



Oliver Reyna

## Tecnologías para la liberación: Proyecto Canaima Educativo

Cada día desde hace ya más de un mes, decenas de trabajadores de Telecom Venezuela y Fundabit, entes adscritos del Ministerio del Poder Popular para la Ciencia, Tecnología e Industrias Intermedias, trabajan 7 días a la semana y 12 horas al día en un proyecto que ya trae cambios sustanciales en la educación venezolana. Y es que este nuevo año escolar trae más cambios que las mejoras programáticas impulsadas por la nueva Ley Orgánica de Educación (LOE). A estos contenidos formativos se suma ahora una nueva herramienta para el beneficio de la población escolar: el Proyecto Canaima Educativo.

Este Proyecto dotará a la población estudiantil pública nacional de primer grado de herramientas informáticas para impulsar su proceso formativo. Para ello se dotará a cada aula de cada escuela involucrada un lote de equipos y mobiliario a instalar en cada aula de clases: un computador portátil escolar por alumno, un portátil docente desde donde ejecuta la planificación de las clases, enrutador para proveer de una red inalámbrica que interconecte las portátiles estudiantiles entre sí y con el docente y un mueble para el almacenamiento, transporte y recarga de las baterías.

Desde el Proyecto Canaima Educativo se colocan a disposición de los niños y niñas herramientas informáticas y contenidos educativos que les facilitan el uso de tecnologías de primer nivel, incentivando su creatividad e imaginación y promoviendo un aprendizaje más integral.

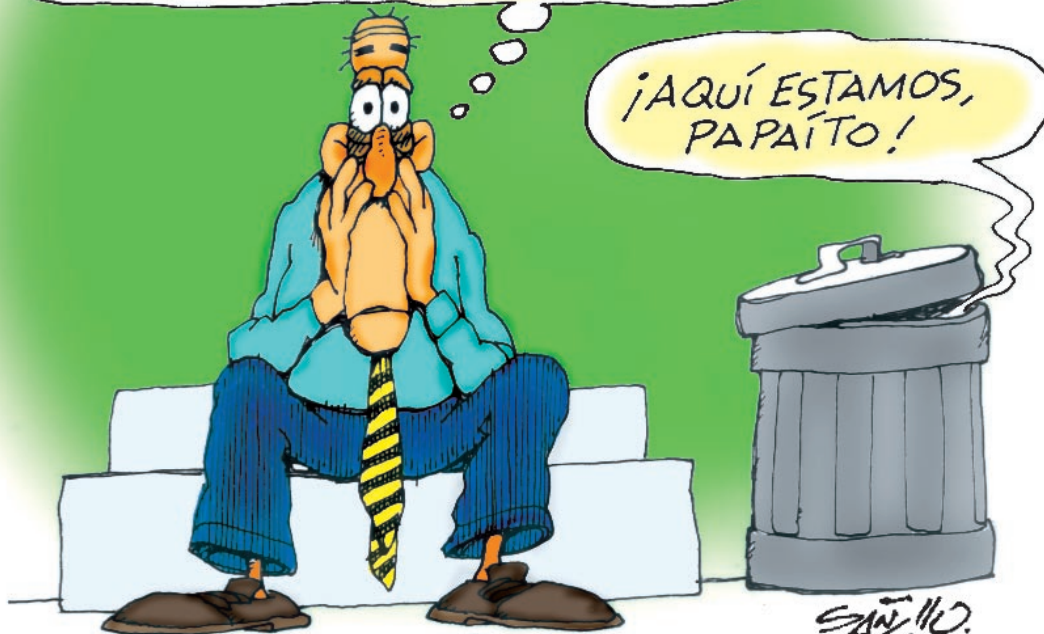
La cobertura del primer grado de educación básica es apenas la primera etapa de este proyecto, estando planificada su progresiva implementación en niveles educativos más avanzados.

La educación no es adoctrinamiento y no está divorciada de su contexto social. Sobre estas premisas reposa el sentido de la educación liberadora y potenciada.

Caracas

## Sancho manía

¿A DONDE HABRÁN IDO A PARAR MIS IDEALES, MIS SUEÑOS Y MI PASIÓN JUVENIL? ¿A DONDE...?



## Consumo y transnacionales del conocimiento

La construcción de conocimientos económicamente significativos como función cardinal de la civilización occidental, de unos veinte años para acá recibe la denominación de Investigación & Desarrollo.

Las grandes corporaciones destinan un monto importante de su ingreso anual en desarrollar procesos, tecnologías y nuevos productos que aseguren el control de los mercados por parte de dichos circuitos de comercialización e intercambio.

Este proceso de generación de conocimientos aplicado a los procesos de producción de artículos y prestación de servicios se realiza a través de los propios laboratorios de las transnacionales, los departamentos de investigación de las universidades. La contratación de otros grupos especializados e igualmente, mediante la política de la captación o "compra" de talento externo y que comúnmente se conoce en los países en desarrollo como el fenómeno de "la fuga de cerebros".

Dicho proceso, como se supone, es vital para afirmar el control de los modos en que las sociedades contemporáneas consumen y construyen el segmento de necesidades que integra la esfera cultural y espiritual de la civilización.

De este modo vemos que todos los países, al insertarse en el modelo de la globalización unipolar, vale decir la humanidad toda, ha ido deviniendo, en consecuencia del impacto de estas fuerzas ciegas e irracionales que se imponen a partir de las brutales exigencias del instinto asumido como industria y como academia por los protagonistas de la hegemonía económica supranacional de los tiempos presentes, en un gigantesco supermercado que sólo responde al estímulo condicionado de la industria cultural, publicitaria e ideológica y de recreación, cuyo culto a la banalidad representa una de las mayores perversiones del capitalismo.

¿Por qué razón muchas familias se ven compelidas cada domingo a llevar sus niños a comprar y "degustar" los productos del McDonald? ¿Cuál es la causa que convirtió en una necesidad sustantiva de nuestros días la telefonía inalámbrica y satelital, el aparato celular, cuando la telefonía fija sustentó por más de una centuria las necesidades de consumo comunicacional?

¿Cómo explicar que cada año el vehículo de la clase media en cualquier rincón del planeta comienza a "descontinuarse", impeliendo a los propietarios que procuran status a "cambiar" el automóvil que se conserva en buenas condiciones, por un último modelo, a expensas de atender otras áreas del bienestar familiar o atender iniciativas de solidaridad y corresponsabilidad social?

La inducción, mediante los recursos de la psicología, la psicología social y la sociología especialmente, así como del instrumento de los estudios de 'mercadeo', constituyen toda una industria de la construcción de conocimiento articulada a los patrones de fortalecimiento de los circuitos de producción-distribución y adquisición de nuevos productos y servicios.

La programación de dicha inducción en tanto pieza fundamental de la locomotora capitalista, dentro de la cual equipos de las grandes corporaciones tienen como misión imaginar y perfeccionar a partir de datos iniciales, opera desde un escritorio que cada día perfecciona y refina sus conocimientos en torno a los instintos más primitivos del ser humano y la esfera de sus valoraciones, actitudes y potencialidad de expectativas.

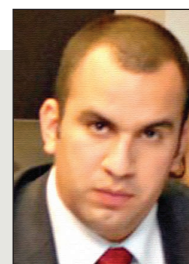
De este modo, gestionan la fábrica de deseos que hace del habitante medio de toda urbe o caserío del planeta, consumidor de cosas, ubicándolo en niveles y requerimientos que en muchas oportunidades se colocan más allá de la línea de las auténticas necesidades materiales y espirituales del ser humano.

Para satisfacer la integralidad de su condición humana material y subjetiva, los individuos en plena conciencia de su dignidad y ser social, no tienen por qué estar cambiando de carros cada dos o tres años, ni ocurrir con su grupo familiar precisamente a tal empresa de "marca".

La industria del conocimiento robotiza, aliena y domestica la voluntad e irreverencia de sujetos que en contextos de libertad y dignidad jamás incurrirían en las prácticas del consumismo remachadas por el complejo industrial-comunicacional y del conocimiento que es pieza angular del andamiaje que hoy domina la globalización.

T / Néstor Rivero

Caracas



Larry Devoe

## Propuestas desde el Sur (II)

La propuesta argentina para regular y democratizar los medios de comunicación continúa avanzando, y como era de esperarse, generando la reacción de la canalla mediática internacional.

La sociedad interamericana de dueños de medios, no desaprovechó su última reunión en Caracas y continuó arremetiendo contra esta iniciativa.

Como lo afirmaba la semana pasada, la propuesta de Ley de Servicios de Producción Audiovisual contiene elementos bien interesantes para ser replicados en nuestra legislación sobre la materia.

Conforme a este proyecto, las empresas de televisión por cable deben disponer de una tarifa social, fijada por el órgano regulador, a los fines de garantizar el acceso de todos los habitantes a estos servicios de comunicación audiovisual.

Además, toda la publicidad que se transmita por radio y televisión debe ser de producción nacional, y en ningún caso podrá exceder de 12 minutos por cada hora de programación. En nuestra legislación vigente, se permite un 15 por ciento de publicidad extranjera y la transmisión de 15 minutos de publicidad.

Pero, tal vez uno de los aspectos más resaltantes del proyecto argentino es la creación de un Defensor del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Esta figura, separada del órgano regulador, está facultada para, entre otras cosas, recibir y canalizar las denuncias de los usuarios, pudiendo actuar en la vía judicial y extrajudicial, para hacer exigible la responsabilidad de los prestadores de servicios de radio y televisión por la violación de la ley y de los derechos de los usuarios.

El rol desempeñado por los medios de comunicación social en Venezuela durante los últimos años, bien hace necesaria la existencia de una instancia de esta naturaleza, que pueda concentrarse exclusivamente en tan importante tarea.

Caracas