

El multimedia interactivo como lenguaje cotidiano

*ANTONIO CARA RIBAS**

*FRANCISCO JAVIER VIZUETE VILLAR**

Hemos pensado y repetido tantas veces el mismo juego de palabras que no nos atreveríamos a decir que no lo hemos escrito antes, pero desde ya, sí podremos afirmar dónde quedó depositado: en papel ¿o en CD? ¿o en el aire de un bonito coloquio?:

La lista de los reyes godos era el paradigma de enseñanza memorística. Durante años hemos crecido pensando en ese paradigmático ejemplo y hemos tratado de huir de él, porque los niños no lo interiorizaban, o internalizábamos...

Sin embargo la actualidad más aplastante nos demuestra que nuestros niños son capaces de aprenderse enormes y extraños listados de personajes, que además asumen sin dificultad y con cuantos contenidos anexos se quieran suministrar.

Basta ver la serie de los «Pokemon» o los «Digimon», pero en nuestra infancia eran las listas de robots de «Mázinga Z» o las tripulaciones de naves espaciales...

Partiendo de esta constatación nos enfrentamos a una premisa que habíamos aceptado y que parece demostrarse falsa, la de que «el aprendizaje memorístico no era viable» como medio pedagógico. Y si es puramente

* Equipo Pedagógico Edebé. Barcelona.

memorístico seguro que no lo debe ser... Aunque no será este tema el que centre nuestra ponencia. Es simplemente una premisa que queremos establecer para centrar las bases de esta ponencia y uno de los elementos clave en nuestros trabajos.

Realmente la memoria, y es una verdad de perogrullo, es el sustento de cualquier conocimiento humano, o al menos de la mayoría del conocimiento... los biólogos y otros científicos dirán... Lo que ocurre es que **la memoria debe ser anclada, fijada en unos condicionantes previos que hay que construir.**

1. LA CLAVE, LLEGAR AL RECEPTOR

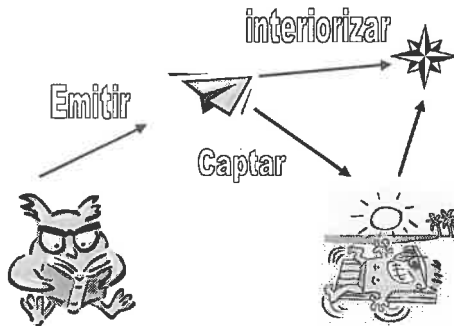
La clave, la esencia de la transmisión de conocimientos, radica en estos momentos, pero quizá siempre, en la forma que tengamos de expresar, de transmitir nuestros conocimientos. ¡Claro, siempre que tengamos algo que enseñar! Y el reto que nos plantea el mundo actual es sencillamente de competitividad por la atención del público. Esa es la esencia de la comunicación que hoy llevamos a este foro.

Nosotros tenemos unos contenidos que transmitir, todos los participantes de este circuito de comunicación, todos los lectores, porque en otro caso difícilmente se acercarían a este árido texto... Y, evidentemente, el continente sólo será vital si tenemos algo que envolver: **los contenidos**. Unos contenidos que, sin embargo, sólo serán fundamentales, sólo pasarán a ser importantes, si logramos que el sujeto activo nos ceda su atención en unos breves lapsos, nos guste la situación o no.

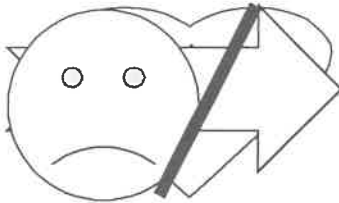
Y con todo esto no argumentamos que el contenido intrínseco haya perdido su sentido, simplemente esgrimimos que: teniendo un contenido que comunicar, lo importante será la capacidad de hacerlo llegar a nuestros receptores.

Ésta es una premisa que vale tanto para el maestro, el educador o el publicista, como para el músico, el artista, el arquitecto o el político, porque si no se les «escucha» es imposible que el mensaje llegue al destinatario que se pensó.

Un circuito básico de comunicación nos da la clave:



Si el canal no existe o se pierde, se pierde la comunicación.



La nueva sociedad de la «infoxicación»

No es nada nuevo argumentar que el número de impactos visuales ha crecido de forma exponencial en los últimos 10-20 años. Aunque sería más acertado hablar de impactos totalmente cambiantes, pues no se trata de que antes anduviésemos con los ojos cerrados, si no que ahora los impactos son mucho más diversos y variopintos, «más impactantes, vamos».

Hoy existen miles de profesionales que piensan constantemente en cómo captar nuestra atención, los publicistas, por ejemplo. Y luchan por sólo unos segundos de atención para transmitir un mensaje sucinto, claro y concreto: tal producto es el mejor, compra aquel «bote», o, no podrás vivir sin «X»...

Los niños y jóvenes se ven constantemente captados e incluso seducidos por diferentes propuestas, pero sólo se entregan, a medio plazo, a unas pocas de ellas, ahí debería radicar nuestra habilidad como comunicadores. En conseguir que nuestros receptores sean leales a nuestros contenidos porque disfrutan con nosotros y con las actividades que les planteamos.

Así debemos centrar nuestro esfuerzo en proporcionar actividades que:

- capten, en primera instancia, la atención de nuestro interlocutor,
- seduzcan su inteligencia, y
- cautiven su mente

para que destinen su tiempo a aprender con nosotros lo que estamos dispuestos a compartir con ellos. ¿Fácil de decir, verdad?

Porque, no nos engañemos, además de una amplia oferta de focos de atención, el niño y el joven se ven atraídos por lo lúdico y tienden a rechazar lo obligatorio. Así que en muchos casos nos enfrentamos con condicionantes negativos previos, al menos con aquello que nosotros forzosamente etiquetamos como «escolar». Baste ver que materiales multimedia etiquetados como educativos, aunque tengan su público y sus espacios propios, difícilmente se introducirán en circuitos comercializables diferentes, aunque puedan ser más divertidos que muchos que no llevan ese calificativo en la portada... Incluso los padres buscan los refuerzos educativos para sus hijos desde una vertiente lúdica, pensando en alternativas al proceso habitual en el que los niños deberían sentirse «como pez en el agua».

2. COMPETIR POR LA ATENCIÓN: LA FORMA DE SER ESCUCHADO

Este nos parece el camino recto, aunque esté plagado de curvas, para llegar a compartir y a formar, formándonos nosotros también¹... Es la forma de llegar a niños y jóvenes hoy como antes. Y en ese sentido recordamos cuantas vocaciones por una u otra ciencia, por un área de conocimiento u otra...

Cuantas formas de ver y vivir el mundo surgieron gracias a aquel comunicador que nos enseñó lo que cada uno de nosotros más queremos ahora, sea o no lo más importante... Sólo que hace años lo llamábamos «maestro», «maestra», «abuelo», «madre»... sin pensar que era alguien que de uno u otro modo nos había «comunicado» su mensaje, y lo había hecho de tal modo que la semilla estaba sembrada en el ventrículo izquierdo, ese que a veces pierde el ritmo... Y de esa semilla crecía un tallo hasta nuestra cabeza y se diseminaba por nuestra vida, y la de nuestros amigos, familiares, hijos...

Y no son ideas ni conceptos nuevos: todos, siempre, hemos sido multimediales. Combinamos sonidos, imágenes, gestualidad, comportamientos... Cuidamos nuestras casas, nuestros espacios de trabajo... y les damos una estética concreta, más o menos conscientemente. Todo ello orientado a generar ambientes acogedores. Y pensado también para provocar actitudes positivas entre los receptores, si somos conscientes y capaces de ello.

¿Qué eran los cuentos o las fábulas? ¿Eran tan distintas de lo actual cuando hoy extraemos los guiones de CD-Rom, dibujos animados o películas de esos viejos relatos? ¿Y las catedrales? ¿No se usaba la música? ¿No eran el

¹ Sólo sabiendo lo que interesa a nuestro interlocutor en cada momento y en cada ámbito podremos diseñar estrategias, productos, actividades... que intenten conseguir ese objetivo marco de captar, seducir, cautivar. Además, evidentemente, en los aspectos técnicos necesitaremos una constante formación para poder utilizar, o al menos elegir, los instrumentos ideales para conseguir nuestro objetivo. Pero esto es algo ya habitual y asumido en todo el mundo laboral. ¿Alguien renunciaría hoy a las ventajas del teléfono móvil?

gesto, la actitud, el vestuario, las imágenes... formas de transmisión? En el fondo tampoco han cambiado tanto las cosas.

Captar, seducir, cautivar. Ya hemos dicho que nuestros jóvenes caen cautivados ante unos pocos juegos, actividades, series televisivas, profesores... La diferencia sobre un pasado que forzosamente estereotiparemos está en dos elementos:

1. La forma, el medio, deberá, o al menos podrá, ser diferente.
2. Algunos aspectos de la «antigua comunicación» varían.

Veamos primero el segundo punto.

Ahora la consecución del primer y segundo objetivo (captar/seducir) no es tan puntual, tan inicial como pudiera parecer nos hace un tiempo. Ya no puede quedar en acciones iniciales de acercamiento, sino que debe retroalimentarse una vez tras otra hasta que el entorno se constituye en una práctica habitual. Deberíamos plantearnos acercamientos sucesivos a las mismas puertas, a las mismas personas, ofreciendo diferentes servicios, ayudas «desinteresadas»... Sin esperar grandes resultados inmediatos.

Eso no es bueno o malo intrínsecamente, sólo es un símil de objetivos como «lavarse los dientes», u obtener una actitud positiva, de «familiaridad cómoda» con el entorno que rodea al receptor voluntario.

¿Cómo conseguirlo? Haciendo amena y atractiva la comunicación.

3. MANTENER EL ESPÍRITU MODIFICANDO LA FORMA

Se pueden imbuir conocimientos de muchas formas. Podemos hacer leer y releer una lección o un texto cualquiera, o podemos diseñar juegos para que aprendan jugando y riendo, y los resultados son abismalmente diferentes.

Y no necesariamente debe ser un sofisticado juego informático, puede ser un sencillo juego de preguntas y respuestas: un «Trivial» no deja de ser un parchís con preguntas, hasta en la disposición del tablero...

El contenido lo debe definir cada organización y adaptar cada educador²: en el caso de las editoriales de libros de texto nos ceñiremos a contenidos curriculares determinados por los diferentes currículos de las Comunidades Autónomas. Todos los que nos esforzamos por educar estamos en un lugar común y creemos que en estos tiempos es una encrucijada.

4. ¿CÓMO INTENTAR LLEGAR A LOS NIÑOS Y JÓVENES?

El simple hecho de plantear este subtítulo ya nos pone en «camisa de once varas». Nosotros sólo podemos aportar aquí nuestra propia experiencia y la de un puñado de colaboradores decididos a mejorar sus estructuras educativas y sus formas de enseñar, pero a pesar de ello creemos que puede tener cierta validez nuestra receta casera muchas veces practicada.

El deseo y el deber de cualquier educador debería ser transmitir contenidos sociales y funcionales que ayuden a nuestra juventud a crecer (en el más amplio de los sentidos). Como ya hemos podido observar esa transmisión pasa en parte por el medio, pero como también hemos apuntado, el medio tecnológico puro, con ser un camino posible, útil, novedoso y efectivo en buena parte de la juventud, no es el único.

² Lo ideal, y no está muy lejos técnicamente, sería llegar a personalizar los materiales en función de los gustos, el nivel y el contexto cultural de cada individuo. Así por ejemplo es más fácil acercar las matemáticas a un aficionado a las «letras» a través de Arquímedes o entornos de la Grecia Clásica, mientras que a la inversa se puede conseguir cierta aproximación a la Historia trabajando estadísticas... con alumnos aficionados a las «ciencias».

Partamos de una percepción personal de los gustos en la actualidad: Es evidente que entre nuestros jóvenes, y cada vez en edad más temprana, impera una cierta tendencia al pragmatismo, a buscar la utilidad inmediata, lo cual no deja de contener una cierta lógica cuando se deben sentir inmersos en un mundo en que el conocimiento «caduca» en muchos casos de forma rápida. Podríamos pensar que incluso se trata de una cierta inteligencia intuitiva. El teléfono móvil sería el paradigma de lo que hemos vivido los adultos en estos últimos tres años: llegamos a pedirles consejo a nuestros jóvenes en el manejo de estos cacharros.

En general podemos decir que se interesan por los medios de comunicación (correo electrónico, foros y chats...), por la tecnología y por lo novedoso. Y no olvidemos un lugar común que hay que tener siempre presente aunque sea otra verdad de perogrullo: la tecnología, y sobre todo las «nuevas tecnologías» sólo lo son para aquellos a quienes nos sorprenden a partir del segundo tercio de nuestra vida. Para quienes nacen con una tecnología extendida, o la perciben en su infancia y juventud, es algo normal y asumido.

En paralelo, y habría que analizar profundamente nuestra sociedad para saber el porqué, existe un imperante gusto por lo lúdico, desean «pasárselo bien».

El cuadro podría parecer negro, pero las cañas se pueden tornar lanzas si pensamos en positivo y utilizamos la imaginación:

- Los contenidos pragmáticos y tecnológicos pueden ser además medios para incorporar otros contenidos, pues la tecnología en sí sólo es un medio. Así por ejemplo, hace un tiempo se decía que el «e-mail» iba a ser el definitivo verdugo de la lengua escrita bien utilizada. No se pensaba que la poca calidad de los textos bien podía ser una expresión de algo anterior que sólo ahora nos saltaba a los ojos. Sin embargo diferentes prácticas en la escuela permiten observar la idoneidad del correo

electrónico para enseñar a redactar cartas, por ejemplo, o para aprender idiomas demostrando que las recitaciones tradicionales tenían un sentido para comunicarse con gente de otras tierras con intereses comunes. Una amiga nos aportaba una reflexión a través de e-mail bien linda³. ¿Qué más cosas se podrían enseñar junto a este contenido evidentemente útil? Y el dotar a las «herramientas» de un contenido, de un sentido da doble valor a lo enseñado y orienta el uso correcto.

- El juego, bien multimedial, bien en su sentido tradicional, no deja de ser otro medio pero puede permitir, desde el deber y el gusto de respetar las reglas hasta enseñar cualquier contenido siempre que cumpla con la premisa de conseguir que el participante se sienta implicado, y ahora puede ser más importante para fomentar un interés y una competitividad bien entendida pues las evaluaciones y las «notas» han perdido mucho de su peso específico.
- Hacer partícipe al niño/joven de la construcción del conocimiento. Eso hace que aumente su autoestima y su sentido en el proceso educativo y en el grupo, aunque existan miles de kilómetros de distancia. Fomenta el compromiso.

Y en el fondo...

Todos y cada uno de los educadores somos un todo multimedia, en positivo o en negativo, un modelo a seguir o a rechazar, que escribe, habla, gesticula, dibuja... independientemente de los instrumentos que utilice, aunque evidentemente seduce más el que maneja nuevas tecnologías o el que toca la guitarra que quien «canta a capela», salvo que tenga una voz extraordinaria, y, aun en ese caso, siempre que cante algo que sintonice con su «público», el receptor.

³ «Lo que detesto es esta filosofía moderna impuesta por el correo electrónico que decide que el pasado se debe eliminar. Hay que recuperar esa cultura de las «cartas» que siempre están ahí y que te hacen tan feliz cuando las lees y las relees. Como dice Carmen Posadas, lo que se pierden los jóvenes escribiendo mensajes de amor a través de un móvil que un operador de telefonía decide borrar cuando pasan 4 días.» Ángeles Escobar, en e-mail particular.

Y nos gusta saber que los procesos aquí enunciados generan en sí mismos una serie de sinergias muy positivas en todo el entorno educativo que realimentan el proceso: los profesores se sienten más cerca de la sociedad y orgullosos de ofrecer nuevos y positivos recursos a sus discípulos. Los padres se sienten más cerca del mundo educativo a través de los aprendizajes de sus hijos, y si se desea, de servicios familiares como correo electrónico, espacios de contacto virtuales con los educadores... Los centros se sienten orgullosos de aportar tecnología a su formación.

Y los niños y jóvenes disfrutan durante unas horas «extras»...

Quizá debemos plantearnos adaptarnos a los tiempos que corren:

- El entorno ha cambiado.
- El ordenador se ha introducido en la vida cotidiana...
- y en la Escuela.
- La calle ha sido privatizada por los vehículos.
- La televisión y los ordenadores (game boy, play station...) han ocupado su lugar, aislando a la juventud en espacios delimitados.

Y pensar además algo que se pasa por alto:

- Los medios técnicos en sí mismos son insuficientes, por no decir inútiles, lo importante es la dinamización, la animación, el uso que se hace de ellos.

Edebé ha pensado en soluciones para todo ello, pero eso ustedes ya lo saben y este no es el lugar para explicarlo, los ponentes somos simples creadores e ideólogos de toda una línea creativa gracias al apoyo de nuestra empresa.

En definitiva, se trata de atender las necesidades y los sueños inmediatos sin perder de vista qué queremos enseñar. Trabajando y ayudando a trabajar en equipo a enseñantes, con proyectos transversales que implican diferentes materias, algo tan novedoso como las tecnologías.

Se trata de mantener el contenido y el objetivo modificando la forma. Y conocemos los lenguajes expresivos (podemos mediar con la oralidad, la música, los lenguajes gráficos...), independientemente de los medios técnicos en que se implementan.

O se trata de modificar en algunos casos, los contenidos para defender los valores universales.

El objetivo final sería «cambiarlo todo», pero no «para que nada cambie», como diría Lampedusa, sino para que cambie a mejor.

Gracias por haber llegado hasta aquí.