

EL NUEVO LENGUAJE DE LA TELEVISIÓN EDUCATIVA: Tecnología y estrategias

José Manuel Pérez Tornero

Director.
Master de Comunicación y Educación
Universidad Autónoma de Barcelona
tornero@intercom.es

AITED,
Ciudad de México, Marzo de 2000
Texto resumen provisional

La ubicuidad de la realidad sensible

Paul Valery, "La conquista de la ubicuidad" en Oeuvres II, Paris, Gallimard, 1960, p. 1285: *"Ni la materia, ni el espacio, ni el tiempo son desde hace veinte años lo que eran desde siempre" (...)* *"Sin duda, no serán al principio más que la reproducción y transmisión de las obras las que se verán afectadas. Se podrá transportar o reconstituir en cualquier lugar el sistema de sensaciones – o más exactamente, el sistema de excitaciones – que dispensa (o despacha) en un lugar cualquiera un objeto o un acontecimiento cualquiera"*

Nada es sólido

Octavio Paz, *El mono Gramático*, Barcelona, Tusquets, p. 16. :

*"Sí, nadie está solo y cada cambio aquí provoca otro cambio allí.
Nadie está solo y nada es sólido."*

Un horizonte de cambios

Las televisión ha pasado de ser terrestre hertziana a transmitirse por cable, satélite, fibra óptica, y en forma digital. De ser un medio usado en el centro el hogar puede pasar a ser un ubicuo, capaz de llegarnos en cualquier momento y cualquier lugar, en el dormitorio, la cocina, el ordenador, el coche. Cada vez más cercano a la radio.

Internet ha permitido la publicación, transmisión y acceso a sistemas cada vez más complejos de mensajes audiovisuales. Anuncia convertirse en el medio de los medios por excelencia.

El aumento de inteligencia en los sistemas que procesan, almacenan y difunden la información digital es cada vez más notorio. El usuario no está ya sólo frente a la máquina: dispone interfaces más sofisticados, de memorias externas, de sistemas automáticos de seleccionar y procesar la información. "Sí, nadie está sólo..." Estamos rodeados de una nueva sustancia audiovisual que disuelve nuestras relaciones físicas tradicionales con la realidad, con el tiempo y con el espacio.

Durante mucho tiempo la televisión educativo cultural cumplía una función nítida: traducir la cultura y la educación a mensajes audiovisual y transmitirlos a otros lugares y difundirlos a públicos nuevos.

Un cambio de modelo

El modelo, más o menos implícito, más o menos consciente, que ha dominado nuestra propia cultura de profesionales de la TV educativa y cultural ha sido el de la extensión educativa, o el de la divulgación científica y cultural, es decir, un modelo según el cual, el acto

cultural y educativo existían por sí mismos y la televisión era la encargada de difundirlo y ampliarlo. Los profesores o los artistas hacían la educación y la cultura y la televisión educativa sólo podía recogerla y trasladarla siendo lo más posible fiel al original.

La gran transformación que se está produciendo en nuestros días es que la educación y la cultura ya no son, en general, una realidad pre-existente a la función de la televisión sino que se cumplen en el seno mismo de la televisión y, en general, en los procesos de telemediación). Lo cual es tanto como decir que es posible considerar una función cultural y educativa específica de la televisión.

Así, no se trata ya de transmitir una realidad previa, sino de asumir y ser conscientes de la nueva fenomenología educativa que se vive con la televisión. Tal vez con toda la televisión y no sólo con la TV educativa cultural.

Síntomas de esta nueva realidad es la transformación de la educación tradicional en contacto con las nuevas tecnologías. Todo indica que se está creando una nueva plataforma de educación en que la unidad de tiempo, espacio y público que aseguraba la escuela tradicional ya no puede asegurarse.

Síntoma también, la aparición de una nueva cultura propia del lenguaje y de la tecnología de los nuevos *media*, que está trastocando el concepto tradicional del cultura.

En su conjunto, se está produciendo una transformación profunda en el mismo concepto de la educación, de la denominada hasta ahora TV educativa, de la cultura televisiva y, en definitiva, en sus estrategias y funciones.

Esta transformación está suponiendo nuevas oportunidades, pero también, nuevos riesgos. En lo que sigue intentaremos explorar el sentido y las posibilidades de estas transformaciones.

Los grandes cambios

	Tecnología	Nueva Cultura audiovisual	Transformaciones en la educación	Televisión educativo - cultural
1	Multiplicación de canales	Sobreabundancia, saturación, desorden	Búsqueda de nuevos sistemas de orden y orientación	Nueva gestión del <i>caos</i> televisivo e informativo
2	Nuevos sistemas de distribución, más flexibles y accesibles	Ocupación intensiva del tiempo y del espacio	Necesidad de defender el espacio educativo y de una nueva gestión del tiempo/espacio social	Mayor visibilidad, mayor proximidad, mayor utilidad
3	Nuevos canales de retorno y posibilidades de interactividad	Nace la comunicación interactiva a través de la tecnología	Educación en una nueva libertad ante los mensajes y las máquinas	Potenciar y experimentar nuevos espacios de interactividad y creatividad
4	Convergencia lingüística en los medios	Nace la cultura multimedia	Nuevas competencias comunicativas	Estimular el aprendizaje de la nueva comunicación
5	Receptores más inteligentes	Externalización de algunas facultades humanas	Nueva inteligencia de gestión de <i>interface</i>	Buscar una nueva ergonomía mediática y nuevos <i>interfaces</i>

6	Nuevas capacidades de memorización	Nuevo sentido del tiempo y de la historia	Nuevo discurso de la historia	Contribuir a la memoria audiovisual de la historia
7	Nuevas redes de comunicación	Nuevas comunidades simbólicas	Fomentar la creación de comunidades de aprendizaje	Amparar a las nuevas comunidades de aprendizaje
8	Mayor personalización de los contenidos	Un nuevo individualismo robotizado (el hombre simbiótico)	La educación para la selección, un nuevo sentido de la identidad	Sistemas inteligentes y activos para la selección y personalización
9	Nuevos sistemas de producción	Culturas más expresivas	Educación en la expresividad	Potenciar la experimentación creativa, facilitar la expresividad
10	Nuevas posibilidades de simulación y representación	Cultura virtual	Educación en la virtualización	Avanzar en la construcción de sistemas de virtualización

1	Multiplicación de canales	Sobreabundancia, saturación, desorden	Búsqueda de nuevos sistemas de orden y orientación	de gestión del caos televisivo e informativo
----------	---------------------------	---------------------------------------	--	--

Estrategias de la TV educativo-cultural

Es necesario convertir algunos canales televisivos y canales de Internet en sistemas de referencia en la cultura de los estudiantes y de los jóvenes. De ellos debe partir una cierta sistematización y orientación de las posibilidades de utilización de los media y de su programación.

Estas funciones pueden cumplirse mediante:

1. La creación de programas orientadores sobre televisión, cine y otros medios. Espacios que tiene que alcanzar credibilidad y legitimidad para orientar gustos y consumos.
2. La promoción de publicaciones de acompañamiento y guías destinadas a orientar el consumo mediático.
3. La creación de grandes catálogos de programas audiovisuales al servicio de la educación.
4. La generación de portales y buscadores en Internet destinados educación mediática que deben informar y complementar las programaciones y deben permitir búsquedas orientadas, segmentadas y personalizadas. La credibilidad y legitimidad de estos portales es esencial.

5. La puesta en marcha de servicios de video bajo demanda o casi permitan la selección y ordenación de programas audiovisuales tanto para los individuos como para las instituciones educativas y culturales.
6. La creación de observatorios de evaluación y análisis de programas audiovisuales con potencialidades educativas.

2	Nuevos sistemas de distribución, más flexibles y accesibles	Ocupación intensiva del tiempo y del espacio	Necesidad de defender el espacio educativo y de una nueva gestión del tiempo/ espacio social	Mayor visibilidad, mayor proximidad, mayor utilidad
----------	---	--	--	---

Estrategias de la TV educativo-cultural

La distribución de canales y servicios educativos de televisión debe hacerse con criterios amplios y flexibles, utilizando todos los canales y oportunidades, creando auténticos sistemas integrados. La introducción de estos canales en la actividad educativa convencional es muy importante.

La filosofía de la programación en canal o en franja debe ser sustituida por la de la multiplexación y multicanal. La de la exclusiva sujeción a un solo sistema de distribución tiene que abrir paso a una filosofía de integración de medios y soportes. Esto significa.

1. Ampliación de las oportunidades de difusión de canales educativos, creación de canales-espejo (con repetición de

programas) y otras estrategias que acerquen el servicio a la idea de video bajo-demanda.

2. La creación de amplias plataformas de servicios en relación con los canales de televisión. Estas plataformas tiene que comprender servicios de publicaciones, Internet, telefonía...
3. El aprovechamiento de todas las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías digitales interactivas: decodificadores interactivos, inteligencia de las redes de cable, posibilidades de memorización- distribución personalizada de la señal, etc.
4. Utilización de nuevos sistemas de servicios con la filosofía de gestión personalizada de la demanda y producción centrada en el usuario.
5. Creación de sinergias entre servicios, plataformas de distribución y los sistemas de recepción de los diferentes usuarios y sus contextos de uso.
6. Aprovechar las posibilidades que suponen los nuevos territorios del ocio que, por su parte, puede ser más creativo y educativo.

3	Nuevos canales de retorno y posibilidades de interactividad	Nace la comunicación interactiva a través de la tecnología	Educar en una nueva libertad ante los mensajes y las máquinas	Potenciar y experimentar nuevos espacios de interactividad y creatividad
----------	---	--	---	--

Estrategias de la TV educativo-cultural

La interactividad en los sistemas de comunicación supone mayor libertad del usuario y mayores posibilidades de personalización de los sistemas. Esto significa para la educación nuevos niveles de libertad del alumno y nuevos itinerarios para el aprendizaje, además de nuevos estilos y nuevos contenidos.

En este sentido, la estrategia de la televisión educativa debería moverse en la siguientes líneas:

1. Aprovechar todas las posibilidades interactivas para crear sistemas de retroalimentación en la programación: evaluaciones, sistemas expertos, etc.
2. Fomentar nuevas dialécticas entre emisores-usuarios y usuarios con usuarios.
3. Generar contenidos multimedia con estrategias de interactividad que potencien la idea de la multidimensionalidad y la garanticen la libertad de recorridos de los usuarios.
4. Potenciar la interactividad como una dimensión propicia para la motivación de los públicos y usuarios.
5. Establecer métodos para desarrollar la incorporación de la creatividad de los usuarios tanto en los programas como en las emisiones.
6. Fomentar la participación de las comunidades educativas en el discurso de la TV.

4	Convergencia lingüística en los medios	Nace la cultura multimedia	Nuevas competencias comunicativas	Estimular el aprendizaje de la nueva comunicación
----------	--	----------------------------	-----------------------------------	--

Estrategias de la TV educativo-cultural

Una nueva sociedad multimedia requiere una nueva competencia comunicativa basada en lenguajes multimedia. La TV educativa debería priorizar la formación en esta nueva competencia. Esto supondrá:

1. Difusión, experimentación y potenciación de los nuevos lenguajes y competencias propios del universo digital.
2. Potenciación de estrategias educativas en los nuevos lenguajes.
3. El estímulo para la traducción y transformación del patrimonio educativo tradicional al nuevo soporte digital.
4. El desarrollo de la creatividad ligada al multimedia y de la nuevas formas de expresión.
5. La experimentación de nuevos géneros y formatos en los que la conciencia de uso y la capacidad de autoaprendizaje por parte del usuario se potencie.

5	Receptores más inteligentes	Externalización de algunas facultades humanas	Nueva inteligencia de gestión de <i>interface</i>	Buscar una nueva ergonomía mediática
----------	-----------------------------	---	---	---

				y nuevos <i>interface</i>
--	--	--	--	--------------------------------------

Más inteligencia en los receptores significa más complejidad en su gestión, más aprendizajes inducidos, más riesgo de desorientación. Para la educación, esto exigirá más esfuerzo para educar en los nuevos métodos de relación hombre-máquina. Para la televisión educativa el reto está en generar *interface* más inteligentes e intuitivos y sistemas que reduzcan la complejidad.

En este sentido, es preciso desarrollar:

1. Estrategias de adaptación de las emisiones educativas a los diferentes contextos de uso anticipándose a los riesgos de dispersión y desorientación.
2. La generación de nuevos servicios prácticos, intuitivos y accesibles.
3. El aprovechamiento de los mensajes de acompañamiento de la señal de televisión (desde el tele-texto a los nuevos sistemas interactivos) para orientar en el manejo de las nuevas posibilidades de los receptores interactivos.
4. La creación e plataformas de productos, sistemas de señalización transversal y una señalética adecuada a las necesidades de los usuarios y a la segmentación y personalización de los servicios.

6	Nuevas capacidades de memorización	Nuevo sentido del tiempo y de la historia	Nuevo discurso de la historia	Potenciar la memoria audiovisual
----------	------------------------------------	---	-------------------------------	----------------------------------

Estrategias de la TV educativo-cultural

Las oportunidades de registro de la información de memorización audiovisual abren enormes posibilidades a los nuevos sistemas técnicos. En la educación puede experimentarse un nuevo discurso histórico que acerque a los estudiantes a documentos más directos y recree una nueva conciencia histórica. La televisión educativa encuentra aquí una oportunidad singular de intervenir en la generación de una nueva memoria histórica.

Para ello debe potenciar:

1. La creación y sostenimiento de nuevos archivos del audiovisual.
2. La generación sistemática de programas que difundan el patrimonio histórico audiovisual.
3. La creación de sistemas de acceso desde las escuelas y centros educativos a ese patrimonio.
4. La profundización de una conciencia histórica apoyada en la recreación y uso de documentos y en su análisis.
5. La combinación de esfuerzos con museos, archivos y bibliotecas para su recreación, y difusión.

7	Nuevas redes de comunicación	Nuevas comunidades simbólicas	Comunidades de aprendizaje	Amparar a las nuevas comunidades de aprendizaje
----------	------------------------------	-------------------------------	----------------------------	---

Estrategias de la TV educativo-cultural

La Cibercultura potencia la creación de nuevas comunidades. El aprendizaje y la formación pueden aprovecharse de las posibilidades abiertas por estas comunidades.

La estrategia de la televisión educativa en relación con este nuevo fenómeno tiene que orientarse hacia los siguientes puntos:

1. El estímulo de creación de nuevas comunidades ligadas a segmentos de programación audiovisual, cadenas o servicios.
2. La sinergia con los sistemas de Internet que resultan ideales para la creación de nuevas comunidades.
3. El aprovechamiento de su capacidad de difusión de la TV y de su capacidad de emisión transnacional para fomentar las comunidades más allá de lenguas y fronteras.
4. La participación de las nuevas comunidades en la programación y la producción de televisión.
5. La puesta por el aprendizaje continuo a través de comunidades.

8	Mayor personalización de los contenidos	Un nuevo individualismo robotizado	La educación para la selección	Sistemas inteligentes y activos para la selección y personalización
----------	---	------------------------------------	--------------------------------	---

Estrategias de la TV educativo-cultural

La personalización es una puesta ambigua, puede conducir al aislamiento y el ensimismamiento o puede reconstituir un nuevo sistema de identidad y de consideración de la dignidad de los individuos.

La TV educativa debe defender las siguientes estrategias:

1. Generación de sistemas de personalización que apuesten por la libertad y por la solidaridad entre los públicos.
2. La potenciación de nuevas identidades menos homogenizada y más plurales a partir de la personalización de la oferta.
3. La creación de ofertas de programas inter-identitarios (más allá de la pura segmentación comercial).
4. La permeabilidad a la crítica y la discusión de los sistemas de personalización.

9	Nuevos sistemas de producción	Culturas más expresivas	Educación en la expresividad	Potenciar la experimentación creativa
----------	-------------------------------	-------------------------	------------------------------	---------------------------------------

Estrategias de la TV educativo-cultural

La apuesta de la televisión educativo-cultural por la creatividad debe ser permanente y constante.

En este sentido, cabe destacar las siguientes estrategias:

1. Favorecer la accesibilidad de los medios a los jóvenes creadores y a los creadores en general.
2. Atención especial al trasfondo cultural y científico en que se apoya la creación cinético-artística.
3. Potenciación de los valores creativos e inventivos en toda su programación.
4. Aprovechar los nuevos desarrollos creativos que permiten las nuevas tecnologías y los nuevos medios.

10	Nuevas posibilidades de simulación y representación	Cultura virtual	Educación en la virtualización	Avanzar en la construcción de sistemas de virtualización
-----------	---	-----------------	--------------------------------	--

Estrategias de la TV educativo-cultural

La TV educativo-cultural debe convertirse en la plataforma colectiva de la experimentación, de la simulación de los cambios, de la imaginación compartida.

Para ello es preciso desarrollar las siguientes estrategias:

1. Conectar el discurso de la TV educativa con el futuro, la ciencia, la innovación, la anticipación.
2. Fomentar la cultura de la virtualidad, el ensayo y la simulación calculada.
3. Ayudar a discernir entre las hipótesis virtuales y las propuestas reales. Se necesita un nuevo sentido de la ontología.
4. Propiciar la difusión en el sistema educativo de *soft-ware* adecuado a la simulación y a las experiencias virtuales.

APÉNDICE

Otra posibilidad de inicio

Muchas veces los títulos de las conferencias se acuerdan con los organizadores de las jornadas antes de que la conferencia esté redactada. Esto fue lo que me pasó cuando pusimos, entre Salvador Ottobre y yo, título a esta intervención mía. A los dos nos pareció que tenía sentido el enunciado "el nuevo lenguaje de la televisión educativa". Pero he de confesar que cuando me puse a pensar a fondo sobre la cuestión, me quedé sin seguridad en el título, cargado de dudas e incertidumbres. ¿Qué significaba la palabra "lenguaje"? ¿Qué significaba la palabra "nuevo"? Y, finalmente, qué significa todavía hablar de "televisión" y de "educación"? Ningún concepto parece, hoy día, sólidamente afirmado; ninguno es estable. A qué llamamos televisión, si está cambiando la tecnología, los modelos, los programas y hasta los usos? ¿A qué llamamos "educación" si hasta el concepto tradicional está en crisis, si las escuelas se transforman, si aparecen nuevas necesidades y nuevas funciones? Y qué es nuevo en un lenguaje que viene de muy lejos - porque tiene relación con los sistemas de percepción - , que es difícil mudar, pero que se halla envuelto en una serie muy amplia de transformaciones, convergencias con otros sistemas de signos y que se desarrolla en otros contextos?

Sin una mínima reflexión detenida sobre estos conceptos nada de lo que podíamos decir hubiese tenido sentido. Así que tenía que encontrar sentido a lo que habíamos sugerido en el título.

En primer lugar, "la televisión". Ya no es la que era. La hemos conocido como un sistema de comunicación unidimensional, masivo, centralizado y pasivo. Pero se nos está convirtiendo en un medio con

posibilidades de interactividad – aunque limitadas actualmente, pero potencialmente enormes. Al mismo tiempo, está evolucionando desde ser un medio obligatoriamente centralizado con un emisor y muchos receptores, a otro en el que el modelo de la comunicación punto a punto mediante mensajes audiovisuales es ya una posibilidad real. De emitir mensajes volátiles y efímeros, la televisión cuenta hoy con un enorme potencial de memoria, de capacidad de archivar, de fijar en bases de datos accesibles toda la información que registra. La televisión actual tiene hoy día a parecerse más a una inmensa central telefónica y a una gigantesca biblioteca en que los anaqueles están repletos de documentos audiovisuales.

En segundo lugar, “la educación”. Este concepto no es fácil de atrapar, de encerrar en pocas palabras, pero sí conviene atender a su núcleo semántico básico. Educar es guiar a otro, proponer que otro, distinto del educador, aprenda los patrones o saberes que éste le propone. Se educa con la idea de enseñar, de mostrar, guiar, hacer hacer, conformar una personalidad, potenciar unas habilidades, favorecer un dominio, para instruir, para estimular, para enriquecer la personalidad del otro. Pero esta misma idea se está transformando. La educación actual se está haciendo más compleja. Es difícil saber quién enseña a quién y en qué momento. Todos necesitamos de todos en el nuevo reto educativo. Educación para todos, a lo largo de la vida, y para cualquier tema. Para trabajar o aceptar una ciudadanía, para fortalecer una ética o aceptar un rol social. Más educación y por doquier. Más autoaprendizaje, más herramientas y máquinas que enseñan. Nuevos valores emergentes: la integración ocio-educación y trabajo-educación; la internacionalización; la educación extraescolar; el aprendizaje en redes; el estudio cooperativo; la gestión del conocimiento como sistema permanente de aprendizaje; nuevos sistemas de acceso y difusión de conocimientos; nuevos órdenes de clasificación del saber.

Y "lenguaje", ¿qué significa? ¿Un código, un instrumento, un discurso, una situación de comunicación, un imaginario, una práctica institucionalizada, un mundo simbólico construido, una cultura? Probablemente, algo de todo eso y mucho más.