privada, de la Iglesia y de los poderes públicos. Del mismo modo conviene no olvidar que, pese a no ser ese su cometido, existe una innegable influencia de los medios de comunicación en la sociedad. No existe una función formalmente educativa de los medios, aunque de su acción se desprenda una educación funcional traducida, frecuentemente, en la introducción de modos de vida a través de la imitación de los patrones propuestos por los medios, sea la prensa, la radio o la televisión. Y, con frecuencia, los comportamientos propuestos son totalmente desafortunados.

### Algunas claves para entender los medios de comunicación

En los últimos diez años se ha producido un incremento salvaje del número de emisoras y del horario de emisiones. Frente a ese abismo temporal, el material disponible disminuye en forma exponencial, se empobrece, es siempre igual, mediocre, costoso y repetitivo.

Los servicios audiovisuales entienden que la única forma posible de realidad es la actualidad: Pero lo verdaderamente real es independiente del tiempo. Lo real es permanente.

La quiebra del concepto de servicio público de radiotelevisión hace que se haya perdido el sentido de mecenazgo cultural y, con él, el referente de la calidad del producto -acicate de la competencia- y la aparición de nuevas formas expresivas así como la función de contribuir a la cultura.

Lo que caracteriza, en primer lugar, a la era audiovisual es la existencia de la radio y la televisión. O, lo que es lo mismo: el paso de la cultura impresa a "escribir en el aire". Este es un proceso cuyas consecuencias todavía no hemos percibido en su totalidad. Simplemente me permito apuntar que el relato audiovisual -como es bien sabido- utiliza esquemas expresivos distintos a los de la cultura impresa: crea sus propios valores narrativos y actúa directamente sobre la emotividad y el corazón antes que a la razón o la inteligencia.

La era audiovisual ha universalizado el acceso a la información. La radiotelevisión cuenta a todos, en todas partes, la historia de cada día, mientras sucede. Sí, además de informar -a todos, no se olvide-, se logra la aceptación de la audiencia tenemos definido uno de los parámetros de la era audiovisual: la **credibilidad** de los medios, especialmente de la radio. Las últimas encuestas sobre el índice de satisfacción de los españoles frente a los medios de comunicación, indican que la radio merece la confianza

de la mayoría (68 por ciento); 23 puntos por debajo aparece la prensa; la televisión queda a 43 puntos por debajo de la radio (sólo el 25 por ciento). Esta valoración positiva se repite durante los últimos diez años.

La acción de los medios ha creado la adicción de las audiencias porque prescindir de los medios sería tanto como prescindir del propio entorno.

La era audiovisual no es "Gutenberg contra Marconi" ni David contra Goliat. Son las corbatas de Carracal contra las noticias, son Giovanotti y Mikel Bolton desafinando a trío con Pavarotti en Sassuolo, en uno de los espectáculos más miserables que recuerda la cultura de todos los tiempos.

Por la simple presencia de la radiotelevisión, hoy se juzga y ejecuta inmediatamente lo que antes se meditaba en las bibliotecas, se poderaba en los cenáculos y dictaba en los juzgados. O, lo que es lo mismo: hemos pasado de la reflexión del mensaje a la necesidad de una comprensibilidad total, certera e inmediata, imposible en la mayor parte de las ocasiones. Ello genera nuevas categorías de "ruidos ocupacionales" e introduce en la construcción de la opinión pública, multitud de datos falseados que dificultan la posterior detección del estado real de opinión.

### Cambios vertiginosos

Cierro el amplio paréntesis y les recuerdo que el momento actual en los medios de comunicación -como decíamos- es el resultado de la confluencia de tres factores:

- 1) la aceleración de la innovación tecnológica;
- 2) la progresiva integración de los sistemas técnicos
- 3) sobre una única base tecnológica.

En efecto, ante nuestros ojos se suceden cambios vertiginosos. Algunos ejemplos.

Hace sólo ocho años las compañías japonesas decidieron dejar de fabricar los discos de vinilo y se lanzaron a la producción masiva del disco compacto, *compact disc* o CD. Hace unos meses, en el Tonmeisterstagung de Karlsruhe (Alemania), pude asistir a la presentación del SAD (Super Audio Disc) cuya calidad de reproducción sonora quintuplica la del mejor CD.

Pariete próximo del CD es el CD-Rom, a cuya comercialización asistimos hoy entre sorprendidos y esperanzados. Sonidos e imágenes sobre un único soporte al que se puede preguntar... y responde. Apenas tres años en el mercado... DVD-Ram es el nombre del sucesor: mayor cantidad (hasta diez largometrajes en diez idiomas, subtítulos hasta en 35 lenguas, sonido estéreo, etcétera) y calidad de información visual (digital) y sonora en la misma superficie sobre la pantalla del ordenador.

Hablando de ordenadores. Pueden ustedes comprobarlo: las enciclopedias editadas en los primeros años 70 generalmente, no recogen la voz "or-



denador” y apenas dedican treinta líneas al término “computadora” -como sinónimo de “calculadoras”- que subdividen en analógicas y digitales.

Supongo que muchos de nosotros estamos indecisos entre un Pentium 110, 133, 166 o 188, ante la avalancha de ofertas de estos equipos a buenos precios... Y es natural: el Pentium está siendo sustituido ya por el MMX.

### **Internet, un camino vecinal bacheado y sin asfaltar**

Desde el 14 de marzo último, Internet ha pasado de autopista informativa a camino vecinal bacheado y sin asfaltar. En efecto, hace un mes la Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos (FCC) aprobó el proyecto de la empresa Teledesic para establecer una red mundial de 800 minisatélites de comunicaciones con capacidad de transmisión de dos millones de bits por segundo. Teledesic es una compañía creada por Bill Gates y Craig MacGraw (creador del teléfono móvil de ATT). Está previsto que la red comience a funcionar dentro de cuatro años; esto es, en el 2001. Añadan a este dato, otro: la Unión Europea ha destinado para el trienio en curso un billón de pesetas a fondo perdido para financiar programas relacionados con las autopistas de la información. Consecuencia: la aceleración de todos los procesos será espectacular en los próximos cinco años.

El análisis de estos datos -y otros muchos que se pueden aportar- nos confirma que estamos inmersos en la gran revolución de la tecnología digital. Es esta tecnología la que ha hecho posible primero la interdependencia de los sistemas técnicos y luego su integración sobre una única técnica idéntica para todos los fenómenos que contemplamos.

### **Terminales de servicios en lugar de medios**

En efecto, gracias a la interdependencia de los sistemas técnicos, los medios son, cada vez más, terminales de servicios: la prensa se une a la TV a través de los videotextos y teletextos; la radio transmite mensajes que puede imprimir los receptores de radio del sistema RDS. La TV ha modificado hasta su aspecto externo: los actuales televisores de 16/9 no son sino el prelude de la TV de alta definición digital, de calidad de imagen superior al cine convencional fotoquímico. Pero, además, la TV es portadora de

- señales estereofónicas en el sonido;
- videotextos, teletextos y toda suerte de información alfanumérica, estática o dinámica;
- repetición automática a petición de programas ya teledifundidos;
- programación a la carta tanto en la convencional como en la TV bidireccional con intervención directa de los espectadores en la pantalla;
- la realización de encuestas en directo desde los hogares;
- videoconferencias en múltiple;

- acceso a bancos de datos;
- suministro de telejuegos;
- tele-bancos;
- compras a distancia, etcétera.

### **La revolución digital**

Howard Aiken, al que muchos señalan como el principal creador de este siglo, jamás pudo imaginar que cincuenta años después la humanidad se encontraría -como nos encontramos- ante la primera gran revolución de la era audiovisual: la revolución digital.

Esta amplia oferta de servicios integrados en los medios de comunicación, estaba diseñada y dispuesta hace veinte años. Lo que hoy hace posible su puesta en marcha -la integración de los sistemas técnicos y los servicios- es la unificación de todos esos procesos sobre una única base tecnológica: la digital. Medios de comunicación y servicios son producidos, manufacturados y distribuidos digitalmente a través del inmenso sistema nervioso de las telecomunicaciones.

Por esta razón, nuestros actuales medios de comunicación son ya historia. Y con ellos todo cuanto se mueve a su alrededor. Y por esta razón surgen ahora, hoy, tal número de innovaciones que agotan nuestra capacidad de comprensión y nos lleva a una situación de escepticismo condescendiente frente a las técnicas. Preferimos asirnos a lo que conocemos -la prensa, la radio, la televisión- e ignorar lo que nos desborda. "El tiempo dirá", "Esto es para la próxima generación"... reflejan posturas frecuentes ante la revolución digital.

### **Las huellas de la revolución**

Pero la revolución digital no es una realidad ni a largo, ni a mediano plazo. Está aquí. Internet no es un sueño; es un hecho con 51 millones de usuarios actuales y 70 previstos para dentro de tres años: para el año 2000. Es hoy cuando algunos niños entran -pese a todos los sistemas de seguridad- en los ordenadores de la NASA o del Pentágono como quien pasea por el jardín de su casa. Es hoy, ahora mismo, cuando se están cometiendo -en la red y fuera de ella- abusos enormes en los contenidos que utilizan millones de niños y jóvenes en todo el mundo; también en España. Y esos niños y esos jóvenes se dirigen a esas páginas porque, en el mismo medio, no hay otra oferta específica para ellos (y, si la hay, carece del atractivo necesario) porque esperamos a que "el tiempo diga" y "la próxima generación resuelva". La revolución digital es de hoy, no de mañana, porque "mañana" será irreconocible.

Pero, ¿es que hay algo más? Por supuesto. Hablo no sólo de los medios

actuales, de sus servicios, de las innovaciones y de las uniones de los servicios citados, sino de toda una panoplia de elementos que están ahí: los multimedia, la economía del trabajo en tiempo real, los servicios *on line*, la globalización de los mercados, el acceso a los bancos de datos nacionales e internacionales; los *Datawarehouse* que facilitan los elementos necesarios para eliminar el riesgo del error en la toma de decisiones empresariales (estamos obsesionados por ser infalibles, es decir, perfectos pero sólo en un sentido, claro), la aplicación de la realidad virtual a todos los servicios, etcétera.

Tanipoco éstos servicios son para un mañana más o menos próximo: están aquí hoy.

### La aldea cognitiva

La enorme cantidad de información que genera la circulación de datos, medios y servicios por las redes, nos sitúa ante la posibilidad de acceder a la práctica totalidad de conocimientos en todas las ramas del saber... que quieren situarse *on line* (porque hay que querer estar y hay que saber estar *on line*). Es este volumen de conocimientos disponibles el que ha llevado a calificar a la sociedad de la revolución digital -a nuestra sociedad- como la "sociedad de la información" superando el viejo concepto que daban a este término las ciencias de la información, cuya traducción más conocida es la de "la aldea global".

La aldea global ha sido superada y sustituida por la "aldea cognitiva", mucho más real y eficaz que la pequeña plaza en la que se saluda a los vecinos y entera uno de todos los rumores y chismes. La aldea cognitiva es la casa común de la sociedad del conocimiento, de la sociedad cognitiva y objeto de delicada predilección de la Unión Europea.

En efecto, la Unión Europea nace con el empeño decidido de impulsar -entre otras- todas las tecnologías de la comunicación -en especial las de la radiodifusión-televisión- y las de la información que aportan los nuevos sistemas de servicios integrados. Baste recordar aquí la acción "TV sin fronteras" o cualquier otra de las relacionadas con el objeto de nuestra atención.

En mi opinión, Maastricht no es el examen de setiembre. Lo que hará efectiva la Unión es la existencia o no de una "conciencia nacional europea". Y al fomento de ella van dirigidas casi todas las disposiciones de la Unión referidas a la educación y la tecnología. Porque es la educación la que puede construir esa conciencia de unidad supranacional, la tecnología la que puede facilitarla y el mercado el que le dará cuerpo.

De manera que en el ánimo de la Unión está el que "desde su más tierna infancia los europeos tienen que aprender a servirse de los nuevos útiles de

información y comunicación para hacerse un hueco en una sociedad que cada vez más está basada en el conocimiento”.

### **Planificar la revolución**

Por ello la Unión ha emprendido acciones para favorecer que las escuelas no queden al margen de la sociedad de la información. Para lograrlo se favorece

- la interconexión de las escuelas mediante servicios *on line* (en Alemania ya hay diez mil escuelas *on line* y dos mil en Dinamarca)
- fomentar la interconexión entre distintas redes escolares *on line*
- beneficiar el uso de todas las herramientas y servicios citados aquí
- proteger el fomento de la producción e intercambio de “contenidos europeos” con fines pedagógicos
- estimular a la difusión de las prácticas pedagógicas multimedia
- promover la formación y el apoyo a los profesores, instructores y padres para el uso de las nuevas tecnologías en la práctica pedagógica.

En este aspecto, llama la atención que se incluya en el mismo paquete a profesores, instructores y padres en función de que las mutaciones de los servicios audiovisuales y de información de la radiodifusión-televisión generalista (codificada o no) obligan al aprendizaje de una nueva relación con los medios audiovisuales. Padres e hijos deben aprender a utilizarlos, ya que tienen ventajas y también inconvenientes.

- Informar al conjunto de los agentes sobre las oportunidades pedagógicas de las nuevas tecnologías.

Como es bien conocido, el Libro Blanco de la Unión Europea sobre la Educación, publicado en 1995, ya plantea la necesidad de entrar de lleno en la sociedad de la información para lograr el desarrollo de las aptitudes personales para alcanzar la actividad profesional y el empleo.

### **Construir la sociedad cognitiva**

El citado Libro Blanco es sólo una de las muchas acciones, normas y disposiciones puestas en marcha. La Unión Europea quiere construir en el plazo más breve posible la sociedad cognitiva y para ello ha adoptado medidas para el fomento de la industria europea de contenidos multimedia y su utilización y tiene marcados unos objetivos precisos que fueron dados a conocer en el dictamen del 28 de noviembre pasado.

Entre estos objetivos señalo los que me parecen más significativos:

- Necesidad de desarrollar una “cultura de lo nuevo” como elemento fundamental para encauzar de modo positivo la dinámica del trínomio crecimiento-tecnología-empleo.
- Fomentar la adquisición de nuevos conocimientos, tanto mediante los

programas educativos multimedia como favoreciéndola movilidad de los educandos.

- Acercar la escuela a la empresa, de modo que se reorienten los programas de formación profesional.

- Atención: hablar tres lenguas comunitarias. Y ustedes saben bien que cuando en Europa dicen “hablar” una lengua se refieren a expresarse en la forma docta y con la naturalidad de Henry Higgins, de *Pigmalion*.

- Conceder la misma importancia a la inversión en equipamiento y a la inversión en formación.

Como ustedes saben mejor que yo, cada uno de estos objetivos para la construcción de la sociedad cognitiva tiene ya una instrumentación clara y su correspondiente dotación económica, en la mayor parte de los casos.

Respecto del otro punto señalado, las medidas para el fomento de la industria europea de contenidos multimedia y su utilización, están recogidas en el Programa INFO 2000, cuyos objetivos son:

- Crear las condiciones favorables para el desarrollo de la industria europea de los contenidos multimedios.

- Fomentar la demanda y la utilización de contenidos multimedios.

- Contribuir al desarrollo profesional, social y cultural de los ciudadanos europeos.

- Fomentar el intercambio de conocimientos entre usuarios y proveedores de productos multimedios y de la infraestructura del conocimiento.

El Programa INFO 2000 también ha sido objeto de los desarrollos parciales necesarios para su operatividad.

## Salvemos al hombre

He traído a su paciente y benévola consideración todos estos puntos para subrayar algo que ya conocen:

1) Estamos ante un cambio tecnológico, educativo, social y cultural de dimensiones absolutamente desconocidas en la historia de la humanidad. Lo que diferencia nuestro momento de situaciones pretéritas es la aceleración constante e incontrolada de la innovación tecnológica y de todos los procesos conexos con ella, en la forma y dimensiones que he intentado mostrarles.

2) Este cambio, esta primera revolución de la era audiovisual, no sólo cuenta con su propia dinámica sino -lo que me parece casi más importante- con el apoyo decidido político, económico y organizativo de la Unión Europea. Dicho de otro modo:

- ha sido ordenado que la revolución cumpla sus objetivos

- ha sido planificado el cumplimiento de esos objetivos

Con estos elementos en la mano no es necesario ser un visionario, ni un tecnólogo infiltrado para decir que, por duro que sea, quienes no quieran

entenderlo (y actuar en consecuencia con la urgencia necesaria), serán ejecutados en esta nueva *Place de la Grève* a la vista de la muchedumbre vociferante; serán arrastrados por el torrente revolucionario.

A mi modo de ver esto nos obliga, en el campo de la educación a:

1) trabajar intensamente para el futuro inmediato, sin desentendernos de la realidad mediata.

2) Saber que, cada vez más, cuando creemos adquirir información, realmente estamos consumiendo tecnología, porque la información se ha convertido en un subproducto tecnológico. No “consumimos” contenidos, sino CD-Rom, Internet, DVD, MMX, etcétera.

3) En todo este proceso es necesario no olvidar que la tecnología es un flotador, no un salvavidas. Como también conviene tener en cuenta que disponer de un flotador no significa que se sepa nadar.

4) Es vital conservar los valores, fines y metas de nuestra civilización, del pensamiento cristiano y también saber expresarlo en el entorno cambiante de la sociedad, la técnica, como parte integrante de esa sociedad.

No podemos fiarlo todo a la tecnología: debemos conocerla, utilizarla... pero no podemos renunciar a dominarla. Creo que es oportuno recordar aquí el punto de vista del que fuera Intendente de la ZDF alemana, profesor Karl Holzammer:

“... la técnica ofrece únicamente el instrumento, pero no la moral necesaria para un beneficioso servicio [...] En principio, la técnica puede ser vehículo de mensajes de muy diversa índole [...] la tecnología no libra a la persona de la obligación de actuar conscientemente, de ampliar sus conocimientos, de pensar y fomentar su vida espiritual; si no fuera así, nuestra civilización tecnológica -convertida en máximo valor- esclavizaría la personalidad moral del hombre y provocaría, inevitablemente, la crisis de la cultura, de las instituciones sociales y del mismo progreso”.

Y eso es lo que, en parte, está sucediendo.

Muchas gracias.