

NUEVAS TECNOLOGÍAS, EDUCACIÓN A DISTANCIA Y LA MERCANTILIZACIÓN DE LA FORMACIÓN

Manuel Area Moreira
Universidad de La Laguna, España

EL CONOCIMIENTO Y LA CULTURA COMO MERCANCÍA

Uno de los fenómenos más representativos de las transformaciones socioculturales en la época contemporánea se refiere a los cambios en los modos de producción y consumo de cultura. La cultura es decir, la manifestación de las ideas, significados, valores, sentimientos y experiencias humanas, a diferencia de lo que ocurrió en el pasado, ha sido convertida en un producto de consumo generado desde las industrias culturales o de la conciencia en expresión de los pensadores de la Escuela de Frankfurt. Este fenómeno se conoce como el proceso de mercantilización de la cultura.

La mercantilización del ocio, del conocimiento y de la cultura ha sido ampliamente analizada en los últimos años desde el denominado campo de los "estudios culturales" y por la llamada sociología de la comunicación de masas que ha puesto de manifiesto que el conjunto de experiencias que tienen que ver con la cultura son transformadas en un producto que están sujetos a las mismas reglas y mecanismos de producción y distribución que cualquier otra mercancía. El análisis de la economía política de los medios de comunicación demuestra con datos empíricos cómo este proceso, iniciado hace aproximadamente veinticinco años está conduciendo a una concentración de los medios para la información y el entretenimiento en pocas empresas (Sony, WarnerBross, CNN, Disney, ...). En España fueron útiles los informes anuales que sobre Tendencias en Comunicación Social elaboró FUNDESCO en el periodo 1989-1996. A nivel internacional destaca, entre otros, los informes periódicos que elabora la UNESCO sobre la Comunicación y la Información a nivel mundial en los que se ve reflejada con datos estadísticos la evolución del conjunto de servicios, empresas y actividades desarrolladas con medios y tecnologías de la información por zonas geográficas del planeta.

Dicho de otro modo, en el tiempo actual la cultura ha sido cosificada, convertida en un producto o mercancía que se vende y se compra, y que al igual que otros productos y bienes materiales, responden al proceso de elaboración, distribución y comercialización industrial en masa: con propietarios, trabajadores, intermediarios, consumidores. En este sentido, Yudice (2002) explica que la cultura actualmente es un fenómeno inserto en el entramado industrial del sistema económico occidental, por lo que propone el concepto de la "cultura como recurso". Según este autor "el papel de la cultura se ha expandido de una manera sin precedentes al ámbito político y económico, al tiempo que las nociones convencionales de cultura han sido considerablemente vaciadas,... la cultura se ha convertido simplemente en un pretexto para el progreso sociopolítico y el crecimiento económico" (p. 23)

Rifkin (2000) por su parte, en su obra *La era del acceso*, mantiene la tesis de que en el nuevo "capitalismo cultural" las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) juegan un papel fundamental ya que nuestras vidas cada vez están más mediatizadas por los nuevos canales digitales de expresión humana. De este modo "tras siglos de existencia cuasiindependiente, solo ocasionalmente en contacto con

el mercado, la cultura -nuestra experiencia compartida- se está convirtiendo en un objeto económico, gracias al poder que comienzan a ejercer las nuevas tecnologías sobre nuestra vida cotidiana" (p. 188)

De modo similar, Tedesco (s.f.) afirma que "el nuevo capitalismo, modifica profundamente tanto los patrones culturales del pasado como las instituciones responsables de la producción y la distribución de cultura. En el capitalismo industrial, la cultura se basaba en instituciones que funcionaban sobre la base de la lógica de la oferta. La escuela - y también la TV general - estaban basadas en ofrecer a todos un mismo producto y esta oferta tenía, por eso, un fuerte poder homogeneizador. En esta lógica y en este poder se expresaba la voluntad hegemónica de los sectores dominantes. Los nuevos mecanismos culturales, en cambio, se basan en la lógica de la demanda. Internet, la TV por cable (y la escuela basada en los mecanismos de responder a las demandas del "alumno-cliente"), invierten el esquema anterior y, en ese sentido, expresan la escasa voluntad hegemónica del nuevo capitalismo, al cual no le interesa incluir a todos en un esquema único" (p. 5).

Lo que quiero poner en evidencia con lo expresado hasta ahora es que las tecnologías de la información y de comunicación inciden notoriamente en el proceso de cosificación de la información y de la cultura fenómeno, que como veremos más adelante, tiene su propia traducción en la actividad pedagógica. El sector industrial que comercia o apoya sus actividades económicas en la información y los productos culturales (medios de comunicación de masas como la televisión o el cine, las empresas de software, el sistema financiero, las industrias del ocio y entretenimiento, las telecomunicaciones, etc.) representa un sector en constante crecimiento y cuyo volumen económico está desplazando, o al menos compitiendo, con los sectores pertenecientes a la economía representativa de la segunda revolución industrial (automóvil, petróleo, industrias eléctricas).

Estas tecnologías digitales en sus múltiples formas (telefonía móvil, Internet, multimedia, televisión digital, videojuegos...) permiten transformar la experiencia empírica de las manifestaciones culturales del ser humano (deporte, música, expresión icónica, comunicación interpersonal, etc.) en una representación digitalizada en un soporte informático, y de este modo, es susceptible de ser distribuida a gran escala, sin limitaciones temporales ni espaciales. En esta época histórica en que el tiempo del ocio aumenta, en el que existe una demanda en crecimiento de experiencias relacionadas con el consumo de manifestaciones culturales, en el que gran parte de la población posee una formación intelectual básica que le permite acceder y comprender esos productos, en el que la urbe como espacio artificial de nuestra existencia inunda todos los rincones de nuestra vida cotidiana, ... la industria es consciente de que la cultura, tal como hemos indicado, es una materia prima de la experiencia humana susceptible de ser convertida en mercancía.

NUEVAS TECNOLOGÍAS Y LA COSIFICACIÓN DE LA FORMACIÓN

Otra de las características de la sociedad contemporánea es que la demanda de formación está creciendo desde múltiples ámbitos y para variados sujetos. Las empresas reclaman trabajadores cualificados en las nuevas tecnologías, surgen demandas formativas desde colectivos de personas mayores, los profesionales deben estar permanentemente actualizando sus conocimientos, los titulados universitarios, cada poco tiempo, vuelven a las aulas a través de cursos formativos de postgrado, ... En definitiva, el incremento cuantitativo de las necesidades formativas está reclamando la creación de nuevas redes y formas de acceso a la enseñanza. En este sentido, las nuevas tecnologías digitales se están

convirtiéndose en una de las estrategias empleadas para ello. Este es uno de los efectos más llamativos e interesantes de las redes de ordenadores al servicio de la educación: se rompen las barreras del tiempo y el espacio para desarrollar las actividades de enseñanza y aprendizaje. A través de las redes informáticas, bien a través de Internet o de Intranets, las distintas organizaciones e instituciones educativas han comenzado a realizar ofertas de cursos y programas de estudio virtuales de modo que muchos ciudadanos, trabajadores, profesionales que por motivos de tiempo o de lejanía no puedan cursar estudios en las formas tradicionales de asistencia a un centro, se impliquen en actividades formativas desde su hogar o lugar de trabajo. La formación en la empresa, la educación de personas adultas, las universidades, ..., son instancias desde las que en estos últimos años se han empezado a desarrollar planes y programas de teleformación, también denominada *e-learning*.

El problema que quiero plantear se refiere a que la educación en general, y la formación en particular, como parte del sistema cultural de una sociedad, está siendo sometida, cada vez en mayor grado, a las presiones de la economía del mercado y de la ideología neoliberal que la acompaña. Los tradicionales fines y funciones sociales emanadas de la tradición ilustrada del estado moderno que ponía énfasis en la función transmisora del conocimiento y de los valores así como en la formación e integración de los individuos en cuanto ciudadanos está dando paso a una ideología que defiende abiertamente la formación como un componente más o subsistema social que debe regirse por las leyes del mercado y sometido a las necesidades del sistema productivo (Bautista, 1998).

La actividad educativa, de forma similar a lo que está sucediendo con otras manifestaciones de la cultura humana, ha entrado en un proceso de cosificación. Cada vez existe una mayor oferta de servicios educativos por los que hay que pagar para acceder a los mismos. Las empresas dedicadas al negocio de la formación son uno de los ámbitos en crecimiento del sector terciario de la economía: la oferta de cursos para la formación dentro de la empresa, las importantes inversiones y subvenciones movilizadas por las organizaciones empresariales y sindicales en el ámbito de la formación ocupacional, la comercialización de cursos a distancia, el incremento de la oferta de postgrados universitarios, ..., son algunos de los fenómenos que configuran el proceso de privatización y mercantilización de la actividad educativa que estamos comentando.

En este sentido, las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación están jugando un importante papel en la cosificación de la educación. Estas tecnologías permiten "empaquetar" un curso convirtiéndolo en un producto tangible que se puede ofrecer al público para su comercio y consumo. Los discos en CD-Rom o DVD así como la formación on line o *e-learning* distribuida vía Internet son los nuevos vehículos que permiten producir y difundir a gran escala cursos formativos empaquetados. En estos momentos comienza a configurarse (y posiblemente se consolide en los próximos años) una industria de la formación ofertada a través de redes digitales. Por una parte, los poderes públicos están potenciando a través de líneas de financiación este tipo de proyecto¹. Por otra, las empresas tradicionalmente vinculadas con la producción de materiales curriculares impresos como han comenzado a invertir en la creación de multimedia educativo. Por otra parte, las instituciones de educación superior también han entrado en la carrera de ofrecer formación tanto de las titulaciones ordinarias como de postgrado utilizando los recursos de la *web* que se materializa en la creación de campus virtuales universitarios. Asimismo, estamos

¹ Son buenos ejemplos las propuestas de la Unión Europea con relación al programa denominado *e-Learnig*, o su traducción española a través del Plan InfoXXI

asistiendo a una proliferación de empresas dedicadas a la teleformación, *e-learning*, educación virtual o formación *on line* (todo es lo mismo) que desarrollan cursos, bien para ser comprados por clientes individuales, bien para desarrollar un plan de formación general destinado a los trabajadores o cuadros directivos de una determinada empresa o institución.

EL CRECIENTE MERCADO DE LA EDUCACIÓN A DISTANCIA

La educación a distancia, es decir, sin la presencia y contacto físico entre un docente y un alumno, es una antigua aspiración que se ha puesto en práctica, con mayor o menor fortuna, en numerosos países en estos últimos cincuenta años (en el contexto español es de obligada referencia la UNED –Universidad Nacional de Educación a Distancia- <<http://www.uned.es>> en la educación superior, Radio ECCA en el ámbito de la educación de personas adultas, o empresas privadas como CEAC o CCC por citar algunas de las experiencias más conocidas). Históricamente la Educación a Distancia (ED) empezó en Europa y USA a finales del siglo XIX empleando los sistemas de correspondencia postal tradicionales. Estas primeras experiencias comenzaron a través de emigrantes del norte de Europa que se encontraban en EE.UU. y que deseaban que sus hijos fueran formados por docentes que estaban en sus países de origen con la finalidad de mantener vivas sus costumbres y culturas locales. Posteriormente, a mediados del siglo XX con la aparición de los medios de comunicación de masas, como la radio y la televisión, la ED recibió un enorme impulso ya que pudo empaquetarse cursos formativos en un formato sonoro o audiovisual. En la actualidad, con el desarrollo de nuevos sistemas y tecnologías de información digitales, la ED está alcanzando un papel relevante en la oferta formativa de los países occidentales existiendo, incluso, instituciones educativas y empresas que desarrollan su actividad educativa exclusivamente a través de Internet².

Race y Brown (1995) señalan que éste rápido crecimiento de la educación a distancia a través de Internet se está produciendo por razones como la reducción del coste económico de los ordenadores y de las telecomunicaciones; las mayores facilidades para que la población en general acceda a la tecnología; y por la utilización de interfaces más amigables como son los multimedia.

Son los ámbitos de la formación ocupacional o continua por un lado, y el de la educación universitaria por otro, los espacios o modalidades educativas en los que la educación a distancia a través de Internet están teniendo más éxito. La formación en el mundo de la empresa bien para el reciclaje de sus equipos directivos y cuadros técnicos, bien para la preparación de sus trabajadores ante un nuevo producto o filosofía de la empresa... tradicionalmente ha sido una acción costosa, tanto en recursos humanos y económicos como en tiempo. Por ello, la creación de cursos *on line* destinados a la formación continua tiene, en estos momentos, un gran interés³.

Esta formación puede ser a la “carta”, es decir, se diseña un programa o curso formativo en función de las necesidades concretas de dicha empresa y adaptado a las características específicas de sus trabajadores, o por el contrario pueden ser programas o cursos ya “empaquetados”, es decir, previamente

² Una revisión de teorías y modelos de la educación a distancia puede consultarse en García Arieto (2001)

³ J. M. Cruz, Director de Pricewaterhouse Cooper dedicada a la asesoría en recursos humanos afirmaba "Nuestros datos indican que en España sólo hay 180.000 personas que están haciendo auténtica formación e-learning en las empresas. Es una cifra realmente muy baja, por lo que esperamos un crecimiento del 200% en los próximos cinco años para alcanzar cifras similares a las de otros países europeos". En P. Bullón "E-learning: La empresa española empieza a despegar" *iWorld*, nº46, febrero 2002, pg. 46.

creados con un propósito general o fueron elaborados para otros clientes. En el primer caso, la formación suele ser exitosa ya que ésta está adaptada a los clientes y, en consecuencia, suele responder a las expectativas demandadas, pero sus costes son muy altos (para la creación de un curso se requieren expertos en el contenido o conocimiento que se desea impartir, expertos en diseño pedagógico, expertos en diseño multimedia, y un equipo de docentes que desarrollarán la tutoría a través de Internet).

En el segundo caso, es decir, cursos empaquetados, la formación suele ser de calidad pedagógica inferior ya que es una oferta formativa estandarizada para el consumo en masa, aunque lógicamente tiene la ventaja de la reducción de costes ya que es un producto que se amortiza por su alta difusión. En estos momentos, tanto en el contexto internacional, sobre todo norteamericano, como en el español, existen grupos o empresas privadas de formación dedicadas a la creación, comercialización e impartición de este tipo de cursos *on line* o de teleformación en el ámbito de la formación continua u ocupacional. El monto económico del negocio de la formación de trabajadores es muy importante, y desde hace años, está en crecimiento.

El otro ámbito donde la educación a distancia, a través de Internet, está teniendo un notable impacto es en la formación de titulados universitarios. La aplicación de estas nuevas tecnologías se traduce en la creación de campus virtuales que ofrecen una modalidad de enseñanza a distancia de los estudios universitarios (tanto los de las titulaciones de primer y segundo ciclo, como de cursos de postgrado) a través de las redes digitales. Estos campus virtuales permiten que no exista limitaciones en el número de alumnado matriculado, ya que no hacen falta espacios físicos, pudiéndose llegar a la masificación del alumnado. Es lo Daniel (1996) denomina como megauniversidades.

Recientemente la American Federation of Teachers (AFT) ha publicado un informe en el que se analiza el desarrollo de la educación a distancia en la educación superior en Estados Unidos (Kriger, 2001). En el mismo se identifican distintos tipos de instituciones universitarias que ofrecen servicios docentes de educación a distancia empleando los recursos de Internet. Esta clasificación sí puede ayudarnos a clarificar conceptualmente algunas cuestiones. Éstos son los siguientes: a) Instituciones de educación superior convencionales que han creado programas de educación a distancia. Este es el modelo habitual y más extendido. Consiste en la creación, por parte de las universidades ya existentes y que realizan una oferta docente presencial en aulas y centros, de un campus virtual paralelo; b) Proyectos entre empresas y universidades. Es un modelo híbrido de desarrollo de proyectos de educación a distancia en el que una determinada empresa establece un acuerdo comercial con una universidad bien para que utilice y desarrolle determinado software de teleformación (por ejemplo, WebCT, Blackboard, eCollege, Campus Pipeline), bien para que diseñe y desarrolle paquetes de cursos a distancia que posteriormente son vendidos a otras instituciones educativas; c) Universidades Virtuales. Son instituciones de reciente creación y, a diferencia de las universidades tradicionales, toda su oferta docente, administrativa y de servicios se realiza en línea a través de Internet. Es un tipo de institución en crecimiento y que está teniendo una cierta demanda; d) Universidades pertenecientes a corporaciones empresariales. Son un tipo de instituciones de educación superior creadas por grandes empresas (Microsoft, ITT, ...) orientadas a la preparación y formación laboral. Claramente, la oferta educativa de estas universidades responde a las necesidades del mercado, y su oferta docente virtual ha crecido considerablemente en los últimos años.

La situación universitaria en el contexto español es bien distinta de la aquí descrita. Sin embargo, en un reciente estudio realizado por nosotros (Area y otros, 2001) concluimos que los dos modelos de oferta

docente universitaria a través de Internet responderían por una parte a la creación de campus virtuales paralelos a la red física de centros presenciales, y a la constitución de universidades completamente virtuales (el caso de la UOC, Universitat Oberta de Catalunya, es el pionero y más conocido en el ámbito español, aunque la UNED, Universidad Nacional de Educación a Distancia, también está actuando en esta dirección). Los otros modelos que implican una colaboración y/o dependencia muy estrecha de una universidades con una empresa privada es un tipo de institución que no tiene tradición en España. La otra conclusión fue que el crecimiento y creación de campus virtuales, en las universidades españolas, está viviendo una fase de desarrollo siendo previsible que a medio plazo la oferta de estudios universitarios *on line* sea una práctica habitual en casi todas ellas.

El problema, desde un punto de vista pedagógico, no reside en la cantidad de titulaciones universitarias a distancia ofertada, sino en la calidad tanto científica como educativa, de la misma. Como señala Feenberg (2001) actualmente se está imponiendo un modelo de educación superior basado en criterios empresariales más que profesionales o pedagógicos, en lo que importa reducir costes para incrementar la rentabilidad. En este proceso las nuevas tecnologías aparecen como una magnífica estrategia para lograr esta meta. Al respecto Feenberg afirma:

“Se argumenta que la tecnología podría ofrecer cierto tipo de educación más efectivamente de lo que el profesorado pudiera hacer, dando autonomía al aprendiz, el cual se supone que está oprimido o al menos mal atendido por el profesor. También se afirma que la instrucción automatizada ofrece una opción ‘a medida’ para los adultos que trabajan. Se dice que la educación automatizada promueve virtudes “post-industriales” tales como la flexibilidad temporal y espacial, productos individualizados, y control personal. Pero en última instancia, la principal razón para la automatización resulta obvia: reducir costos”.

De forma similar, D. Noble (1997) denunció la tendencia, de muchas instituciones de educación superior norteamericana a convertirse en una especie de fábrica expendedora de titulaciones digitales, en la que importa más la cantidad de títulos ofrecidos que la calidad pedagógica de los mismos. Este hecho se justifica bajo el paraguas de las nuevas tendencias y necesidades emanadas de la sociedad de la información que reclama mayor oferta formativa y de naturaleza flexible. En dicho trabajo este autor plantea este fenómeno como un proceso de mercantilización de la educación universitaria, sometido a la tensión entre los intereses de los docentes y alumnos frente a los intereses economicistas de los administradores y propietarios de las universidades. Como afirma este autor: “Para las universidades este hecho no es solo un proceso de transformación tecnológica. Bajo el cambio se esconde otro: la comercialización de la enseñanza superior. Por lo que la tecnología es tanto un vehículo como un disfraz encantador.”

En definitiva, el proceso de cosificación, y en consecuencia de mercantilización, de la oferta de cursos formativos es una tendencia al alza que se apoya en el supuesto de “que las innovaciones como la videoconferencia y la educación automatizada *on line* harán posible mejorar la calidad a la vez que recortarán los costes de la impartición. Los estudiantes en las clases virtuales no necesitan aparcamientos. Aún más los cursos se pueden “empaquetar” y “vender” generando un ingreso continuado sin inversiones posteriores. Esto trae consecuencias respecto a la contratación de profesorado cualificado donde “la sustitución de titulares por profesorado a tiempo parcial simplemente es el primer acto de un plan para sustituir al profesorado como tal por CD-ROMs. Se está vendiendo un nuevo modelo económico de educación bajo el disfraz de un nuevo modelo tecnológico” (Feenberg, 2001, pg. 10). En el fondo, lo que se perpetúa es un modelo tradicional de educación a distancia en lo que se persigue es automatizar los

procesos de producción industrializado en masa del contenido formativo: unos pocos expertos muy cualificados generan los cursos *on line* (supuestamente de calidad) y se contrata docentes menos cualificados para las tareas de tutorización.

A MODO DE CONCLUSIONES INACABADAS

La educación a distancia, en conclusión, está sometida a una doble tensión: la provocada por la capacidad de las tecnologías digitales para convertirla en un producto mercantil (el proceso formativo a distancia permite elaborar industrialmente cursos, empaquetarlos óptico o distribuido a través de la WWW, y difundirlos con facilidad a los clientes) del que ya anteriormente hemos hablado, y la representada por democratizar o facilitar el acceso a la formación a aquellos sectores de la población que por motivos geográficos, laborales, o personales no pueden asistir habitualmente a aulas y centros formativos.

Como acabamos de apuntar, el actual contexto de la sociedad de la información, al menos en su expresión más neoliberal, está provocando una pérdida de las señas de identidad de la educación como un servicio público destinado al desarrollo democrático de la sociedad. El proyecto ilustrado para la educación, basado en la igualdad de oportunidades en el acceso a la cultura así como en la transmisión de valores cívicos, comienza a ser sustituido por presupuestos y prácticas que otorgan a la formación un papel muy relevante, pero subsidiario, respecto a los intereses y necesidades del sistema productivo de riqueza. La formación, a partir del estado moderno del siglo XIX, siempre ha estado ligada a las necesidades del desarrollo de la industria y del mercado laboral. Sin embargo, lo que diferencia al presente es el intento de subordinación del sistema educativo a la economía que se materializa en la liberalización y privatización de la actividad formativa y en el comercio de bienes educativos en diversas formas empaquetadas (CD-ROM, DVD, cursos *on line*, multimedia educativo, fascículos coleccionables, etc.).

A diferencia de lo ocurrido en el pasado, el progreso de un país no sólo depende de sus recursos materiales o de la inversión del capital realizada, sino también, de modo cada vez más manifiesto, de la cantidad y calidad de los recursos humanos disponibles. De aquí se deriva la urgente necesidad de planificar y poner en práctica programas y acciones formativas destinadas a facilitar el acceso al conocimiento y a las nuevas tecnologías a amplios sectores de nuestra sociedad: a los niños y jóvenes, a los profesionales, a los trabajadores, a los cuadros directivos, a los funcionarios, a las personas mayores, etc. Sin recursos humanos cualificados—también podríamos decir que alfabetizados— en el uso de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) no podrá existir y avanzar la sociedad de la información.

La incorporación de estas nuevas tecnologías a las aulas y centros escolares de todos los niveles educativos (educación infantil, primaria, secundaria, de personas adultas, educación superior, ..) es una necesidad consensuada social y políticamente, a la que casi nadie pone reparos. Las razones y justificaciones esgrimidas para incorporar las nuevas tecnologías a las prácticas educativas de los centros y aulas han sido explicadas en numerosas obras y estudios tanto nacionales como internacionales. Los informes más conocidos y divulgados en nuestro contexto son el de la Comisión Europea (1995) y el conocido como "informe Delors" elaborado por una comisión de expertos para la UNESCO (Delors y otros, 1996) en los que se aboga encarecidamente por convertir a la formación en uno de los elementos estratégicos para el desarrollo de la sociedad de la información a lo largo del siglo XXI.

Hasta aquí muchos estamos de acuerdo: sin una adecuada formación y preparación tanto intelectual como moral de la mayor parte de la población difícilmente podemos progresar como comunidad social y ello requiere medidas básicas como la dotación de infraestructuras y recursos a los centros educativos, preparación del profesorado y planes de adecuación de los sistemas formativos a las nuevas necesidades sociales y laborales, entre otras. El problema surge cuando nos planteamos ¿hacia dónde queremos ir?, ¿al servicio de qué metas y proyecto político diseñamos e implementamos los programas educativos? Las respuestas a estas cuestiones no sólo se apoyarán en nuestros conocimientos y teorías pedagógicas, sino que indudablemente estarán condicionadas por los supuestos ideológicos y políticos de quien las responde.

Mi punto de vista es que el sistema educativo debe estar al servicio de políticas públicas destinadas a construir y consolidar un modelo de desarrollo social apoyado en los principios políticos de la democracia y de la redistribución de la riqueza. Asumir esta idea significa tener en cuenta muchos de los principios educativos que han sido formulados por la rica tradición de la pedagogía progresista e ilustrada del siglo XX (la Escuela Nueva, Dewey, Freinet, Freire, entre otros) adaptados, lógicamente, al nuevo contexto social, económico y cultural de la sociedad informacional.

Repensar la educación en general, y la formación a distancia a través de nuevas tecnologías en particular, desde una teoría crítica en un contexto postmoderno es un proceso urgente, inacabado y complejo. Nadie tiene, en la actualidad, respuestas definidas a los problemas planteados. Pero al menos, muchos tenemos la certeza, de que el mercado, por sí sólo, es incapaz de dar respuesta al incremento de demanda formativa que existe, y que tampoco será capaz de articular un proyecto educativo adecuado y válido para construir un modelo democrático y solidario de sociedad informacional.

BIBLIOGRAFÍA

AREA, M. y otros (2001): *La oferta de educación superior a través de Internet. Análisis de los campus virtuales de las universidades españolas. Informe final*. Dirección General de Universidades. Ministerio de Educación, Cultura y Deporte. Versión electrónica: <http://www.edulab.ull.es/campusvirtuales>

BAUTISTA, A (1998): "Tecnología, mercado y gobernabilidad: un trinomio interactivo en la enseñanza a finales del segundo milenio". *Revista Complutense de Educación*, 9 (1), pp. 29-46.

COMISIÓN EUROPEA (1995): *Libro blanco sobre la educación y la formación. Enseñar y aprender. Hacia la sociedad del conocimiento*. Luxemburgo. Oficina de Publicaciones de Las Comunidades europeas.

DANIEL, J.S. (1996). *Mega-universities and knowledge media: Technology strategies for higher education*. Sterling, VA: Stylus Publishing, Inc.

DELORS, J. y otros (1996): *La educación encierra un tesoro*. Madrid, Santillana.

FEENBERG, A. (2001): "On line Education and the Choises of Modernity". *Proceedings of the Conference on Communication, the Media, and Cultural Values*, University of Hawaii Press. Versión en español en <http://www-rohan.sdsu.edu/faculty/feenberg/caceres.htm>

GARCÍA ARIETO, L. (2001): *La Educación a distancia. De la teoría a la práctica*. Barcelona, Ariel.

<http://www.edulab.ull.es/campusvirtuales>

KRIGER, T.J. (2001): *A Virtual Revolution: Trends in the Expansion of Distance Education*. Report of American Federation of Teachers, Washington, may 2001.

NOBLE, D. (1998): "Digital Diploma Mills: The Automation of Higher Education". *Firstmonday* http://www.firstmonday.dk/issues/issue3_1/noble/

RIFTKIN, J. (2000): *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*. Barcelona: Paidós.

TEDESCO, J.C. (s.f.): "Escuela y cultura: una relación conflictiva". En Instituto Internacional de Planeamiento de la Educación-Buenos Aires, Documento on line http://www.iipe-buenosaires.org.ar/pdfs/escuela_y_cultura.pdf

YUDICE, F. (2002): *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Barcelona, Gedisa.

Contactar

Revista Iberoamericana de Educación

Principal OEI