

MEDIOS DE INTERACCIÓN Y COMUNICACIÓN DE LOS APRENDICES EN UNA SOCIEDAD COMPLEJA Y GLOBALIZADA

Autor: Rodrigo Castillo Ahumada¹

RESUMEN

Este artículo muestra algunas observaciones sobre la influencia de los sistemas de comunicación e interacción en los procesos de enseñanza-aprendizaje a través de la historia y en la actualidad, llegando a tener hoy la potencialidad tanto de convertir al aprendiz en un mero reproductor de información, como de transformarlo en un protagonista creativo, reflexivo y capaz de desenvolverse con experticia en una nueva cultura, caótica y compleja.

PALABRAS CLAVES: Medios de comunicación, Aprendiz, Sociedad Globalizada, Creatividad, Cibercultura.

MEANS OF INTERACTION AND COMMUNICATION OF LEARNERS IN A SOCIETY COMPLEX AND GLOBAL

ABSTRACT

This paper presents some observations on the influence of communication and interaction systems in the teaching-learning through history and today, coming to have today the potential both to make the player a mere trainee information and transform it into a leading creative, thoughtful and able to cope with expertise in a new culture, chaotic and complex.

KEY WORDS: Mass Media, Trainee, Global Society, Creativity, Cyber culture.

¹ Magistrate Psicología Educacional UST, Santiago de Chile.

INTRODUCCIÓN

La sociedad actual nos ofrece una realidad sorprendentemente ajena a lo que se apreciaba en cualquier parte del mundo hace no muchas décadas. La revolución industrial sentó las bases para una economía centrada en el capital y en la optimización comercial de los recursos, entrando los países participantes en una dinámica que se iría acelerando con el paso del tiempo. La mecanización y posterior automatización de los procesos logró, no sólo generar nuevas formas de producir y consumir, sino que además cambió radicalmente la estructura sociodemográfica y cultural de los pueblos.

La homogenización de la economía y la influencia de la misma sobre las políticas de los países repercutieron en movimientos sociales e ideológicos, dividiendo al mundo en dos modelos que, por defecto, generaron un tercer mundo, pero que se resolvió simbólicamente en la caída del muro de Berlín, en lo que se podría definir como el triunfo final del sistema neoliberal, dejando bajo su dominio un séquito de países sin hegemonía de ningún tipo.

Una vez que la sociedad industrializada hizo raíz en terreno fértil, comenzó un proceso económico que usó como

principales activos comerciales los recursos, la innovación tecnológica, la investigación y la comunicación instantánea.

Los medios de comunicación masiva por su parte, ganaban relevancia y prestigio como canales informativos en sociedades cada vez más complejas y dinámicas, siendo financiados por la publicidad, que a su vez crecía gracias al auge económico en las principales urbes. La televisión lideró la carrera de los *mass media* luego de que transmitiera la llegada del hombre a la luna, convirtiéndose en el canal preferido de la gente. Pero a pesar de que la TV se apoderaba del living-comedor de miles de hogares como uno más de la familia, a la necesidad de informarse se le sumaba la de comunicarse en esta nueva realidad compleja y atomizada, lo que, en pocos años, se cristalizaría con la irrupción de Internet como sistema de comunicación global.

Gracias a esta nueva manera de interactuar podemos entender el mundo desde lo que el sociólogo canadiense Marshall McLuhan acuñó como aldea global (McLuhan, 1993), comprendida desde la interconectividad humana a escala global generada por estos medios electrónicos de comunicación.

Aunque la televisión no ha perdido su sitio como principal canal masivo de información, Internet se ha transformado en el único medio capaz de generar redes sociales virtuales y ofrecer la posibilidad de intercambiar ideas, opiniones, visiones, experiencias e información diversa con millones de usuarios en tiempo real. Los conocimientos que antes detentaban las autoridades académicas y los grupos de influencia ahora están a libre disposición en la red.

La realidad nos ha transformado y la influencia de los medios y las tecnologías de la información tienen que ver con la manera en que hemos construido sociedad, desarrollando factores que han acelerado el avance tecnológico e informático aún más, en absoluto sometimiento a una búsqueda de un máximo potencial multimedial, instantáneo y continuo, dando prioridad a los sistemas de comunicación y dejando bastante de lado los contenidos de la misma.

Sin embargo, en este proceso evolutivo de los medios masivos y las tecnologías de información, con metamorfosis tan radicales y veloces, el usuario ha perdido la posibilidad de profundizar en aquello que transportan los medios. Los contenidos pasan a ser

absolutamente secundarios cuando el medio se transforma en el mensaje, según lo que plantea McLuhan en su libro *El medio es el mensaje* (McLuhan, 1969), entendiendo además que el receptor de los mensajes se siente más cómodo cuando el medio masajea sus sentidos, sobre todo frente a la posibilidad de tener que optar entre el esfuerzo de pensar o dejarse llevar por lo que el medio presenta perfectamente armado en su mente.

Bajo esta perspectiva podemos tratar de entender qué rol cumple la creatividad dentro de esta nueva realidad que nos ofrece la sociedad postmoderna, anclada justamente en un ritmo acelerado y complejo que parece ser inherente al proceso de la globalización.

Entendiendo la creatividad como la capacidad de transformar o re-inventar lo ya existente y presentarlo de una manera diferente, original, innovadora y con sentido, el ejercicio creativo en sociedad tendría que ver con transformar los insumos que ésta nos entrega para aportar algo nuevo. Sin embargo, ¿qué capacidad tenemos de permitir que ese proceso tenga éxito frente al bombardeo de información que nos llega de parte de los medios? ¿Cómo enfrentar creativamente la problematización que continua-

mente se nos presenta en todos los ámbitos si los medios se encargan de entregar opciones prefabricadas a un bajo costo, expresado no solamente en tiempo? ¿En qué momento logramos reflexionar sobre aquellas instancias que podrían desarrollar nuestra creatividad si debemos estar continuamente discriminando la información multimedial que finalmente archivamos tal y cual se nos presenta?

Sin duda que en el proceso de aprendizaje desde la complejidad, la creatividad es una habilidad fundamental para el desarrollo. La necesidad de metodologías pedagógicas que planteen al estudiante la posibilidad de generar su propio conocimiento y estar concientes de su proceso tiene que ver con eso. No obstante, ¿qué rol o qué tipo de influencia podrían tener la globalización, los medios de comunicación y las tecnologías de la información en esta necesidad educativa desde la complejidad?

Son justamente éstas algunas de las reflexiones que quiero dejar planteada en este artículo, sin el afán de encontrar respuestas, sino más bien abrir la posibilidad al debate frente a esta realidad, para que así, cada lector sea capaz de tomar lo que le sirve, transformarlo y

crear su propia interpretación de lo que aquí presento.

NOSOTROS Y LOS MEDIOS PARA COMUNICARNOS

Cuando el homínido comenzó a interactuar con sus congéneres de manera análoga (a través de ruidos, gestos o movimientos), inevitablemente iniciaba una espiral en la complejización en los sistemas de comunicación que no ha dejado de mutar. Así fue como la mezcla de ruidos y sonidos generó la oralidad. Esta etapa en donde el ser humano va construyendo la lengua gracias a una combinación de fonemas y para un ejercicio eminentemente práctico, es clasificada por Marshall McLuhan como un estadio tribal, en donde el individuo designa sonidos a los objetos con el fin de convenir significados con la tribu (McLuhan, 1993). Esta etapa es fundamental para entender la importancia de los sentidos humanos superiores y que ayudan a conceptualizar mejor lo que aprendemos, el gusto, el olfato y el tacto pasan a ser secundarios en lo que a comunicación se refiere, tomando protagonismo el oído como elemento sensorial de comunicación.

Una vez que la cultura oral se asentó y se llenó de significados, el ser humano requirió de métodos de externalización de la memoria para comunicar, masificar y perpetuar la cultura. Así fue que, en una era más prolífica en la utilización de herramientas y una vez que el hombre encontró conveniencia en el sedentarismo, se desarrolló el lenguaje pictórico y simbólico como medio de comunicación, registro de cultura y sentimiento de pertenencia. Así se iniciaba una nueva etapa, en donde los elementos icónicos irían siendo cada vez más abstractos, separándose de la realidad concreta e instalándose los símbolos como simplificadores de la comunicación, concepto útil y beneficioso para que se desarrollara la racionalidad, y el sentido de la vista tomara la relevancia suficiente como para ser imprescindible.

Los cambios radicales están ligados históricamente al desarrollo de sistemas de conservación de la información. Las tablillas de cera supusieron sin duda una revolución cultural en el aprendizaje de la sociedad sumeria, las tablillas eran instrumentos de mediación entre la información y la memoria humana, permitiendo liberar ésta, por primera vez, de la esclavitud de ser el

único almacén conocido de información (Vigotsky, 1977). Esta división entre el mundo concreto y las ideas abstraídas de éste encierran una interesante búsqueda para el perfeccionamiento de la escritura y los sistemas de registro. Los cueros, dieron paso al papiro y posteriormente el papel se convertiría en el principal medio para perpetuar los conocimientos y favorecer la comunicación entre los seres humanos.

Cuando surgió la imprenta se produjo una revolución en los métodos y tiempos de entrega de información. Se pudo transmitir más conocimientos a un mayor número de personas, en un plazo mucho más acotado y además, marcó la posibilidad de estandarizar los signos usados a través de los tipos móviles o clichés. Esta nueva realidad supone un desarrollo exponencial de la vista como sentido de organización del conocimiento, y sería la etapa en que nuestra civilización habría alcanzado los cimientos de la memoria visual y el pensamiento abstracto (McLuhan, 1993). Esto no sólo facilitó el trabajo de quienes debían hacerse cargo de la entrega del conocimiento, sino además sentó las bases para el nacimiento del primer medio de comunicación masivo: la prensa.

Los medios escritos forjaron la civilización contemporánea. La información estaba perpetuada en la palabra escrita y se podía transmitir de manera intacta hacia los rincones más alejados de la fuente. La prensa supuso un primitivo y tímido paso en la globalización del conocimiento, abriendo la posibilidad de clasificar, estructurar, codificar e intencionar la información.

Los cambios más importantes de nuestro lenguaje y cultura se han dado por la evolución en la codificación de nuestra realidad. La necesidad de comunicarnos implica la utilización de canales para transmitir toda la información que nos supera en nuestra capacidad de retención. Estos canales en paralelo han sufrido una constante metamorfosis, llegando el día de hoy a, no sólo cumplir la función de la interacción directa que ha existido desde siempre pero de manera más sofisticada (voz = teléfono, escritura = carta, por ejemplo), sino además a cumplir un rol social determinante para la coexistencia a través de los medios de comunicación masiva (Prensa, Vía pública, Radio, Cine, Televisión e Internet).

Actualmente podemos entender los medios como una extensión de nuestros sentidos, en donde la radio es una

extensión del oído, el libro del ojo y la televisión del tacto (McLuhan, 1969). Aunque en mi criterio y atreviéndome a corregir la interpretación de McLuhan, considero al libro como una extensión de la memoria y a la televisión como una prolongación de la vista, de hecho, etimológicamente indica eso, aunque coincido en que provoca la sensación de estar en el lugar que se observa. Pero más allá de los detalles conceptuales, el entender al medio como una extensión de los sentidos humanos nos hace volver al concepto de tribu, que se había perdido en toda la etapa de abstracción o racionalización de la experiencia humana. Los medios al día de hoy, ya no son sólo un sistema útil para la entrega de información, sino además son capaces de moldear nuestra interdependencia y nuestro sentido de la privacidad.

Las civilizaciones son influenciadas más por las características y el alcance de los medios que por el contenido de los mismos (McLuhan, 1969). Esto provoca la mecanización de los procesos de interacción y va aumentando nuestra incapacidad para observar y reflexionar sobre los contenidos que nos entregan. ¿Quién no ha escuchado el comentario: “¿Viste el titular del diario de hoy?”? La

contestación general a esa pregunta va en función del medio, a la línea editorial del periódico o al titular en sí, muy pocas veces al fondo. Respuestas absolutamente mecanizadas debido a que el medio en el que sale algo pasa a ser el mensaje, y ese algo es absolutamente circunstancial, al punto en que el día siguiente puede hacerse exactamente la misma pregunta, y no “Respecto al titular de hoy ¿Qué piensas sobre lo que está pasando con la educación de nuestro país?”.

La prensa y la televisión generalmente se muestran ante la gente como generadores de opinión pública, pero ¿qué tipo de reflexión hacemos respecto a la capacidad del medio de construirse como mensaje?

Si hacemos reflexión, por ejemplo, del éxito que tuvo John F. Kennedy en su elección como presidente de EE.UU., podríamos argumentar sobre la base de su capacidad política, filosofía de vida e incluso respecto a su carisma. Sin embargo no puedo evitar pronunciarme y afirmar que gran parte de este éxito electoral se debió al uso estratégico del medio más importante y creíble de la época: la televisión.

La televisión conjuga los dos aspectos sensoriales más importantes para

el ser humano, es una sofisticada metáfora audio-visual que ha dinamizado nuestra cultura occidental comprendida como la era de la información y la comunicación. La televisión de cierta manera nos hace partícipes de una realidad ajena, nos hace espectadores y eso, es determinante.

Considero, en este sentido, que la televisión en las últimas décadas ha generado inintencionadamente un inesperado producto socio-cultural: el espectador, un mero receptor de información, quien se cree partícipe de lo que se le presenta debido a que inconcientemente asume el medio como una prolongación de sí mismo, quizá como una capacidad adquirida que le da el poder de estar donde no está.

Esta situación no es una simple postura determinista respecto a la comprensión del ser humano como un receptáculo de contenidos que define su quehacer, sino que tiene que ser visto desde todas las perspectivas posibles, ya que, debido a la exposición constante a este tipo de medios, el ser humano se terminaría habituando a estar a la expectativa, en desmedro del desarrollo de la capacidad proactiva y creativa.

Todo esto en imbricación absoluta con las representaciones sociales que construye la televisión a partir de lo aspiracional y los paradigmas culturales viciados, reflejados en las películas, programas de diverso índole e incluso la publicidad, con estereotipos y símbolos de estatus, juventud, morbo y sexo como ejes comunicacionales (Páez, 1987), mostrando desde sus inicios hasta hoy realidades ajenas a los valores que muchas familias quisieran para sus hijos.

Pero a pesar de que por muchos años se pensó que la televisión era el adalid de los mass media y no abría nada que lo superara en términos de masividad y uso, la aparición de Internet cambiaría nuestra manera de interactuar y comprender los medios.

En mayo de 2009 asistí a una interesante serie de charlas en Buenos Aires, y en una de las conferencias, llamada *Obama.com & You*, dictada por el estadounidense Joseph Crump (vice-presidente de Estrategia y Planeamiento de Razorfish), quien definió a Barak Obama como el primer presidente digital, se nos puso al frente el detalle de cada uno de los puntos estratégicos de la exitosa campaña del actual líder político

de EE.UU., entre los que se encontraban el uso de posicionamiento web para que cuando el usuario de la red buscara algún contenido de casi cualquier índole, apareciera ante él información (principalmente visual) sobre Barak Obama, gracias a palabras claves. También sobre el uso de Twitter, Facebook y SMS para darle poder a los seguidores, quienes armarían redes de manera espontánea y gratuita. Además, la campaña tuvo un pilar fundamental en la producción de trabajos audiovisuales que se transmitían a través de YouTube, o la reproducción de lo que en televisión salía sólo una o dos veces, estableciendo millones de puntos de contacto sin los ostentosos presupuestos que exige la televisión.

Como se puede apreciar, en ningún momento me he referido al contenido de las propuestas del presidente Obama, de hecho Crump tampoco lo hizo en las dos horas que duró la charla y sin embargo todos entendimos la razón del éxito del primer presidente digital.

No cabe duda que los medios masivos ejercen algún tipo de influencia sobre la existencia humana. No está en este artículo la intención de dilucidar sobre los aspectos de esta influencia, o definir el grado de intervención que tiene

sobre nuestra cultura, ni mucho menos profundizar en las causas de este hecho social. Considero que son aristas demasiado relevantes como para simplificarlas en algunos aspectos. Sin embargo, vale la pena contextualizar histórica pero sucintamente la manera en que se ha ido construyendo nuestra era global.

LOS ALBORES DE LA GLOBALIZACIÓN

En la década del setenta del siglo XIX, los problemas económicos de Inglaterra se agudizaron en la depresión de fines de esa centuria, lo que condujo al abandono del libre comercio entre este país, Alemania y Francia. Esto a su vez provocó un nuevo periodo colonial. Las potencias europeas colonizaron regiones de Oriente Medio, África y Asia. Esto ocasionó nuevas tensiones entre las potencias, lo que a su vez llevó a nuevas tentativas de arreglos entre ellas. Se firmaron algunos tratados a principios del siglo pasado y se intentó defender los intereses comerciales de los países por separado. La nueva ola proteccionista significó dos guerras mundiales, causando enormes daños a las economías, llevando a la retracción del volumen de los flujos internacionales de comercio y a un

sin número de quiebres intermedios (Canglini, 1995).

Durante esas fechas se produce la revolución rusa, que establece el primer estado comunista: la URSS. Mas las guerras no resuelven el otro problema central de la economía mundial de la época: las crisis cíclicas de la actividad. Demostrado esto con la gran depresión del año 29 del siglo XX. Entre las dos grandes guerras, se empieza a aceptar en los países capitalistas la noción de que el Estado tiene un rol funcional en el correcto andar de la economía: asegurar la prosperidad de la población y evitar los ciclos de crecimiento y recesión.

Antes de terminar la segunda guerra, la recién formada ONU (Naciones Unidas) decide crear el FMI (Fondo Monetario Internacional) y el Banco Mundial, instituciones que hasta el día de hoy manejan los parámetros de la economía del planeta.

Sin embargo, al disolverse la guerra, el mundo se dividió en dos grandes bloques político-económicos: el bloque capitalista con EE.UU. a la cabeza y el bloque comunista, liderado por la URSS. El poder atómico de los bloques nos expuso ciertamente a la posibilidad de autodestruirnos. La llamada guerra fría

incrementó una conciencia global sobre un destino común. Por otra parte, los pueblos sometidos por el colonialismo europeo iniciaron una serie de luchas de liberación nacional que culminaron en la creación de decenas de naciones independientes. En su mayoría estos países prefirieron no alinearse con ninguno de esos dos bloques, al igual que gran parte de los países con soberanías jóvenes y en crecimiento. Fue así como los países no alineados con alguna de estas ideologías forman inintencionadamente el Tercer Mundo. Estas naciones mantenían algún tipo de relación con uno o con los dos bloques, pero se mantenían relativamente neutrales en la confrontación.

Una nueva crisis (la del petróleo) en la década del sesenta provocó una reorganización radical de la economía, crisis que sentaría las bases en la promoción de la innovación tecnológica, filosofía corporativa que hasta la actualidad goza de buena salud.

En 1989, se produjo la esperada caída del Muro de Berlín, lo que marcaría el inicio de la implosión de la URSS y la extinción del bloque comunista, como tal. Ese hecho no solamente está en los libros de nuestra historia reciente, sino además la televisión, con su poder de alcance e

instantaneidad estuvo ahí para mostrárnoslo, aunque aún con la incapacidad de logramos hacer comprender lo que nos expone (Ramonet, 2002).

Podemos decir que a partir de ese momento se asentó definitivamente una nueva etapa histórica: la globalización.

LA GLOBALIZACIÓN Y LA REALIDAD HUMANA

Para convenir un par de ideas, me remito en primera instancia a la definición de globalización que hace la Real Academia española: “Tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales”².

Ahora, para hacer justicia a la definición más convencional, se debe comprender también esta expansión a otras áreas del quehacer mundial, como la cultura, la prensa, la educación, la ciencia, la política, el arte, la información, etc.

Las tribus primigenias gozaban de una interdependencia que yacía en sus ritos y su cultura oral. La creación de la escritura nos escindió de esta manera de

² Definición textual extraída el día 10 de mayo de 2010 de la página electrónica de la Real Academia española www.rae.es.

interactuar, construyendo una cultura abstracta y racional.

Sin embargo, los sistemas globales de comunicación han reinstitucionalizado el concepto de aldea en nuestra civilización, gestando una gran tribu que depende de esta interacción. (McLuhan, 1993).

Si bien es cierto el ideario de globalización que hace McLuhan tiene más que ver con lo estrictamente sociocultural y comunicacional, debemos retomar la definición que hace la RAE respecto al origen fáctico de este proceso, y que marcó la pauta para que esta se hiciera patente en nuestra realidad. La globalización es un proceso fundamentalmente económico que, en la práctica, se refleja en la creciente integración de las distintas economías de los países en un único mercado capitalista mundial. Con la globalización en curso, la red de comercio es mundial, creándose vínculos de interdependencia entre las naciones, convergiendo en lo que se conoce actualmente como sistema económico neoliberal.

El rápido avance y las facilidades que ofrece la red de comunicaciones, tiene el potencial de hacer llegar la civilización hasta las naciones más salvajes. Sin embargo, y lamentablemente para los países más pobres, esta civili-

zación sigue funcionando desde el eje comercial, reflejándose esto en que el interés principal por el cual expandir la civilización es el de obtener más consumidores y recursos a un menor coste.

La globalización es un proceso dinámico y continuo que pone a prueba las leyes de los países, respecto a políticas laborales, medioambientales y públicas. Es sencillo para las grandes empresas simplemente trasladar sus centros de producción a lugares en los cuales se les dé el máximo de facilidades. Los altos costes de producción en los países desarrollados confluyen en una apertura a los países orientales y latinoamericanos, lo que si bien puede significar un auge económico de países en vías de desarrollo, también puede reflejar desigualdad social, desincentivo al emprendimiento e innovación interna y proliferación de leyes blandas para el incentivo de capitalistas extranjeros.

Pero más allá de las discusiones en torno a lo económico y lo ético, sucede también que los productos culturales de las diferentes realidades vienen a formar un acervo común.

Se tiende a que las características individuales de los pueblos van pasando a segundo plano, confluyendo todas en una

cultura universal más compleja y rica en representaciones sociales (Páez, 1987), todas en consonancia con la postmodernidad. El avance de la intercomunicación física y virtual, han incrementado y facilitado este proceso. La interconexión física se basa en la masificación de sistemas de transporte para mercancías y personas (automóviles, camiones, trenes, aviones, barcos, etc.). La interconexión virtual se sustenta en las tecnologías de la información y comunicación, en adelante TIC's (telefonía, Internet, telefonía móvil, GPS, telefonía IP, SMS, etc.).

Por otro lado y en un aspecto favorable de la globalización como proceso social, se ha facilitado la diseminación de ideas críticas y la democratización de los conocimientos, los cuales antes estaban a merced de los medios comprometidos con líneas editoriales, intereses comerciales y lineamientos políticos. No sólo eso, el uso de Internet facilita la respuesta rápida y la posibilidad de co-construir la información y el conocimiento, situación que no es menor.

LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS MASIVOS Y LA GLOBALIZACIÓN EN LA EDUCACIÓN Y LOS PROCESOS DE APRENDIZAJE

Los avances más importantes a nivel cultural se deben a sucesos que han marcado una revolución tecnológica en los sistemas de comunicación. La imprenta no sólo permitió una mayor difusión de los conocimientos acumulados por el hombre, sino además logró convertir ese conocimiento en un acervo socio-cultural endosable a nuevas generaciones sin el sesgo que puede tener la oralidad, pasando a ser los libros y todo tipo de textos, la memoria de la humanidad (Pozo, 1996). Y aunque la escritura significó un gran avance en lo que a conservación y difusión se refiere, al externalizar la memoria en libros y textos, inevitablemente los procesos de aprendizaje sufrían modificaciones necesarias.

A medida que el conocimiento iba creciendo y se hacía más complejo, la manera de aprender debía considerar, en primer lugar, la comprensión de ese medio para la obtención del aprendizaje.

En el siglo XIX por ejemplo, la Revolución industrial, significó una concentración urbana que provocó el hacinamiento de la población, injusticia laboral y desigualdad social que en la mayoría de los países aún no logra resolverse. Pero en paralelo impulsó de manera obligatoria y gratuita la escolari-

dad. La escuela, durante este periodo y quizá aún es así en más lugares de los que quisiéramos, enseña a leer y escribir a los niños como un objetivo primordial del aprendizaje (Pozo, 1996). Pero notamos en esto que se enseña la lectura y escritura no como un medio para acceder al conocimiento, sino como un fin en sí, por lo tanto se entendía desde la infancia que el aprendizaje de este sistema de comunicación significaba un desarrollo en sí, no un canal para llegar al aprendizaje de las materias que realmente podían ser relevantes para el aprendiz.

Bajo esta lógica nos hace sentido la comprensión del medio como mensaje (McLuhan, 1969). Si entendemos la educación desde la mecánica de esta lógica y la relacionamos con la economía y la globalización, nos hace sentido también la identificación del dinero como un fin para el individuo, y no como un medio para la adquisición de un bien necesario. Nótese que nuestra educación está condicionada y sometida a los vaivenes de la economía, y no sólo eso, además los estudiantes y las familias de clase media y/o baja, identifican la educación como una manera de salir de la situación financiera en que están, no como un medio para obtener conocimiento o para

aprender a desarrollar una habilidad o un talento, ni mucho menos para hacer aportes en algún área de interés individual.

La sociedad de fines del siglo XIX y de parte importante del XX, desarrolló una educación eminentemente instrumental.

Entendíamos la educación en el sentido de que los individuos podían formar parte de una sociedad que funcionaba desde una dinámica industrial y mercantilista (McLuhan, 1993).

Sin embargo, la homogenización de la economía y de los procesos productivos de finales del siglo pasado, en paralelo al desarrollo de los medios masivos como principales canales de comunicación e información, generaron un individuo que comprendió su educación como un medio para la obtención de trabajo y su trabajo como un medio para la obtención de dinero. Esta realidad además estandarizó al ciudadano medio y lo convirtió en un eslabón más en la cadena de valor de la producción de bienes, además de un consumidor de estos mismos bienes, situación ideal para la mantención del sistema.

Los medios de comunicación masivos se convirtieron en la posibilidad cierta de escape temporal a la dinámica

desgastante del ejercicio laboral para la satisfacción de necesidades ilimitadas (McLuhan, 1969). El ciudadano-consumidor se somete cómodamente, de manera pasiva e inconsciente a una cascada de información que arrojan los medios. Recibe en su sillón una infinidad de conocimientos, innecesarios e incluso no deseados, sintiendo cómo masajea su mente el gingle de un supermercado y la graciosa rutina de un comediante vestido de mujer en algún programa estelar.

La realidad a la que muchas veces nos vemos enfrentados como docentes es que los medios masivos son capaces de corroer elementos básicos y necesarios del aprendiz para el desarrollo y reconocimiento de su propio proceso, como su capacidad de reflexión, iniciativa, creatividad e incluso la motivación. Se preguntan en muchos casos sobre la razón por la que tienen que aprender algo que ya está en Internet o dominar alguna habilidad que quienes la tienen ya son infinitamente superiores y salen en televisión.

Quizá nuestra responsabilidad va más en hacerles comprender que, si bien es cierto lo que pasa afuera es importante, lo más importante es lo que pasa dentro de nosotros, hacernos conscientes de lo que vivimos y de la posibilidad de

cambiar la realidad externa desde la transformación interna.

DE LA CULTURA A LA CIBERCULTURA

El aprendizaje humano cumple su rol primigenio en lo que significa la interiorización de la cultura, es la única manera de formar parte de ella (Pozo, 1996).

Al personalizar la cultura, es decir, al conectarnos con lo que nos es común y dar un sentido individual a esa pertenencia, estamos aprendiendo a incorporar nuevas formas de aprendizaje. Nuestro aprendizaje responde sobre todo a un diseño cultural (Vigotsky, 1977). Ahora, ¿qué pasa cuando esta cultura no es más que la apropiación de medios y la absorción de contenidos sosos pero fáciles de digerir? ¿No son acaso la televisión y otros medios, reproductores de una cultura que carece de sentido?

Considero que el ideal de una comprensión compleja de las distintas culturas está lejos del cómo se ha dado hasta el momento. La apropiación individual de las culturas desde lo que son, en su complexus y magnitud, está dado por el aprendizaje de cada una de las variables, causas, manifestaciones y repercusiones de éstas en las comunidades que

las incuban, no en la caricatura que implica la reproducción simplista y sin sentido, y que se manifiesta por ejemplo en gente que compra utensilios japoneses, usa pañuelos árabes, se tatúa iconografías chinas o expone símbolos nazis en sus ropas. Este círculo vicioso se potencia al ser los medios los únicos capaces de contactarnos instantánea y superficialmente con la diversidad cultural que yace arcana bajo la espesa capa de la globalización.

Es interesante observar la ligazón entre los medios de comunicación imperantes en cada período histórico y los hechos sociales más importantes. La forma de comunicarnos condiciona los tipos de sociedad que construimos y la manera en que aprendemos. Estamos en una era en que se produce una nueva revolución del conocimiento con la llegada de la sociedad de la información y el desarrollo de una cibercultura.

La llegada de las TIC's suponen una completa transformación cultural, similar a la exquisita metáfora de Stanley Kubrick en "2001, Odisea del espacio", cuando uno de los homínidos utiliza un hueso como herramienta de caza y como un arma para ahuyentar a los miembros de la banda rival. El lanzamiento del

hueso al aire y el surgimiento de la nave espacial simbolizan el gran salto de la humanidad y la aparición de la cultura, como transformación del mundo natural (Kubrick, 1968).

Somos parte del origen de una nueva cultura, una cibercultura, como transformación del anterior mundo cultural. Entendiendo el concepto de cibercultura como el conjunto de las técnicas, de las prácticas, de las actitudes, de los modos de pensar y de los valores que se desarrollan conjuntamente al crecimiento del ciberespacio (Lévy, 2001).

La cibercultura estaría configurando una codificación aún más universal que el alfabeto occidental: el lenguaje digital. La interactividad y la conectividad redefinen el mundo real a través de la expansión de lo virtual.

Estamos en presencia de la gestación de un ser humano que se mimetiza con la tecnología, que percibe y comprende el mundo desde y para la tecnología y la comunicación, dándole su propio significado (Lévy, 2001).

La generación de la cibercultura ya se está socializando en un ambiente diferente al de la generación anterior, aunque no aceptemos o no comprendamos la naturaleza de esos procesos. Es

algo de lo que tenemos que hacernos cargo quienes estamos a llamados a formar parte del desarrollo de los niños y jóvenes que nos adelantan en la conceptualización y manejo de este nuevo lenguaje.

EL APRENDIZAJE EN UNA SOCIEDAD GLOBALIZADA

¿Qué de todo lo que se le transmite al aprendiz es importante que retenga? ¿Tiene sentido el traspaso de contenidos? ¿De qué manera debemos entender ahora el proceso enseñanza-aprendizaje en una realidad globalizada? ¿Son los medios de comunicación un potenciador o un obstáculo en el aprendizaje? ¿Qué le interesa aprender al estudiante de hoy? ¿Cuánto de lo que se le enseña realmente aprende?

Seguramente la mayoría de los docentes se habrán hecho alguna de estas preguntas en momentos de reflexión, sin encontrar respuesta inmediata. En lo personal he divagado con algunas ideas. Los estudiantes generalmente son más prácticos y tienden a memorizar aquello necesitan para sortear algún tipo de situación. Retienen algunos códigos útiles, el resto los desecha, ya que en nuestra cibercultura ya no es necesario el acopio

de contenidos. ¿No entendemos algo? Google, Wikipedia y Monografías no dan respuestas completas en un par de segundos. ¿La información que rescato de la red está en inglés, francés, portugués o chino? Traductor Google me lo soluciona sin problemas.

El estudiante puede disponer de casi todos los conocimientos acumulados por la humanidad literalmente apretando una tecla.

Los que no nacimos en la era de las TIC's entendemos estas nuevas herramientas como un desarrollo tecnológico notable y apreciamos su utilidad desde nuestras limitaciones pasadas. Sin embargo, los jóvenes y niños que entienden esta realidad como algo permanente y en constante evolución, dan por sentado que estarán siempre para beneficio de sus vidas en casi todos los aspectos, incluso para encontrar el amor. Pero ¿verán las limitaciones que genera la adopción de estas herramientas como una extensión de sus sentidos? ¿Identificarán que así como las TIC's nos ayudan a resolver asuntos de diversas materias, también son capaces de desarrollar vicios en nuestros procesos de aprendizaje que a la larga pueden significarnos limitaciones individuales?

Aunque los avances tecnológicos y la masificación de la alfabetización digital han generado un incremento cuantitativo respecto a que cada vez más alumnos tienen la posibilidad de aprender, también son cada vez más los alumnos que no aprenden (Pozo, 1996), ya que el desarrollo de la técnica en las herramientas para el proceso enseñanza-aprendizaje no es directamente proporcional al aprendizaje de los estudiantes.

¿Por qué falla el proceso de enseñanza-aprendizaje si tenemos un desarrollo tecnológico sin precedentes para facilitarlos?

El problema es muy complejo como para responsabilizar al docente o al alumno. Quizá en algunos casos el escenario educativo no está pensado teniendo en cuenta las características de los participantes (Pozo, 1996), o tal vez el foco está dado en la apropiación de la experticia del medio en lugar de la identificación de un sentido respecto al por qué se ocupa tal medio.

La ciencia técnica busca crear soluciones en virtud de una simplificación al máximo para reducir al mínimo la necesidad de aprender por parte del usuario (Pozo, 1996).

Sin embargo, la misma ciencia desarrolla más satisfactores de manera acelerada y en pos de objetivos comerciales, dejando obsoleto lo anterior y obligando al usuario a desaprender y reaprender un ritmo agotador, que no permite la práctica, la reflexión o la búsqueda de sentido. Nos vemos movidos a tener que hacer sin saber realmente qué se hace.

LA CREATIVIDAD EN EL APRENDIZAJE DEL SIGLO XXI

“La creatividad es como un volantín. Si no tiene hilo se irá hacia cualquier lado y recorrerá el infinito cielo de nuestra imaginación. El hilo de nuestro volantín es el sentido que le doy a la necesidad de crear algo” (Castillo, 2010)³.

La definición más convencional de creatividad tiene que ver con la generación de nuevas ideas o conceptos, o de nuevas asociaciones entre ideas divergentes que promueven la solución original de un problema.

Parafraseando a Alberto Labarre, la creatividad aparece en nuestra realidad mezclándose, rompiendo, mutando, trascendiendo, adaptándose y reestableciendo lo conocido. Él considera necesari-

³ Rodrigo Castillo Ahumada. Magistrate de Psicología Educativa en la Universidad Santo Tomás y autor de este artículo.

rio el reconocimiento de tres poderes para el creador del siglo XXI: El poder para comunicar, el poder para gestionar y el poder para hacerse responsable de todo lo que respecta a la propia creatividad del individuo (Labarrere, 2009). Aunque esta observación me parece necesaria y relevante, la quiero dejar intacta para referirme a otros aspectos más sustanciales respecto al proceso creativo en sí, y su vínculo con la educación desde la complejidad en una realidad globalizada.

El desarrollo de la creatividad guarda relación directa con la capacidad de construir el propio aprendizaje. Hoy que nos enfrentamos a un mundo caótico y lleno de incertidumbre, no existe la posibilidad de respuestas o soluciones estandarizadas por más que la ciencia las busque. Estamos ante un mundo cambiante y acelerado, que nos emplaza a reinventarlo día a día. Debemos ser flexibles no sólo en la comprensión del mundo, sino además en la co-construcción del mismo.

En la actualidad la necesidad de aprender es transversal a todas las actividades sociales y a la vez ese aprendizaje debe ser constante. Nunca ha habido una época en la que hubiera tanta gente aprendiendo diversas materias. Estamos en la

sociedad del aprendizaje (Pozo, 1996). Pero ¿cuántos de esos procesos consideran la necesidad del desarrollo de la creatividad en los estudiantes? ¿Cuántos de esos programas académicos son lo suficientemente flexibles como para aceptar el caos, el cambio, la incertidumbre y la posibilidad de que el aprendiz sea capaz de buscar soluciones de manera distinta a las aprendidas?

Necesitamos adquirir muchas herramientas para enfrentarnos a una diversidad de problemáticas. El aprendizaje ya no debe ser una actividad mecánica ni rutinaria. Debemos ser capaces de elaborar estrategias que consideren, además de los recursos disponibles para la solución de problemas, la pertinencia de saber cuándo y cómo deben ser utilizados. Es clave aprender a aprender (Pozo, 1996). Ahora, a partir de esto abro un punto importante que he desarrollado para entender mejor el rol que cumple la creatividad en el aprendizaje.

A mi entender el proceso creativo está dado por tres etapas fundamentales:

- 1) La investigación (análisis y diagnóstico)
- 2) La generación de ideas (de acuerdo a la problematización)

3) El ajuste de las ideas (de acuerdo a la solución)

Esta clasificación básica de cómo entender el proceso creativo guarda relación con la necesidad de entender la creatividad como una transformación de lo ya existente, por lo que la investigación de información (otras ideas) es un paso clave para que el producto final sea realmente original. En esta parte es fundamental la observación, darle tiempo a la reflexión, ya sea individual o grupal.

La generación de ideas es por lo general la etapa que más le gusta al aprendiz, ya que tiene la posibilidad de expresarse sin límites ni reglas para la búsqueda de soluciones creativas. Sin embargo, acá me he encontrado en el ejercicio de la docencia con aprendices que, en lugar de proponer algo original, exponen ideas preexistentes con un mínimo de alteración, o explícitamente soluciones lógicas y probadas. Lo interesante de esto es que en nuestro sistema de pensamiento occidental es bien visto este mecanismo de resolución de problemas, pero resulta nefasto para el desarrollo de la creatividad y la comprensión de un aprendizaje más complejo. Lo ideal acá es estimular el pensamiento divergente y que los estudiantes sean prolíficos, para así

obtener un mayor número de ideas y, en lo posible, lo más ajenas a la lógica racional. Empero, esto se puede solucionar en el aula de múltiples maneras, siendo una excelente alternativa la enseñanza de técnicas de creatividad. Sin embargo, no puedo dejar de mencionar que las técnicas de creatividad debiesen ser instruidas como un medio para, no como un fin.

En el ajuste de ideas simplemente ponemos a disposición las propuestas y las amoldamos a lo objetivamente factible, utilizando principalmente el pensamiento lógico-matemático. El objetivo acá es hacer el esfuerzo intelectual de lograr que todas esas ideas, por muy irracionales que nos parezcan, puedan ser viables en términos prácticos, para finalmente evaluar y seleccionar la o las más pertinentes. A pesar de que acá debemos recurrir a la racionalidad, no es menos cierto que requerimos también ser creativos para conseguir ese vínculo entre lo que posible y lo absurdo.

Si entendemos bien este proceso desde esos tres pasos básicos podemos trabajar mejor el desarrollo de la creatividad en los aprendices, y si leemos entre líneas, podemos apreciar también el hecho de que este proceso estimula el pensamiento reflexivo y la aceptación de las

ideas divergentes, además de la capacidad de transformar lo aprendido en función de nuevas realidades problematizadas y comprendidas por el mismo individuo.

APRENDIZAJE EN LA ERA DE LA CIBERCULTURA

Como sabemos el conocimiento está descentrado gracias a la influencia de los medios y al desarrollo sin precedentes de las TIC's. La memorización y el aprendizaje reproductivo no tienen mucho sentido en un mundo complejo y caótico. Son pocas las cosas que quedan para memorizarse, la gran mayoría de ellas hay que comprenderlas y reaprenderlas una infinidad de veces.

Estamos en una revolución en los soportes de la información, la era de la cibercultura, donde las nuevas tecnologías de almacenamiento, distribución y difusión de la información permiten un acceso casi instantáneo a grandes bancos de datos, que contienen esquemas, imágenes, archivos de audio y de audiovisuales, mecanismos comunicacionales más inmediatos y fáciles de procesar.

El aprendizaje desde la complejidad apuesta por incrementar la reflexión y la toma de conciencia sobre las propias dificultades del aprendizaje con el fin de

sortearlas (Pozo, 1996). A pesar de que los profesores y profesoras nos hacemos cargo de gran parte del proceso del estudiante, en ningún caso debemos proporcionar soluciones prefabricadas, ya de esto último tenemos bastante con los medios de comunicación masiva. Debemos buscar que el estudiante sea capaz de profundizar en las propias soluciones y asistirlo únicamente en lo que implica el desarrollo de sus propias estrategias para aprender y proponer.

DISCUSIÓN

Existen muchos detractores y adherentes al fenómeno de la globalización. Suena tentador entender y simplificar el concepto desde los lugares comunes tan idealizados como *un mundo sin fronteras* o *comunidad global*, sin embargo este hecho que marca nuestra existencia, puede corroer muchos de los patrimonios culturales, económicos, valóricos, idiomáticos y folclóricos que con tanto celo han querido conservar las comunidades con sentido de pertenencia y las personas con identidad arraigada.

Tampoco podemos caer en clichés negativos como *fábrica global* (McLuhan, 1993) o *mall mundial* para caricaturizarlo en el sentido inverso. La

idea es entender que la globalización posee aspectos que han cambiado la manera de comprender la experiencia humana y debemos hacernos cargo de eso. No se trata de una resignación frente a aquello que parece ser un ariete que amenaza con despedazar el débil pórtico defensor de nuestra conciencia, se trata de recoger parte de lo que pasa frente, por debajo, encima, por los costados y a través de nosotros para observarlo, reflexionar, comprender y transformar lo que nos parezca pertinente en función del bienestar y desarrollo de la nueva humanidad de la que somos parte.

Aunque la presencia de las TIC's no garantiza la democratización en el acceso al conocimiento ni la reducción de los niveles de desigualdad social, la comprensión de estas técnicas como parte importante de un sistema educacional nos puede permitir el desarrollo cierto de los aprendices de hoy. Debemos abogar porque estas nuevas tecnologías no contribuyan a perpetuar la dominación de unas naciones por sobre otras ni de ciertas clases sociales por sobre las inferiores.

Debemos estar preparados para la cibercultura y planificar, diseñar y aplicar estrategias que, aunque puedan estar limitadas a un currículum con énfasis en el

contenido, signifiquen la elaboración de materiales didácticos cuyo soporte sean las TIC's, asociado a una filosofía de trabajo centrada en el estímulo de la creatividad del estudiante y a la dimensión ética en el uso de estas tecnologías. Podremos llevar así al aprendiz a la dimensión que los medios masivos en cierta medida le han quitado y a sentirse protagonistas de su propia realidad.

Se gesta una nueva dimensión en la transparencia informativa y a un acceso democrático al conocimiento. Internet abre posibilidades insospechadas, aunque también plantea desafíos importantes al docente, quien deberá enfrentarlos proactivamente e incorporar las nuevas tecnologías como un pilar que reconfigura la manera de enseñar.

Si hacemos un diagnóstico certero nos daremos cuenta que el enfoque hacia la apropiación de contenidos lacera nuestro pensamiento reflexivo. Debemos entender nuestra formación profesional y la de nuestros estudiantes desde una visión más crítica, aunque sin desprestigiar en lo absoluto el desarrollo de la técnica (Ossa, 2006).

Nuestro trabajo práctico debe cumplir con una mayor participación e integración de parte de todos los actores

sociales en función de actividades integradoras, desarrolladoras e innovadoras y no dejar que la sociedad se construya desde los poderes fácticos y los medios de comunicación que pueden terminar hipnotizándonos hasta el punto de crear un mundo encima nuestro y no desde y para nosotros.

En el año 2006, la revista TIME publicó una portada en donde el titular decía: *Person of the year: YOU*, haciendo referencia el autor del artículo a que los grandes logros de la humanidad han sido contruidos por grandes, poderosos o famosos hombres, pero que en la actualidad podemos ver las cosas con un lente diferente y darnos cuenta de que esta historia la estamos construyendo en comunidad y colaboración global, como nunca antes (Grossman, 2006).

Wikipedia es la biblioteca más inmensa e instantánea que existe en el mundo, y está al acceso de todos sin necesidad de tarjetas, documentación o pagos. YouTube es la mejor manera de compartir de manera casi análoga nuestras experiencias con el mundo. Internet es una herramienta que logra que una sola persona, sin poder ni dinero, tenga mucha importancia en el mundo en cosa de segundos. Esto es realmente una revolución

y debemos aprovechar este momento histórico para provocar una revolución en los procesos de aprendizaje de nuestros estudiantes y de nosotros mismos.

La globalización nos ha hecho incorporar a nuestra dieta el sushi japonés, el vodka ruso y el té verde chino. Permitió a nuestros adolescentes imitar el comportamiento de sus pares de Londres, California y Tokio. Nos ha dado una ventana a la vida privada de cada una de nuestras amistades a través de Facebook. Nos facilita la compra de libros, películas y música, e incluso la posibilidad de obtenerlos gratis.

Vemos cómo la innovación explota en múltiples formas en todas las áreas del quehacer mundial, ¿decidiremos quedarnos absortos frente a tal manifestación o seremos una de esas millones de mentes abastecedoras de ideas?

No debemos permitir que nuestros aprendices terminen su jornada una y otra vez aislados en la satisfacción sensorial que significa echarse en un sillón, ver un programa de lectura liviana y no mover más que el pulgar para apretar el control remoto. Debemos tomar las riendas de los medios que podamos y hacernos presentes en esta democracia cibercultural. Si no nos hacemos cargo de ese poder que nos

da la nueva realidad, ésta se encargará de aprovechar nuestra pasividad y surgirán nuevamente las sombras del dominio de unos pocos sobre muchos.

El mundo está cambiando a partir de nosotros, pero es necesario que también veamos que está cambiando la forma en que el mundo cambia y la manera en que aprendemos a cambiar, a transformarnos.

Si logramos esa comprensión holística, en la que confluyen los medios masivos, las TIC's, la cultura, la cibercultura, los estudiantes, los maestros y los actores sociales en general, quizá entenderemos que no hay una solución a cada problema que presentan estos partici-

pantes por separado, sino una totalidad en movimiento de la que somos esencia.

Resulta necesario nutrir este complejo con una visión crítica, estimular y autoestimular la observación, desarrollar la creatividad y el uso del proceso creativo en cada problematización que se nos presente, abrir nuestra mente y agudizar nuestra visión respecto a los cambios que tiene nuestra sociedad con este tipo de reflexiones, y hacerlo desde nosotros mismos y desde el reconocimiento de que ya es el tiempo de hacerlo.

REFERENCIAS CONSULTADAS

McLuhan, Marshall & Quentin Fiore, (1969). *El medio es el mensaje*. Buenos Aires: Paidós.

McLuhan, Marshall & Bruce E. Powers, (1993). *La Aldea Global*. España: Gedisa S.A.

Vigotsky, L. S., (1977). *Pensamiento y lenguaje*. Buenos Aires: La Pléyade.

Páez, D., (1987). *Pensamiento, individuo y sociedad. Cognición y representación social*. Madrid: Síntesis.

Pozo, J. I., (1996). *Aprendices y Maestros*. (1ª. ed.). Madrid: Alianza.

Lévy, Pierre, (2001). *Cibercultura*. Informe al consejo europeo en el marco del proyecto Nuevas tecnologías: Cooperación cultural y comunicación. Chile: Dolmen Ediciones S.A.

Canglini, García, (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.

Labarrere, Alberto. *El desarrollo de la creatividad en los estudiantes. Imperativo del siglo XXI*. Conferencia en AELAC, Chile. Enero de 2009.

Ossa, Carlos. *Ponencia presentada en las VII Jornadas Internacionales de Psicología Educativa*. Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima. 2006.

Ramonet, Ignacio (2002, diciembre). *Medios concentrados*, Le Monde Diplomatique [versión electrónica]. Disponible en www.lemondediplomatique.cl [2010, 10 mayo]

Grossman, Lev (2006, diciembre 13). *Time* [versión electrónica]. Disponible en <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1569514,00.html> [2010, 20 mayo]

Kubrick, Stanley (Director) & Clark, Arthur C. (Escritor), (1968). *2001: Space odyssey*. [video]. United States: MGM.

Diccionario de lengua española. Real Academia española [versión electrónica], http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=globalización [2010, 10 mayo]