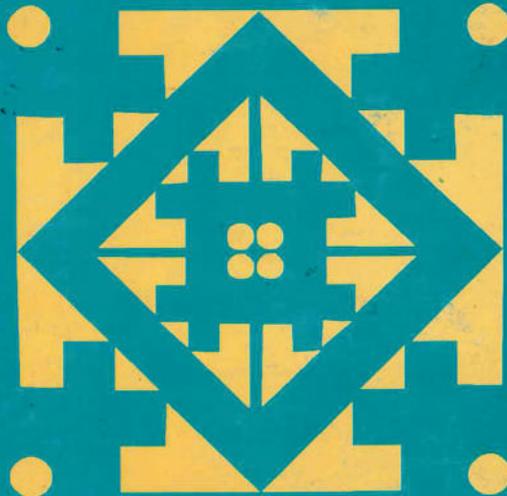
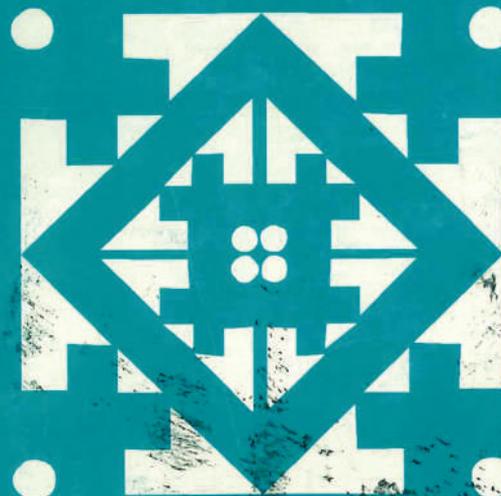
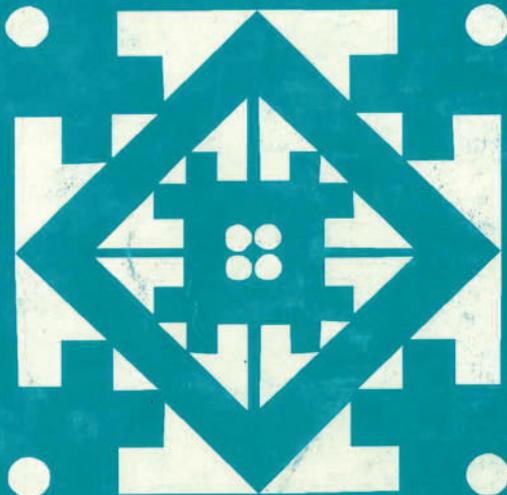
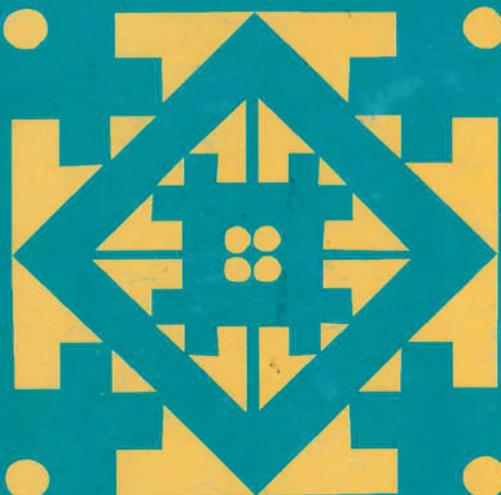


Comunicación, tecnologías y nuevos modos de  
adquisición, producción y difusión de conocimiento

CÁTEDRA UNESCO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

1995



# **CATEDRA UNESCO DE COMUNICACION SOCIAL**

**1995**

**Comunicación, tecnologías  
y nuevos modos de adquisición,  
producción y difusión de  
conocimiento**

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA**





Pontificia Universidad Javeriana  
Facultad de Comunicación y Lenguaje

Reservados todos los derechos  
Pontificia Universidad Javeriana  
Coordinadores CÁTEDRA UNESCO 1995:  
Fabio López, María Soledad Moreno  
Asistencia editorial y corrección de texto:  
Luz Stella Angarita, María Eugenia García Raya  
Publicación auspiciada por Fundación Social

Editor: Gabriel Jaime Pérez, S.J.

Primera edición 1996

—JAVEGRAF—

Calle 40 N° 5-23

Comunicación, tecnologías y nuevos modos de adquisición,  
producción y difusión de conocimiento - 1ª. ed.  
Santa Fe de Bogotá, D.C. JAVEGRAF. 1996. 217 págs.

1. TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y SOCIEDAD
2. NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN  
EN LA EDUCACIÓN

Pontificia Universidad Javeriana.  
Facultad de Comunicación y Lenguaje

Diseño de carátula: Andrés Sicard

# CONTENIDO

## Comunicación, tecnologías y nuevos modos de adquisición, producción y difusión de conocimiento

**PRESENTACION** ..... 9

### **Tema I: TECNOLOGIAS DE INFORMACION Y SOCIEDAD**

Las redes de telecomunicaciones dentro  
del estado colombiano

**Mauro Flórez Calderón** ..... 15

Nuevas tecnologías de la comunicación y la empresa

**Enrique Carlos Angulo H.** ..... 27

La política en el contexto de la cultura mediática:  
aproximaciones, incertidumbres, retos

**Fabio López de la Roche** ..... 37

Nuevas tecnologías, nuevas narraciones,  
nuevas sensibilidades

**Omar Rincón** ..... 59

Alcances y limitaciones de la inteligencia  
artificial en pedagogía

Información y sociedad mañana, el comunicador –hoy– en el ojo de la tormenta <b>Carmen Gómez Mont</b> .....	99
---	----

## **Tema II: NUEVAS TECNOLOGIAS DE LA COMUNICACION EN LA EDUCACION**

Comunicación, educación y tecnologías <b>Daniel Prieto Castillo</b> .....	119
--	-----

La formación de comunicadores sociales <b>Daniel Prieto Castillo</b> .....	133
---	-----

Planificación de la comunicación institucional <b>Daniel Prieto Castillo</b> .....	167
---	-----

Un texto paralelo sobre las nuevas tecnologías de la comunicación en la educación. <b>Marisol Moreno Angarita</b> .....	209
---	-----

# Presentación

"Comunicación social en el mundo digital"

Este libro es una guía para los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca, Ecuador. El objetivo principal es proporcionarles una base teórica y práctica para comprender y utilizar las herramientas de comunicación en el entorno digital actual.

El contenido está dividido en capítulos que abarcan desde los fundamentos de la comunicación hasta las estrategias de marketing digital y la gestión de redes sociales. Cada capítulo incluye ejemplos prácticos y ejercicios para facilitar el aprendizaje y la aplicación de los conceptos en el mundo real.

Autores: [Nombres de los autores]  
Comunicación Social

Durante el primer semestre de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Cuenca, Ecuador, se impartió el curso de Comunicación Social en el mundo digital. Este libro es el resultado de la experiencia docente y de la investigación realizada durante el curso.



# CATEDRA UNESCO DE COMUNICACION SOCIAL

“Comunicación, tecnología y nuevos modos de adquisición, producción y difusión del conocimiento” es el tema de la CATEDRA UNESCO DE COMUNICACION SOCIAL realizada durante 1995 en la Pontificia Universidad Javeriana de Colombia, y de la cual esta publicación quiere dar cuenta.

La Cátedra, iniciada en 1994 con el tema “Comunicación y reorganización de los espacios locales y globales”,<sup>1</sup> y auspiciada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura –UNESCO–, es la primera que se realiza en América Latina, con el objetivo de contribuir al mejoramiento de la formación de profesionales, investigadores y docentes de la comunicación, y al desarrollo del debate interdisciplinario sobre la comunicación en nuestros países.

Con esos propósitos la Pontificia Universidad Javeriana, en 1995, segundo año de la Cátedra, que en 1996 continuará su trabajo con el tema «Comunicación y recepción: usos y consumos culturales», ha realizado diversos eventos académicos alrededor de la relación entre comunicación y tecnología, con la catedrática mexicana Carmen Gómez Mont para el tema de «Nuevas tecnologías de la Comunicación y Sociedad», y el catedrático argentino Daniel Prieto Castillo para el de la relación entre «Nuevas tecnologías de la comunicación y mediaciones pedagógicas», como principales conductores.

## Actividades de la Cátedra Unesco en Comunicación Social en 1995

Durante el primer semestre de 1995 la Cátedra Unesco de Comunicación Social realizó las siguientes actividades, a las que corresponde la presente

1. Un pre-seminario de una semana sobre las *Perspectivas Culturales de las Nuevas Tecnologías*, con la participación de varios investigadores colombianos cuyos trabajos se recogen en esta publicación y que constituyen una mirada a los siguientes temas:

- Nuevas tecnologías de la comunicación y nuevas sensibilidades.
- Nuevas tecnologías de la comunicación y empresa.
- Nuevas tecnologías de la comunicación y educación.
- Nuevas tecnologías de la comunicación y cultura política.
- Nuevas tecnologías de la comunicación y arte.

2. Un seminario intensivo de una semana, en el que la catedrática Carmen Gómez Mont profundiza en la relación entre *Nuevas tecnologías de la Comunicación y Sociedad*, con una mirada en la que las transformaciones tecnológicas se ven bajo el contexto económico, político y social y su incidencia en la profesión de comunicador, sobre todo desde la explosión del audiovisual, y la teoría de la comunicación se concilia con la praxis que significan los nuevos aparatos, lo que permite desmitificar y desatanizar la tecnología.

3. Un seminario y dos talleres de dos semanas, orientado a la relación entre *Nuevas tecnologías de la comunicación y mediaciones pedagógicas*, y conducido por el catedrático Daniel Prieto Castillo. Este evento académico ha girado en torno a tres subtemas:

- **Mediación pedagógica y nuevas tecnologías de la comunicación en la educación.** Se advierten cambios significativos en las formas de interactuar con el conocimiento y en los procesos educativos, por lo que la relación pedagogía-nuevas tecnologías es de gran interés tanto para el Estado como para la sociedad civil. Las tecnologías, blandas y duras, son una pieza fundamental para comprender los revolucionarios procesos de producción, circulación y uso de la información en los ámbitos educativos. En este contexto la teoría de las mediaciones pedagógicas ofrece un interesante marco para la comprensión de estos procesos.

- **Planificación y gestión de procesos de comunicación educativa.** Las instituciones educativas están repensando sus procesos organizativos desde la perspectiva comunicacional y de las nuevas tecnologías. Los diagnósticos y autodiagnósticos comunicacionales permiten estudiar,

nes educativas para la consecución de una verdadera gestión y planificación.

- **El currículum de las Facultades de Comunicación Social ante las transformaciones de fin de siglo.** El reto que deben afrontar hoy las instituciones universitarias frente a las exigencias de la sociedad informatizada deben ser revisados a la luz de la misión, los perfiles y los currículums de las escuelas de comunicación. La revolución tecnológica, a veces malentendida, no significa ni debe significar que el comunicador pierda su función de mediador y constructor de realidad social. Hoy más que nunca se requiere de sujetos reflexivos, críticos y creativos que respondan a las demandas informáticas y éticas de la sociedad del siglo XXI.

Los trabajos sobre los temas enunciados, que se recogen en esta segunda publicación de la Cátedra Unesco en Comunicación Social, constituirán, estamos seguros, un importante aporte al cumplimiento de los objetivos de la difusión e intercambio de conocimiento en el área de la comunicación desde una visión holística y darán la oportunidad a destacados especialistas para que su trabajo catalice debates y estudios.

Agradecemos a todas las personas que han contribuido al logro de los objetivos de estos dos años de la Cátedra Unesco de Comunicación Social en la Pontificia Universidad Javeriana. En la organización se ha contado con la coordinación del profesor Carlos Cortés en 1994 y de Fabio López de la Roche y Marisol Moreno Angarita en 1995. Agradecemos también a cada uno de los participantes por ceder los textos de sus respectivas ponencias para la publicación de estas memorias, cuya corrección y edición ha estado a cargo de Luz Stella Angarita y María Eugenia García Raya. Y, por su amable colaboración, damos las gracias a nuestros copatrocinadores: el periódico El Espectador, la Fundación Social, Meals de Colombia y Nestlé.

## NOTAS

1 Véanse las memorias de la Cátedra de 1994:

Pérez, Gabriel Jaime (editor). *Comunicación y espacios culturales en América Latina. Cátedra Unesco de Comunicación Social 1994*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, 1995.

# TEMA I

## Tecnologías de información y sociedad



# LAS REDES DE TELECOMUNICACIONES DENTRO DEL ESTADO COLOMBIANO

MAURO FLÓREZ CALDERÓN\*

**D**e acuerdo con recientes publicaciones económicas<sup>1</sup> los sectores más rentables a escala planetaria son el del tráfico de drogas y armas, las telecomunicaciones y el petróleo. En otras palabras, el sector económico lícito que produce mayores utilidades es el transporte de información.

Esta evidencia, en el nuevo orden mundial conocido como postindustrial, postmoderno o era informacional, tiene que ver con que la fuente de riqueza por excelencia es el conocimiento y por ende su ropaje, la información, se constituye en un elemento estratégico y estructurador de las sociedades y de sus relaciones de poder. Este nuevo orden se basa tecnológicamente en tres grandes pilares: la física del estado sólido y su principal manifestación, la electrónica; el procesamiento de información conocido como informática, y el transporte de información, es decir, las telecomunicaciones. Esto se combina con el empleo de dos recursos natura-

---

\*Mauro Flórez: Colombiano. PHD en Teleinformática, Moscú. Magister en Ciencia Política. En la

les claves: la órbita geoestacionaria y el espectro electromagnético, respecto a los cuales tanto las potencias de turno como las que están en ascenso, invierten grandes cantidades de dinero en investigación (ver tabla No.1). Hay que anotar que los países centrales han usado métodos legales y turbios para la apropiación de estos recursos, marginando y expropiando a los países de la periferia y negándoles los medios para combatir sus dificultades.

Otro elemento fundamental de la llamada era informacional es la red. Podríamos clasificar a las redes de acuerdo al destino final del transporte de información que realizan, y así tenemos redes que difunden información para el consumo masivo, como la televisión, la radio o el videotexto entre otros, y redes que transportan información para el proceso productivo, como la telefonía y la transmisión de datos (redes interactivas).

**Tabla No.1.**

**Inversiones en el desarrollo de tecnologías informacionales  
U.S.A. \$423.000 millones – 1993**

Estados Unidos	38 %
Japón	20 %
Alemania	9 %
Francia	8 %
Inglaterra	7 %
Italia	6 %
El resto del mundo	12 %

Fuente: EL ESPECTADOR Sep/94

**Los recursos naturales de la comunicación.**

Sin el espectro electromagnético y la órbita geoestacionaria es literalmente imposible construir redes de telecomunicaciones. Como estos recursos no son susceptibles de ser tomados militarmente, su control mundial se basa y se enmascara con el concepto de libre flujo de información, o el de patrimonio de la humanidad. En virtud del primero se aduce el derecho de todos los habitantes de la tierra a que estén pronta y bien informados, e incluso este derecho se estipula en las más variadas constituciones políticas; pero

no se considera que por estas redes fluye información unidireccional de los centros de poder hacia la periferia, transportando sus propias visiones e intereses, muchas veces en clara contradicción con los de los países subordinados.

Por medio del concepto de patrimonio de la humanidad, los recursos naturales de los países dependientes pasan a ser propiedad de la !Humanidad!, entendida èsta como la voluntad e intereses de los países que controlan los organismos mundiales. Nosotros entendemos y proclamamos que nuestros recursos naturales son nuestros, y tan sólo serán patrimonio de la humanidad cuando los bienes y servicios producidos por los países poderosos también lo sean. Mientras tanto, se deberá pagar a los países poseedores de los recursos las regalías pertinentes, de igual forma que nosotros pagamos por patentes y similares a las casas productoras de un determinado bien o conocimiento.

En Colombia, el manejo de los recursos naturales ha sido infinitamente torpe y antipatriótico. Basta recordar que durante el siglo pasado se pagó parte de las deudas del Estado con miles de hectáreas de tierra, sin entender la casta dominante de turno, la vital importancia que tiene el territorio para el desarrollo de un pueblo. A comienzos de este siglo se repite la historia con un recurso estratégico mundial, el petróleo, siendo repartido el país con las concesiones de Barco y Mares. Quizás para la costa dominante el petróleo no era más que barro sucio, pues de otra forma no se entiende su proceder y gran irresponsabilidad. Si lo anterior nos aterra, más aterradas quedarán las próximas generaciones de colombianos cuando estudien el tratamiento que se le èsta dando a los recursos naturales «postmodernistas», que ni siquiera se incluyen en los currículos de las escuelas, colegios o universidades. Lo que no se conoce no se ama, y lo que no se ama no se defiende, por ello el segmento de órbita geoestacionaria que se encuentra sobre Colombia no es colombiano sino patrimonio de la humanidad, es decir, de los Estados Unidos. En cuanto al espectro, éste se adjudica en los organismos internacionales, en algunos de los cuales Colombia tiene asiento, pero estos asientos son ocupados por personas a quienes se le deben favores electorales, personas profundamente desconocedoras del tema de telecomunicaciones. Por ello no es casual que a Colombia le correspondan las peores franjas espectrales.

Por lo tanto en Colombia el espectro, es decir, las redes de difusión e información para el proceso productivo, se concentran en los escasísimos grupos económicos, a través de la implementación de los conceptos neoliberales.

## **Las telecomunicaciones en Colombia.**

La historia de las telecomunicaciones en Colombia comienza en 1865, año durante el cual se realizó la primera transmisión telegráfica entre Tres Esquinas y la casa de gobierno, por el señor William Stiles. En 1880, Colombia se conectó a un cable submarino que unía a los países centroamericanos y algunos suramericanos con los Estados Unidos. Obviamente esta red no buscaba interconectar a los colombianos, sino consolidar el proceso expansionista de la potencia emergente. No es casual que pocos años después, la provincia colombiana de Panamá quedara en manos de los Estados Unidos. La primera red de radio telegrafía en Colombia, es creada por la United Fruit Company. Obviamente para consolidar su ya muy cómoda posición y enormes privilegios en la república bananera de Colombia, con la complicidad de la casta dominante (recordemos los trágicos sucesos de la masacre de las bananeras). A finales de los años veinte aparecen las primeras emisoras, como resultado de una actitud visionaria de algunos empresarios privados. Durante el gobierno de Alfonso López Pumarejo, con su revolución en marcha, se despierta parte del alma colombiana, al creer en la capacidad de la nación. Este proceso conduce a la compra de las empresas extranjeras que funcionaban en Colombia y a la creación de Telecom.

Durante el gobierno de Rojas Pinilla aparece la televisión. En el año de 1968 se instala la primera estación terrena, en el municipio de Chocontá; en los años ochenta aparecen redes especializadas para computadores, Coldapag; se instala un cable submarino de fibra óptica que une a Colombia con Puerto Rico y la Florida, surgen las televisiones regionales, y hay una invasión de antenas parabólicas; en el año de 1994 se entrega por concesión, a través de subasta, el servicio de telefonía celular.

## **Ministerio de Comunicaciones**

El MINCOM nace en 1923 con la ley 31 como Ministerio de Correos y Telégrafos y en 1953 se transforma en Ministerio de Comunicaciones. El artículo 76, ordinal 9 de la Carta de 1886, constituyó la base para que la ley 72 de 1989 atribuyera al MINCOM la competencia para ejercer en nombre del Estado, la función de gestión, administración y control del espectro electromagnético. Esta atribución legal tiene hoy soporte constitucional en el artículo 150 ordinal 7o. de la Constitución de 1991, que el Decreto Ley 1900 concretó. Estas leyes constitucionales hacen del

MINCOM el legítimo ente regulador del sector y por tanto del acceso y utilización del espectro electromagnético, como bien público nacional que es. Esta atribución tiene profundas consecuencias jurídicas en el plano territorial. Implica que las entidades territoriales carecen de competencia para regular el uso del espectro electromagnético y sólo accederán a él según los términos de utilización que fije el MINCOM. Frente al manejo del espectro electromagnético, con las facultades de gestión, administración y control, que comprende entre otras las actividades de planeación y coordinación, la fijación del cuadro de frecuencias, el otorgamiento de permisos para su utilización, la protección y defensa del espectro radioeléctrico, la detección de irregularidades y perturbaciones y la adopción de medidas tendientes a establecer el correcto y racional uso de espectro radioeléctrico y a restablecerlo en caso de perturbación e irregularidades, tiene las facultades el Ministerio.

Actualmente, el sector de las comunicaciones en Colombia comprende varios entes reguladores. El Ministerio de Comunicaciones es quien debe atender la política general del sector. Está relacionado con el Departamento Nacional de Planeación, encargado de establecer las prioridades de inversión en el sector; con el Ministerio de Hacienda y Crédito Público que fija las condiciones de los créditos internos y externos; con la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios, que es un organismo de carácter técnico adscrito al Ministerio de Desarrollo Económico y responsable de vigilar y controlar el cumplimiento de las leyes y actos administrativos a los que estén sujetos quienes presten servicios públicos domiciliarios, dentro de los cuales se encuentran las telecomunicaciones. Con la Comisión de Regulación de Telecomunicaciones, que pertenece al Ministerio de Comunicaciones y tiene como objetivo general regular y promover la competencia en el sector. Con el Ministerio de Relaciones Exteriores, para coordinar las relaciones del país con los organismos internacionales de Telecomunicaciones, postales y demás servicios de su competencia de conformidad con los tratados y convenios internacionales ratificados por Colombia, así como para formular recomendaciones sobre las negociaciones que adelanta el país en el plano internacional en lo que respecta al sector.

Dentro de la estructura de gobierno, el Ministerio de Comunicaciones está directamente relacionado con la Presidencia de la República. Para el desarrollo de proyectos debe contar con la aprobación del Departamento Nacional de Planeación.

En nuestro país el Ministerio de Comunicaciones ha sido secundario, a juzgar por la duración promedio de los ministros, 1.1 años (ha habido en total 67 ministros. Durante el gobierno de Virgilio Barco hubo 6, con un promedio de 0.66 años por ministro). No ha existido una política coherente en el sector, que se ha reducido a legislar para resolver problemas coyunturales o para satisfacer voracidades temporales de funcionarios de turno o de intereses mezquinos grupales. Si tenemos en cuenta los aportes a la campaña presidencial del actual presidente Ernesto Samper por parte de los grupos que poseen enormes intereses en comunicaciones y en telecomunicaciones, el 94% de dinero aportado a la campaña presidencial provino de grupos que tienen declarados intereses económicos en el sector (ver tabla No.2). Por lo tanto hemos de esperar procesos de subastas y de privatización de las comunicaciones en Colombia en los próximos años. Sin embargo, y a pesar de esta realidad, Colombia ocupa uno de los primeros lugares en comunicaciones entre los países del Tercer Mundo, gracias a algunos esfuerzos minoritarios. ¿Mal de muchos, consuelo de tontos?

**Tabla No.2**

**Mayores contribuyentes, en libros, para la campaña de Samper**

Grupo Santo Domingo	\$700 millones
Grupo Sarmiento Angulo	700
Grupo Ardila Lulle	500
Sindicato Antioqueño	120
Carvajal	70
Confedegas	50
Industrial de gaseosas	40
Coestrellas	40
Diego Fernando Londoño	40
R.T.I.	40
Proyectamos T.V.	40
Magsind Ltda.	30
Constructora N. Obradecht	30
Jorge Castro	25

Fuente: Revista Semana, Julio/94

En resumen, en Colombia podemos distinguir tres grandes períodos en cuanto a las comunicaciones: el primero entre 1865 y 1942, caracterizado por un dominio casi total de empresas extranjeras; un segundo momento entre 1942 y 1990, de monopolio de las redes de telecomunicaciones por parte del Estado a través de 28 empresas: una de carácter nacional, Telecom; una de carácter departamental, EDA, Empresa departamental de Antioquia, y 28 de ámbito municipal, entre las que se destacan la empresa de telecomunicaciones de Bogotá, ETB, la de Cali y la de Medellín. En cuanto las redes de difusión de radio, han sido básicamente controladas por los grupos económicos, que además ejercen una gran influencia sobre la televisión; el tercer periodo, desde 1990, se caracteriza por una liberalización del sector, comenzando por los servicios de valor agregado, la telefonía celular y los servicios de larga distancia nacional e internacional, que producían los ingresos más importantes a Telecom, para poder financiar los programas de comunicación social. Con la nueva legislación, Telecom queda liberado de prestar esos servicios, más no el Estado. La pregunta que surge, atendiendo el aumento creciente de la pauperización (ver tabla No.3) de los colombianos, es, ¿quién va a comunicar a la inmensa masa de colombianos desposeídos, que no presentan ningún atractivo para el inversionista privado, pues no hay rentabilidad en estos sectores?

**Tabla No.3.**

**Hogares por debajo de la línea de pobreza**

1986	31.8%
<hr/>	
1988	38.0%
1990	34.7%
1994	45%

Fuente: DANE

La nueva legislación en materia de telecomunicaciones ha permitido la liberalización de los servicios de valor agregado y telemáticos que antes de 1991 eran prestados únicamente por TELECOM.

A partir de la Ley 142 de Agosto de 1994, al ser las Telecomunicaciones un servicio público, quedan en libertad de ser prestados por cualquier entidad de carácter público, privado o mixto de acuerdo con los tiempos y reglamentaciones que exige la Ley.

La reglamentación para la prestación de servicios de telefonía de larga distancia nacional define el 1 de Enero de 1997 como fecha para el inicio de nuevos operadores de este servicio.

En Colombia existen unos 12 millones de incomunicados debido a la desidia administrativa, a la falta de una legislación adecuada, y a que el Estado, para los partidos y politiqueros, no pasa de ser un botín económico y burocrático al cual saquear. Pero esto no justifica el paso de un monopolio estatal a un monopolio privado, y menos aún, la entrega de la mente y del bolsillo de los colombianos a los monopolizadores del capital a través de las redes de difusión y de las redes interactivas.

No obstante las grandes dificultades, en el horizonte se percibe una luz. Esta luz es el despertar de una nación, la toma de conciencia de su capacidad, el surgimiento lento pero firme de un sentimiento de autoestima y de pertenencia, un nacionalismo entendido no como una exclusión del extranjero, quien debe ser fraternalmente acogido cuando su trabajo sea positivo, sino como una toma de conciencia en los valores propios. Sólo en nosotros mismos está la solución. De esta forma podremos generar conocimiento e información y ponerlas al beneficio de la nación en su conjunto, para el logro del bienestar colectivo. Ya se vislumbra el papel protagónico que va a jugar la mujer no sólo en las comunicaciones, sino también en la consolidación de la nación Bolivariana (ver tablas 4, 5, 6, 7, 8).

!Si bien es cierto que nuestra tecnología es subdesarrollada, es más cierto que nuestro cerebro no lo es!

Tabla No.4.

## Alumnos matriculados en primaria y secundaria

PRIMARIA	1990	%	1991	%
Total	3.681.506	100	4.279.954	100
Hombres	1.816.306	49,34	2.161.484	50,50
Mujeres	1.865.200	50,66	2.118.470	49,50
SECUNDARIA	1990	%	1991	%
Total	1.871.714	100	1.849.823	100
Hombres	862.978	46,11	851.704	46,04
Mujeres	1.008.736	53,89	998.119	53,96

Fuente: DANE. Informe C-600

Tabla No.5

## Graduados por género según modalidad

MODALIDAD	AREA	HOMBRES		MUJERES%MUJERES	
	TOTAL				
Univers.	Agronomía	941	388	29.19	1329
	Artes	248	167	40.24	415
	Educación	4717	9993	67.93	14710
	Salud	2131	3747	63.72	5874
	Sociales	2753	4270	60.80	7023
	Economía	4444	4640	51.08	9084
	Humanidades	162	158	49.38	320
	Ingeniería	6769	2600	27.75	9369
	Matemáticas	468	305	39.46	773
Posgrad.	Agronomía	3	0	0.0	3
	Educación	194	260	57.27	454
	Salud	422	167	28.35	589

Sociales	394	416	51.36	810
Economía	820	488	37.31	1308
Humanidades	0	2	100.000	2
Ingeniería	130	88	40.37	218
Matemáticas	11	19	63.33	30

Fuente: DANE. Información C-600

**Tabla No.6**

**Porcentaje de ministras por período presidencial**

	1978-1982	1982-1986	1986-1990	1990-1994
Ministras	3.4	9.2	6.3	8.2

**Tabla No.7**

**Nómina por nivel y género del Ministerio de Comunicaciones**

Nivel	Número Mujeres	Número Hombre	Total de Funcionarios	%de mujeres
Directivo	1	5	6	16.67
Asesor	5	4	9	55.56
Ejecutivo	10	24	34	29.41
Profesional	43	89	132	32.56
Técnico	12	47	59	20.34
Administrativo	87	43	130	66.92
Operativo	40	64	104	38.46
Total Func.	197	276	474	41.56

Fuente: Mincomunicaciones 1995.

Tabla No.8

## Porcentaje de mujeres en los diferentes ministerios

<u>Ministerios</u>	<u>% de Mujeres</u>
COMUNICACIONES	41.6
AGRICULTURA	46.0
DESARROLLO	50.5
EDUCACION	58.9
HACIENDA	57.1
MEDIO AMBIENTE	50.0
MINAS Y ENERGIA	43.1
RELACIONES EXT.	52.7
SALUD	56.0
TRABAJO	60.7
TOTAL	51.7

---

Fuente: EPAM. 1995

## Bibliografía

- Smith Anthony. **La política de la información.** F. C. E.
- MacLuhan Marschall. **Guerra y paz en la aldea global.** Planeta
- Vattimo G. **En torno a la posmodernidad.** Ed. del Hombre.

## NOTAS

- 1 Como *The Economist*, junio 1994.



# NUEVAS TECNOLOGIAS DE LA COMUNICACION Y LA EMPRESA

ENRIQUE CARLOS ANGULO H.\*

## Algunos hechos y cifras

**L**a información que se ha generado en los últimos treinta y cinco años es superior a la que se produjo en los anteriores cinco mil. La cantidad de información que ahora se produce se viene duplicando cada cinco años y el proceso tiende a acelerarse en forma exponencial.

La información que contienen un domingo los diarios *El Tiempo* y *El Espectador*, es más grande que todo lo que un hombre podía leer durante toda su vida en épocas de Shakespeare.

En los últimos diez a quince años se ha escrito y publicado más que en toda la historia de la humanidad. No menos de cincuenta y cinco mil libros nuevos son editados cada año, y se publican en el mismo período más de dos millones de artículos nuevos en por lo menos 65.000 revistas técnicas, aumentando un depósito anterior de unos 50 millones de artículos.

---

\*Enrique Carlos Angulo: Colombiano. Abogado Universidad La Gran Colombia, Bogotá. Investigador y consultor en Telecomunicaciones y New Media. Gerente de Servicios de Información del Centro de

Las grandes bibliotecas del mundo están doblando su tamaño cada catorce años. La biblioteca del Congreso Americano recibe más de 31.000 libros y revistas cada día y se estima que tendrán que deshacerse de 24.000 de estas publicaciones por dificultades de espacio y clasificación.

### **El síndrome del Thomas Lawson**

“Hacia el amanecer del viernes de diciembre de 1970, el barco de vela Thomas W. Lawson se hundió cerca a las islas Scilly en el Canal de la Mancha”. El Thomas Lawson, un enorme y pesado barco de siete mástiles, era un producto que la industria de barcos veleros lanzó para competir contra los nuevos buques de vapor que habían estado apoderándose cada vez más del negocio de carga. El esfuerzo agónico por negar el adelanto de la tecnología era inútil, obviamente, y como observó Foster: “la edad de los barcos de vela comerciales terminó con el Thomas Lawson, y los barcos de vapor comenzaron a reinar los mares”.<sup>1</sup>

Antes de que se hundiera, el barco de vela de Thomas Lawson se había vuelto obsoleto, pues iban apareciendo los barcos impulsados por vapor. Su leyenda simboliza la tendencia fatal de las organizaciones a aferrarse a las viejas creencias y tecnologías pasadas de moda.

El síndrome de Lawson es la tendencia que tienen las organizaciones a afianzarse con tenacidad a los productos, servicios y procesos actuales a pesar de los avances tecnológicos que con frecuencia ponen de manifiesto la obsolescencia de lo que la organización está protegiendo actualmente.

### **Global Information Infraestructure (GII)**

El ambicioso y futurista proyecto tecnológico de alcance mundial ha comenzado a construirse. La GII está compuesta, vista desde su dimensión tecnológica, por variados y complejos elementos de telecomunicaciones e informática, que incluyen redes cableadas e inalámbricas de alta velocidad (fibra óptica, satélites, microondas, etc.), lo mismo que por grandes bases de datos o bibliotecas digitales que contienen los diferentes formatos de la información.

Internet es sólo una muestra de baja velocidad de las infinitas posibilidades que abre la Infraestructura Global de la Información para el desarrollo

El Vicepresidente de los Estados Unidos, Al Gore, el más representativo líder político de la **Era de la Información**, ha asumido el compromiso histórico de impulsar y promover en todos los países del mundo su incorporación de lleno a este megaproyecto de infinitas transformaciones en el desarrollo de los pueblos.

### **Necesidad del conocimiento tecnológico como recurso estratégico de la empresa**

En una sociedad industrial el recurso estratégico es el capital. En la nueva sociedad de la información, esa fuente se ha desplazado hacia la información, el conocimiento y la creatividad. Así piensan John Naisbitt y Patricia Aburdene, en su libro: **Reinventar la empresa**.

El gobierno estadounidense, en un documento publicado recientemente, ha transmitido a la opinión pública que sólo mediante el uso intensivo de las emergentes tecnologías será posible incrementar los niveles de productividad de las empresas americanas y del recurso humano en general.

Por ello se han diseñado planes concretos que impulsen mediante la educación un mayor conocimiento de las diferentes herramientas tecnológicas en sus diferentes áreas y en todas las actividades productivas.

Si los ejecutivos de las áreas no técnicas desconocen las nuevas herramientas que viene produciendo la tecnología, difícilmente podrán llevar sus empresas a mejores destinos. Están corriendo el riesgo de ser desplazados en su organización y de paso poniendo en peligro la supervivencia del negocio.

### **Responsabilidad del gerente en el manejo tecnológico**

Las empresas que no administren la tecnología para asegurar su futuro, podrán llegar a ver su futuro manejado por la tecnología.<sup>2</sup>

La dirección empresarial moderna involucra necesariamente el conocimiento de las nuevas herramientas tecnológicas, que ahora le producen por cantidades, por lo menos desde una visión panorámica y general.

La tecnología ya no es responsabilidad de un gerente de área. Se convirtió, en muchas organizaciones, en uno de los principales recursos de la

áreas no técnicas tienen ahora la obligación de conocer la temática, para poder conducir los destinos de la organización con mayor probabilidad de éxito.

El rápido y abundante cambio en las tecnologías produce una acelerada obsolescencia en los equipos adquiridos por las empresas. El quedarse atrasado tecnológicamente significa perder competitividad y por ello llegar a ser presa fácil de la competencia.

La operación y el día a día en el manejo operativo del recurso tecnológico actual, hacen que el responsable del área sólo tenga tiempo para el trabajo de soporte y mantenimiento de los sistemas en funcionamiento, descuidando el panorama tan amplio de las nuevas soluciones y posibilidades que se ofrecen en el mercado permanente.

### Herramientas tecnológicas

#### Reingeniería

Si una empresa no está dispuesta a cambiar la forma tradicional de pensar acerca de cómo, cuándo y por qué incorporar nuevas tecnologías, no puede hacer reingeniería. Esta es una de las conclusiones a que se llega después de leer el libro de Hammer y Champy, **Reingeniería**.

Pensar inductivamente, es decir, conocer primero el enorme poder de las soluciones y herramientas que ofrece la tecnología en sus diferentes áreas, para después buscarle aplicación, es otra de las condiciones para hacer reingeniería. Cosa que no parece ser tan fácil cuando se ha estado acostumbrado a diagnosticar problemas y después buscar las soluciones.

Colombia presenta preocupantes niveles de atraso en la incorporación y uso de tecnología en telecomunicaciones, tanto a nivel público como privado. Aunque no es extraño encontrar novedosos adelantos junto a obsoletos equipos: una prestigiosa organización utiliza enlaces satelitales y digitales, pero todavía tiene en uso un anticuado y poco productivo conmutador telefónico de hace por lo menos 20 años.

Con o sin reingeniería, el país necesita promover con insistencia la incorporación a las empresas de todas aquellas herramientas, productos y servicios, que facilitan y aceleran los flujos de información de toda clase.

Correo electrónico, audiotexto, correo de voz, BBS, EDI, DIP, IVR, FOD, son, entre otras, tecnologías que integran computación y telecomunicaciones y que le permiten a las empresas vender las 24 horas, suministrar o intercambiar información, sin tener que pagar horas extras.

Si se decide a comenzar con la reingeniería, no espere siquiera a leerse el libro o asistir a cursos y seminarios. Un buen inicio será el mantenerse informado de lo que la tecnología está ofreciendo para mejorar la productividad, disminuir costos y ofrecer un mayor nivel de satisfacción a los clientes. Y no pierda de vista que el conocimiento sobre informática y telecomunicaciones es un componente estratégico de la empresa moderna, no sólo responsabilidad del gerente de sistemas o del área técnica.

### **Internet**

Es una gran red de computadores interconectados en todo el mundo, que integra a muchas entidades, principalmente Universidades, Bibliotecas, Centros de Investigación o Grandes Corporaciones, con la finalidad de intercambiar y consultar información de todo tipo.

Internet tiene más de 35 millones de usuarios y nuevas incorporaciones masivas todos los meses. El mayor uso de esta autopista de datos viene de parte de científicos e investigadores de todas las áreas del saber. Técnicos, especialistas, profesores, escritores, etc., corren diariamente por sus vías, desarrollando y divulgando sus trabajos entre la comunidad interesada.

Miles de bases de datos especializadas en diversidad de temas se pueden consultar en varios países. Es posible participar en conferencias y reuniones electrónicas o grupos de discusión, enviar y recibir correspondencia, consultar enciclopedias, leer noticias de revistas y periódicos, investigar la bibliografía existente sobre algún tema, copiar resúmenes de libros, y aprovechar miles de servicios que aparecen cada día en la red.

Ultimamente se ha abierto paso el aprovechamiento comercial de la red, lo que ha multiplicado el potencial de usos que pueden darle las empresas.

### **World Wide Web**

También conocido como, WWW, W3, Páginas WEB, y en algunos casos como Home Page, es el servicio de INTERNET que se utiliza para publicar electrónicamente periódicos, revistas, catálogos, boletines, avisos publicitarios o de cualquier otra clase.

Sin importar el país del mundo donde se encuentre, el usuario de Internet, mediante un click en el ratón de su computador, podrá visualizar en el monitor, textos, iconos o fotos a color, con la información que se quiera divulgar.

El WEB está estructurado sobre sistemas de hipertexto o hipermedia, que permiten lectura no lineal de textos escritos asociados entre sí, o con gráficos, audio y video. El lector puede seleccionar fácilmente los segmentos que le interesan, saltando de un lugar a otro del documento, esté contenido en un mismo computador o en uno que se halle al extremo del mundo, sólo haciendo click sobre las palabras resaltadas o imágenes que aparecen en cada página.

El servicio WEB se inició comercialmente en la red en mayo de 1993 y ha experimentado un alto nivel de expansión, que sólo es superado por el E-Mail. La oferta gratuita de un software (Mosaic) bajo ambiente gráfico que permite leer estas páginas, hizo explotar en forma exponencial su uso.

Las proyecciones estimadas del WEB, indican que dentro de los próximos 5 años la gran mayoría de empresas y negocios, e incluso personas, tendrán presencia en este medio, aun cuando no posean dirección electrónica ni tengan siquiera acceso a la red.

### **Bulletin board system (BBS), fax on demand (FOD) y audiotexto**

Conseguir información de cualquier índole en Colombia no es tarea fácil en la mayoría de oportunidades, aun tratándose de aspectos tan corrientes como los comerciales, necesarios para tomar decisiones de compra.

La realidad nacional muestra niveles decepcionantes en la calidad de la información telefónica, trátese de voz o datos. Ya sea en cuanto a sus contenidos como a las formas de su suministro. Y no importa que se trate de empresas públicas o privadas, nacionales o multinacionales.

Uno de los exponentes claves en la era de la información, que ya hemos comenzado a vivir casi sin darnos cuenta, lo constituye precisamente el acceso instantáneo a los recursos informativos. Las denominadas superautopistas de información de las que tanto se habla últimamente buscan, entre otras cosas, acelerar el flujo de datos entre los usuarios de todos los países del mundo.

Sin información oportuna y actualizada las decisiones empresariales pueden resultar tardías y costosas, y el desarrollo general de un país puede verse afectado. El síntoma primario del atraso tecnológico, es la insuficiente y fragmentaria existencia de "estancques" de información sobre las tecnologías mismas, y su escasa consulta cuando se encuentran disponibles.

La poca información que se logra conseguir oportunamente en Colombia, sólo se puede obtener en horas hábiles de oficina. Después, la inmensa mayoría de nuestras empresas mueren para el mundo de la información. El único canal de comunicación que queda abierto al mundo lo atiende el vigilante o celador de turno.

Una de las importantes características del nuevo orden de la información, es su funcionamiento continuo y permanente. Así como las plantas de producción suelen trabajar 24 horas, el recibo y transmisión de material informativo no debe tampoco cesar.

Colombia es un país muerto internacionalmente cuando llega la noche y cierran las oficinas. Si el fax no existiera y no sobreviviera el télex, desde los países con horas diferentes se diría que Colombia no existe, porque a esas horas no ofrece señales de vida.

La globalización de los mercados hace indispensable que el país mantenga abiertos sus comercios por las noches para el resto del mundo, que en esas horas se encuentra en plena actividad.

Con las nuevas tecnologías, principalmente en esa infinita gama de binaciones que permiten la informática y las telecomunicaciones, se encuentran soluciones que por su costo y manejo están al alcance de la mayoría de empresas privadas y públicas.

Tres de estas soluciones están en condiciones de mejorar sustancialmente en el corto plazo los flujos de información y las comunicaciones entre productores, consumidores, usuarios y ciudadanos en general: BBS, FOD y Audiotexto.

### **Bulletin Board Systems (BBS)**

Los BBS, Boletines electrónicos, bases o bancos de datos a los que se accede por computador, constituyen una manera de conversación entre

computadores. Para usarlos se necesita además la línea telefónica o un canal de comunicaciones, y un modem que hace las veces de traductor.

El uso de esta herramienta se ha generalizado en todo el mundo. En los Estados Unidos se estima que están en actividad cerca de 200 mil servicios, entre públicos y privados, gratuitos y con cobro.

Toda la información, con los detalles más rigurosos, puede ofrecerla una empresa por medio de un BBS. Productos y servicios, precios, catálogos, balances, especificaciones, puntos de venta, etc., se almacenan en PC, al que se le conectan una o varias líneas telefónicas con modem.

Cualquier computador que se comunique por teléfono puede conocer todo lo que el otro contiene y grabarlo si quiere en su propio disco duro, o imprimirlo.

### **Fax on Demand (FOD)**

Los aparatos de fax, que cada vez son más frecuentes en hogares y oficinas, se han ido computarizando, mientras que los computadores han aprendido a realizar funciones del fax con mayor eficiencia.

Una de las nuevas aplicaciones que ha surgido en este mundo computarizado es un servicio llamado en inglés de diferentes formas: FAX ON DEMAND, FAX RETRIEVAL O FAX BACK, que permite a quienes llamen a una empresa solicitando información obtenerla durante la misma llamada o pidiendo su envío a un número de fax. Una voz pregrabada va indicando todo lo que hay que hacer para conseguir la información que se necesita. Basta marcar unas cuantas teclas en el teléfono, y del otro lado el computador se encarga de enviar las hojas al fax que se le indique.

Catálogos, solicitudes, precios, artículos publicados por un periódico, extractos de cuentas bancarias, recetas de cocina, programación de televisión, requisitos para un trámite oficial y toda la información que se quiera ofrecer al público, se puede dar a conocer rápidamente sin intervención humana, durante 24 horas.

### **Audiotexto**

Este sistema de suministro de información audible contenida en un computador, que se puede escuchar marcando unas cuantas teclas de un

teléfono, ofrece un interesante instrumento de divulgación o medio de comunicación, con gran potencial de aplicaciones y usos. El Audiotexto podría equipararse a una emisora de radio por teléfono, de la que sólo se escucha lo que se quiera.

Muestra de lo que es posible hacer con esta herramienta lo ofrecen las aplicaciones anunciadas todos los días en los diarios *El Tiempo*, *El Colombiano* (Línea T y Salomón) y *El Espectador* (Línea de Los Monos).

Estas aplicaciones vienen siendo ampliamente utilizadas con gran éxito por las grandes empresas americanas e incluso por pequeñas y medianas compañías.

### **Multimedia**

La palabra MULTIMEDIA, que estamos usando en castellano al igual que en inglés, y que traducida sería MULTIMEDIOS, implica la presencia de todas las formas de la información en un solo recipiente, bien sea en un CD ROM, o viajando por las redes de telecomunicaciones.

Multimedia en su acepción integral y máxima, supone la presencia simultánea, concurrente y enlazada inteligentemente de los diferentes medios de comunicación (entiéndase de información), mediante software especializado, que arroja un resultado final unificado sistemáticamente. Texto escrito, voz y sonidos de cualquier tipo, gráficas o ilustraciones, datos, animación y video, juntos para potenciar la diseminación de contenidos de cualquier orden y para cualquier fin.

Recursos como el Hipertexto o la Hipermedia forman parte de los componentes caracterizables del producto o servicio multimediático. Ellos representan las verdaderas potencialidades de aprovechamiento de la herramienta informática llamada **Multimedia**, ya que facilitan los encadenamientos y enlaces de los diferentes contenidos entre sí, permitiendo las búsquedas y saltos lógicos y hasta arbitrarios entre trozos de textos asociados, o entre éstos y audio o video, etc.

La presencia simultánea de los diferentes medios de comunicación en un mismo ambiente o transporte, pero sin enlaces de software entre sí, que conformen un producto distinto e integrado, no se pueden considerar como aplicaciones de Multimedia.

Es posible afirmar que se dan dos tipos de Multimedia; una fija, que es aquella que reposa en un medio óptico o magnético, siendo su caso más representativo actualmente el disco láser conocido como CD ROM. Y una móvil, que es la que utiliza las redes de telecomunicaciones para llegar a los usuarios.

Ya se trate de Multimedia fija o móvil, es indispensable la presencia de un equipo manejador o lector de la información, con características técnicas especiales. Hoy este elemento es un computador especialmente habilitado (drive o lector, tarjeta de sonido, parlantes y su software), pero para el futuro serán unidades multimediáticas integradas o receptores transmisores especializados.

El potencial de usos y aplicaciones de este medio en todas las áreas productivas y de servicios es tan amplia como ahora lo son el papel y las publicaciones impresas, la radio y la televisión.

Sus principales ventajas radican en su potencial interactivo y en la combinación de todos los medios tradicionales, que facilitan los procesos de aprendizaje y divulgación de información.

## NOTAS

- 1 Oren Harari.
- 2 Susan Levine. **Managing technology, the key to sucesfull bussines growt.**

# LA POLÍTICA EN EL CONTEXTO DE LA CULTURA MEDIÁTICA: APROXIMACIONES, INCERTIDUMBRES, RETOS

FABIO LÓPEZ DE LA ROCHE\*

**A**mérica Latina asiste en la última década a la expansión de una cultura caracterizada por la fuerte presencia de los medios masivos de difusión y de nuevas tecnologías de comunicación e información. A su manera y con especificidades en cada escenario nacional, las sociedades latinoamericanas se involucran en la configuración de una “sociedad informatizada” y viven un proceso de conformación de una experiencia socio-cultural nueva, que varios autores han denominado «cultura mediática”.

Estas transformaciones culturales asociadas a la incorporación y difusión de nuevas tecnologías están afectando los modos de conocer, las culturas juveniles y sus formas de sociabilidad, la relación padres-hijos y maestros-alumnos, el diálogo entre las generaciones crecidas bajo los parámetros de la cultura letrada y las

---

\*Fabio López De La Roche: Colombiano. Historiador Universidad de la Amistad , Moscú; Magister en Ciencia Política, Especialista en Cultura Política, Es profesor de la Universidad Javeriana, e investigador del Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Colombia. Ha

más recientes, levantadas en contextos de predominio del nuevo espacio audiovisual.

Esta transformación cultural que para muchos investigadores estaría constituyendo un verdadero “cambio epocal”, una nueva “cultura de época”,<sup>1</sup> no podría no afectar el mundo de la política y el funcionamiento del poder. En el medio académico colombiano ha estado prácticamente ausente la reflexión en torno a la relación política-cultura mediática y a temas como la ‘telepolítica’, la ‘videopolítica’ o la ‘teleparticipación’. El debate televisivo entre los candidatos presidenciales Andrés Pastrana y Ernesto Samper, y en general el manejo de la campaña presidencial de 1994, evidenciaron la entrada de la política colombiana en la telepolítica, el papel creciente del “creativo” en la construcción de la imagen de los candidatos, y el peso de los sondeos y encuestas de opinión. Ya el propio manejo de imagen desarrollado por los comunicadores asesores del presidente César Gaviria durante los cuatro años de su administración, mostraba el creciente papel del *marketing* y el valor otorgado a las encuestas en la construcción y manejo de la popularidad del presidente.<sup>2</sup>

Las ideas que aquí esbozaremos constituyen una aproximación inicial y exploratoria a la discusión sobre las relaciones entre la política y el nuevo espacio audiovisual. El carácter exploratorio está determinado en buena parte por las dificultades que plantea a los analistas de las ciencias sociales la actual coyuntura latinoamericana, caracterizada por la crisis de la gran mayoría de las ideas-fuerza que marcaron las concepciones y las prácticas del desarrollo económico, político y social en las décadas precedentes (del esquema cepalino, del paradigma revolucionario y de las utopías omnicomprensivas, de los partidos, del sindicalismo, del proletariado y demás sujetos ‘clásicos’ de la política, de la bipolaridad y del espíritu de la guerra fría). Así mismo, por la configuración de una serie de contextos y de fenómenos postmodernos que empiezan a interactuar de manera compleja con las tradiciones y herencias modernas, y por el cuadro general de incertidumbre y de provisionalidad de los diagnósticos, resultante de todos estos factores, en medio de un proceso de transición hacia un nuevo orden, cuyos elementos constitutivos no aparecen aún muy claramente definidos.

Para introducir la discusión sobre la relación entre la política y el nuevo espacio audiovisual, queremos retomar dos preguntas claves alrededor de las cuales se reunió un grupo de científicos sociales argentinos a fines de

La primera se interrogaba acerca de “¿Cómo actúa esta nueva cultura —la mediática— sobre las prácticas políticas que se constituyeron en marcos sociales sustentados en otras tradiciones intelectuales y que durante siglos mantuvieron algunas continuidades?”. La segunda, mucho más orientada por una presunción pesimista acerca del sentido de la política en medio del nuevo espacio cultural audiovisual, se cuestionaba si “¿existe un lugar para la política en la cultura mediática?”<sup>3</sup>

Dejemos por ahora planteados estos dos interrogantes, sobre los cuales habremos de volver posteriormente.

Miraremos inicialmente algunos de los procesos tecnológico—culturales asociados a la revolución informática y a la creación de una “cultura mediática” que se habrían producido a partir de la década de los 80 en los países de la región. A continuación, en una segunda parte, trataremos de mostrar el impacto que esos procesos estarían produciendo en las formas de concebir y hacer la política. En una tercera parte, llamaremos la atención acerca de la interrelación existente entre las nuevas realidades tecnológico—culturales y el conjunto complejo de transformaciones estructurales en lo económico, lo social, lo político y lo cultural, experimentadas recientemente por las sociedades latinoamericanas. La idea es ver el impacto de las nuevas tecnologías de información y de comunicación (computadores, satélites, telefonía celular, expansión de la televisión y del video, conformación de redes), no como un mero proceso tecnológico omnipotente y unidireccional en la imposición de su lógica a la sociedad, sino como un complejo proceso de interacciones y transacciones de las nuevas tecnologías con un conjunto de fenómenos económicos, sociales, políticos y culturales previos que informan y dan sentidos a la vida de esas sociedades receptoras de nuevas tecnologías. En una cuarta parte, mostraremos los aspectos problemáticos de la política mediática contemporánea señalados por distintos investigadores, y en una quinta los aspectos positivos y algunas de las posibilidades de la telepolítica en el fortalecimiento de la dinámica democrática. Finalmente, y a título de conclusión, intentaremos formular algunos de los retos que nos plantean las transformaciones aquí analizadas, a los analistas de las ciencias sociales, periodistas y comunicadores sociales.

## Las nuevas realidades tecnológico-culturales

Refiriéndose a la afirmación del espacio audiovisual en los 80, Oscar Landi ha llamado la atención acerca del proceso de constitución durante esos años, de nuevos circuitos, lenguajes y géneros de la comunicación, y consecuentemente, de nuevas sensibilidades a ellos asociadas. “El ciclo de democratización política que protagonizaron diversos países latinoamericanos a lo largo de la década del 80, fue precedido y acompañado por significativas transformaciones en los circuitos, lenguajes y géneros de la comunicación social. Cuando la apertura y la liberalización comenzaron a conformar nuevos escenarios políticos, la televisión de estos países ya había conquistado públicos masivos con los cuales compartía nuevas claves de desciframiento de imágenes, indicios, gestos y palabras, el gusto por la mezcla de géneros estéticos, el hábito del fragmento y los tiempos cortos. La tribuna electoral se las tuvo que ver entonces con el predominio cultural del espacio audiovisual, que generaba en la gente nuevas formas de percepción y reconocimiento de los discursos que la poblaban. La política partidaria reaparece en medio de una nueva civilización de la imagen y la mirada”.<sup>4</sup>

En el mismo sentido, Luis Alberto Quevedo llama la atención sobre la capacidad de la televisión para constituir un lugar particular desde donde escuchar, ver y percibir la política. “Es decir, que la televisión no sólo colabora en la formación de la agenda pública y somete a los políticos a ciertas reglas propias del medio, sino que también deja una experiencia de formación de públicos que nos era desconocida. Estos sujetos **teleformados** serían sensibles a ciertos temas y refractarios a otros, tendrían preferencias por ciertas imágenes y rechazarían otras y serían portadores de ciertos mecanismos de decodificación política que obligaría a los políticos a encontrar nuevas estrategias de seducción que nada tienen que ver ni con el acto público ni con el discurso político tradicional”.<sup>5</sup>

La expansión y desarrollo de la televisión ha sido sin duda uno de los procesos tecnológico-culturales más decisivos e impactantes en la configuración del nuevo espacio audiovisual. Desarrollo de ella como conjunto de temáticas y como sistema de géneros televisivos, pero también como expansión de su cubrimiento regional y del número de televisores per cápita en campos y ciudades. La expansión de la televisión en zonas rurales ha sido uno de los factores estimulantes de la urbanización cultural del campo, del creciente peso allí de valores, modas, temas, actitudes y

culturalmente hablando, del campo colombiano tradicional y religioso donde a comienzos de los setenta apenas empezaba a llegar a algunos municipios la televisión en blanco y negro, generalmente instalada en la casa cural del pueblo o en las de algunos habitantes pudientes, al campo de nuestros días donde en miles de municipios y veredas se ha expandido la televisión a color y se difunden y recepcionan propuestas como las de *Melrose Place*, *La Otra Mitad del Sol*, *Clase de Beverly Hills* o *Los Victorinos*, con su muestra compleja de situaciones, dilemas y conflictos de la vida urbana nacional e internacional contemporánea.

Con la expansión de los medios de comunicación en general y en particular de la televisión y del video, pero también con el crecimiento y complejización de la vivencia cultural en las grandes ciudades, marcada por la popularización de los grandes conciertos, por la centralidad del consumo ritualizado en los grandes centros comerciales, por la aparición y difusión de múltiples y diversos lugares de encuentro de jóvenes y adolescentes, hemos asistido en los 80 y lo que va corrido de los 90 a la configuración de nuevos escenarios y de nuevas formas de sociabilidad.

La expansión de las nuevas tecnologías de comunicación ha conducido así mismo a la configuración de una nueva experiencia estética. Beatriz Sarlo aborda críticamente sus componentes mostrando el papel central que en esta nueva estética massmediática juega el *show* como “estilo-marco” (*show* de noticias, *show* de reportajes, *show* de goles, *show* nocturno político...); la estética del video-clip (“que liquida toda forma de narración para imponer una sintaxis aparentemente necesaria, pero en verdad errática de asociación de imágenes”); la estética del video-*game* (“un verdadero simulacro de la acción que toma el lugar de lo lúdico en la cultura popular y juvenil”); y el predominio de formas de alto impacto y de formatos que poco propician la retrolectura por su velocidad. Subraya la autora argentina cómo “la estética de los medios tiene un rol muy activo (en rigor tiene la iniciativa) en la definición de otras estéticas: las de los diarios que imitan revistas semanales que a su vez imitan la presentación televisiva de la noticia.” O “la del cine que, después de haber transferido muchas de sus funciones a la televisión, hoy piensa que su posibilidad de supervivencia está en el video-*home* y la estética televisiva”.

Caracterizando el impacto cultural de estos fenómenos anota Sarlo que “lo que se ha producido es una verdadera revolución cultural, aunque el sentido de esta revolución no satisfaga a quienes encontramos todavía un

conjunto de valores en la cultura basada en la alfabetización y el paradigma pedagógico”.<sup>6</sup>

Siguiendo a Néstor García Canclini, Sarlo ha llamado también la atención acerca de cómo “la televisión ha reorganizado la esfera de la imaginación y de lo simbólico, hasta un punto que hace difícil responder con alguna seguridad a preguntas clásicas del tipo: popular, ¿a qué se opone? A partir de la cultura electrónica han entrado en crisis las formas de pensar distinciones entre lo popular y lo culto. En principio porque la cultura massmediática y la cultura juvenil difícilmente pueden describirse según estas categorías, que han pasado a ser categorías históricas: con ellas se puede pensar lo que fue (la cultura obrera vinculada al libro y al sindicato; las culturas campesinas; la cultura escolarizada de las capas medias) y no lo que es”.<sup>7</sup>

En Colombia hemos visto recientemente en la experiencia de los conciertos masivos de Luciano Pavarotti y Plácido Domingo esta erosión de las viejas formas de concebir las distinciones entre lo popular y lo culto que está siendo propiciada por la cultura electrónica masiva. No obstante las críticas autorizadas y respetables de nuestro clavicembalista Rafael Puyana contra estos conciertos masivos, que en su opinión constituirían una masificación y tecnologización indebida de un arte hecho para otro tipo de recintos y de vivencias, la crítica cultural y periodística reconoció la importancia de estos eventos como posibilidad de acceso de millares de personas a una experiencia estético-musical tradicionalmente asociada en cuanto a su disfrute a élites ilustradas y ubicadas en los parámetros de la “cultura culta”. Se reconoció incluso el excelente comportamiento de aquellos sectores del público que habían pagado boletas más baratas, y se anotó cómo los retrasos en la llegada al recinto y algunos comportamientos inconvenientes se habían presentado precisamente en aquellos sectores que habían adquirido las boletas más costosas. Analizando el caso de los conciertos de Pavarotti y Domingo podríamos preguntarnos, siguiendo la propuesta de García Canclini de mirar “culturas híbridas”, hasta qué punto estos fenómenos conducen a que “lo culto” se vuelva “masivo” y a que, si no se vuelva ‘popular’, por lo menos lo culto se **popularice**.<sup>8</sup>

Otro proceso a considerar en cuanto a los efectos culturales de las nuevas tecnologías, es la planetarización de la mirada al mundo producida por la televisión satelital, “con su efecto de desterritorialización de la experiencia social y de los referentes identificatorios de las audiencias”.<sup>9</sup>

### La política en el nuevo escenario audiovisual

Una de las características del funcionamiento de la política en el contexto del nuevo espacio audiovisual sería su tendencia a la massmediatización y a la conversión de la escena política en una escena electrónica.<sup>10</sup> Esta proyección de la escena electrónica estaría poniendo radicalmente en crisis las formas de hacer política “cara a cara”, la política de plaza pública y aquella basada en la plataforma programática, la ilustración y la cultura letrada. “En las épocas de hegemonía de la imprenta, el partido clásico intentaba poner bajo su control la representación simbólica de la política mediante el periódico partidario, los libros y los artículos en revistas. Era una política letrada y de élites. En nuestros días, la tecnología audiovisual escenifica la política imprimiéndole una lógica propia a la escena pública. Se tienden a formar entonces dispositivos político-comunicativos complejos. Los militantes y dirigentes partidarios deben negociar con las empresas y los operadores de los medios sin llegar a poner nunca bajo absoluto control las formas de escenificación visual de la política”.<sup>11</sup>

En este nuevo contexto massmediático se produce una pérdida de centralidad de ciertas formas tradicionales de enunciar la política como “el programa partidario, la rigurosa doctrina y el debate ideológico (fundamental en la cultura de izquierda)”.<sup>12</sup>

Es interesante el reconocimiento hecho por Giovanni Sartori, uno de los principales teóricos políticos modernos, de este quiebre epocal al cual estamos asistiendo. Para él, «la irrupción de la videopolítica es un fenómeno sostenido en el ‘videopoder’». Se trata del cambio civilizatorio, en plena expansión, a favor de la cultura audiovisual. La sensibilidad de este autor para captar estos fenómenos nuevos en la política, va unida a su molestia ante ellos y a su defensa nostálgica de la cultura más característica del partido político clásico: la letrada. Para el teórico italiano asistimos a la emergencia de un “homo ocular”, de la persona video-formada que se relaciona con el mundo desde los lenguajes visuales, quedando atrás el “*homo sapiens*” y sus virtudes ilustradas”.<sup>13</sup>

El lenguaje de la televisión introduce sustanciales modificaciones en la enunciación y puesta en escena de la política, particularmente en un aspecto muy importante cual es la relación entre imagen estética y confiabilidad política: “Desde el punto de vista del lenguaje, la televisión replantea la política en términos de imágenes, de esa combinación de

político se torna altamente significativa y activa en el televidente los modos de la lectura y descifre de la gestualidad (Eliseo Verón, idem). El gesto como expresión de atributos (calma, sinceridad, miedo, agresividad, comprensión o incertidumbre, etc.), componen también el repertorio expresivo del medio. Los jóvenes posiblemente lo decodifiquen mejor; los viejos adaptan y reeducan sus habilidades interpretativas aprendidas con el arte que marcó decisivamente la cultura del siglo: el cine. La escuela poco tiene que ver con el asunto: en general se quedó pendiente de la imprenta y la cultura letrada”.<sup>14</sup>

Las nuevas formas de enunciación de la política tienen que ver, en parte, con una adecuación a las transformaciones de la estética contemporánea a las cuales aludíamos antes, e implican la incursión en ámbitos anteriormente considerados irrelevantes y hasta poco serios. “Los medios y en especial la televisión le imprimen a la mediación política características inéditas que la desligan de las tradiciones de la cultura letrada para ingresar en zonas culturales que están ligadas a la imagen, a lo corporal, a los elementos de la vida cotidiana, al humor y al melodrama”.<sup>15</sup>

Este nuevo contexto cultural audiovisual le plantea a los políticos modernos la necesidad de adaptarse a las nuevas reglas de la cultura mediática. “El político de la cultura massmediática es menos pretencioso con su palabra, mas *soft* y, mantiene una relación menos grave con la verdad, las doctrinas y los mandatos de la historia. Es inevitablemente cuidadoso de su imagen y capaz de adaptarse a situaciones que le impone el medio: los tiempos fugaces, el libreto, la presencia ineludible del humor y la obligatoria simpatía. En el límite, aspira más a **mostrarse** de manera convincente que a demostrar sus convicciones... Ser un político “televisable” supone entrar en las reglas del género, no en los contenidos de los programas. Algunos productores revelan que aún en los programas periodísticos resultan más atractivos, y por ello se les invita, los políticos “presentables” en televisión que aquellos que son más representativos de un grupo o partido. Y los políticos practican una adaptación a cada uno de estos géneros de la televisión y hablan de cocina, juegan o actúan, cuentan chistes o se prestan a bromas”.<sup>16</sup>

Reconociendo el peso creciente de la tendencia hacia la massmediatización de la política, nos parece que no resulta conveniente hipervalorar su lugar en la vida contemporánea, al punto de pensar que el *mitin*, la plataforma programática, la política de plaza pública y otras maneras modernas de

telepolítica y por formas absolutamente nuevas de política mediática. Coincidimos con María Cristina Mata en que “la plaza subsiste como escenario de la acción política, como territorio público donde ciertos actores pugnan por intervenir, por participar en la orientación del poder” y que tal vez habría que intentar una respuesta que supere “la idea del desplazamiento acabado o la simple sustitución, por la de una tensión, por la idea de un espacio virtual, construido entre la plaza y la platea”.<sup>17</sup>

Probablemente vamos a asistir en los próximos años a una coexistencia compleja o híbrida entre viejas formas de hacer y de enunciar la política y nuevos formatos y formas de enunciación de la misma. Por lo demás, como lo veremos a continuación, la naturaleza de la política contemporánea o de la futura política, va a depender no exclusivamente de fenómenos tecnológicos o estéticos, sino además, de otras variables como la recomposición de los movimientos sociales y la redefinición de las utopías, las salidas que encuentre la crisis de los partidos, o las nuevas formas de articulación entre razón y sentimiento en la cultura cotidiana de la gente. Estos factores van a interactuar complejamente con esas tecnologías y estéticas que hoy parecerían determinar unilateralmente el sentido de la política.

### **La interrelación entre lo tecnológico–mediático y las transformaciones en la economía, la sociedad, la política y la cultura**

Los procesos asociados a la constitución de una escena política electrónica que hemos descrito arriba se interrelacionan y se corresponden con un conjunto de transformaciones estructurales económico–sociales, políticas y culturales, que han venido experimentando las sociedades latinoamericanas sobre todo a partir de la década de los 80. La acción de los medios y de las nuevas tecnologías no transcurre independientemente de la experiencia social y cultural vivida en estos años por nuestros países. Miraremos a continuación algunos de estos procesos.

De un lado hay que llamar la atención sobre el agotamiento y crisis del modelo cepalino de desarrollo, y la consecuente implementación del modelo neoliberal de apertura económica e internacionalización de la economía. La apertura económica, con sus políticas de reducción del Estado, de reconversión industrial y de flexibilización de la relación laboral, trajo consigo cambios sustanciales en los actores del ciclo histórico anterior. El Estado, que en varios de los países de la región se había constituido en un referente importante en la regulación de las relaciones

sociales y en un lugar central de lo público, de transacción entre distintas fuerzas políticas e intereses económicos y sociales, tiende ahora a ser reemplazado por el Mercado como principio regulador de las relaciones sociales. El sindicalismo, afectado además por la crisis de los países del socialismo real y de las opciones políticas de izquierda, ve menguadas en las nuevas condiciones de la región sus posibilidades de crecimiento como una opción de creación de sentido colectivo alrededor de la acción política. Con la internacionalización creciente de la economía y con la planetarización de la cultura hace crisis también la idea de Estado-Nación, crisis que obliga a una redefinición de los intereses nacionales de los países latinoamericanos dentro del nuevo contexto mundial, por cierto no muy clara en la actual coyuntura. Cuestiones como la soberanía, la identidad nacional y la retórica política nacionalista deben ser repensadas en el contexto de la internacionalización creciente, lo cual no implica por supuesto su desaparición como conceptos orientadores del desarrollo económico, político-social y cultural. No obstante, tenemos que reconocer que este otro referente colectivo, la pertenencia a una nacionalidad, el reconocimiento en una trayectoria y en una memoria histórico-cultural compartida, sufre cierta erosión y desdibujamiento en las nuevas condiciones.

La crisis del modelo soviético y de los países del socialismo real agudizó la crisis de las propuestas políticas de las izquierdas en la región. Los macroproyectos de transformación revolucionaria de la sociedad se hundieron a nuestro parecer de manera definitiva. Con la crisis de las izquierdas y de las macroutopías se hundió otra instancia más de cohesión social y de creación de referentes de acción política grupal.

Como vemos, la situación global actual es entonces de incertidumbre y confusión, de pérdida de referentes colectivos de la acción social y de constitución de un amplio margen para el crecimiento de opciones y estrategias individuales e individualistas de inserción y ascenso social. No está de más decir que con la quiebra actual del socialismo como sistema y como alternativa al capitalismo, asistimos al triunfo del capitalismo individualista como sistema social, y éste es un telón de fondo importante para la comprensión del impacto cultural y estético de las nuevas tecnologías de comunicación. Hay que reconocer que vivimos un momento de notorio repliegue de lo social y de la crítica y la acción contestataria del orden capitalista triunfante.

Analicemos algunas expresiones culturales de la crisis de las izquierdas en su interrelación con ciertas características de la escena política massmediática contemporánea.

El nuevo ambiente “*soft*” y “*light*” que parece presidir la enunciación televisiva de la política coincide con la quiebra de los discursos pesados, ideológicamente cargados y notoriamente adjetivados, característicos de la retórica de la izquierda tradicional. Como nos comentaba en una conversación informal un dirigente sindical nacional, los obreros jóvenes ya no soportan discursos de más de cinco minutos. Los discursos ideológicos no son de buen recibo entre los jóvenes de nuestros días, no sólo en la fábrica sino también en la universidad. La misma universidad pública ya no es aquel centro hiperpolitizado de hace unos años donde primaba la contestación y la expresión radical, sino una institución mucho más abierta y polifónica en términos ideológico-políticos.

Es evidente la ocurrencia de una ruptura generacional, tal vez más evidente en la generación que despierta a la vida política en la segunda mitad de los ochenta y en la primera de los 90. Esta ruptura generacional es particularmente notoria a nivel de la cultura de izquierdas. Los jóvenes que en Colombia despertaron a cierta conciencia política a mediados de los años 80 o comienzos de los 90, no tuvieron las vivencias ni las certezas del simpatizante o militante de izquierda de los años 60 y 70. Crecieron con enemigos menos claros, en un país políticamente mucho más confuso en virtud de la acción económica y cultural del narcotráfico, en un entorno de influencias estéticas y musicales menos politizadas, y en medio de una cultura más individualista, más urbano-cosmopolita y más norteamericanizada.

Otra tendencia presente en la nueva escenificación visual de la política y que es interesante comparar con lo que ocurre actualmente al interior de la cultura política de las izquierdas, es la creciente figuración de la vida cotidiana y de una serie de planos privados de la política. No sé hasta qué punto la tendencia de la telepolítica a incursionar en esos planos privados y domésticos de la política corresponde a un intento deliberado de banalizar, simplificar o degradar la política. No estaría tan seguro de ello. Tiendo a pensar mejor, que si bien puede haber algo de lo anterior, motivado por el *rating* y los propósitos comerciales de los programas televisivos, no es menos cierto que por lo menos desde la dinámica social no mediática, es decir, desde lo que está pasando con los valores y las

por la cotidianidad y por lo que Norbert Lechner llamaría “los patios interiores de la democracia”.

Desde el análisis que hemos venido realizando sobre la reinserción del Ejército Popular de Liberación (EPL), vertiente maoísta de la política de izquierdas en Colombia,<sup>18</sup> hemos encontrado en muchos excombatientes y exmilitantes un proceso muy interesante de redefinición de valores políticos y sociales: la configuración de una actitud menos omnisciente y absoluta ante el conocimiento humano y ante la cuestión de “la verdad”; la revaloración de la familia, antes abandonada “por la causa”, como vivencia importante y como espacio fundamental de apoyo para la vida individual; el rescate del interés por la vida cotidiana y por el conocimiento y disfrute de sí mismos, muchas veces relegado en aras de la lucha por la realización de macroproyectos políticos que con frecuencia entrañaban el abandono de la preocupación por invertir en el propio desarrollo personal; el rescate de la idea de Dios o de ciertos referentes de trascendencia, ante la crisis actual de la razón en su versión materialista-dialéctica.<sup>19</sup>

Un aspecto importante de esa redefinición de valores que estaría ocurriendo en general con la gente que asumió en las décadas anteriores ideales de izquierda, es la revaloración de una opción de vida que en el manejo de la correlación entre la preocupación por lo individual y por lo social, privilegió muchas veces (aunque no siempre, porque también hubo vividores de la revolución), la entrega total a lo social. Hay que anotar que esa revaloración de lo individual en algunos casos puede dispararse hacia la persecución de intereses estrechamente personales e individualistas (Las maneras de asumir el desencanto, en lo que este implica en términos de desengaño y frustraciones con la propia historia personal, entrañan a veces renuncias a mucho de lo constructivo y altruista que algún día se soñó desde la imaginación utópica).

La revisión de ese desbalance a favor de lo social en la militancia de izquierda es importante en el proceso de readecuación de las izquierdas a los tiempos actuales; hacia su comprensión, por ejemplo, de las sensibilidades juveniles de las nuevas generaciones que crecieron bajo parámetros distintos del principio cristiano-sacrificial que nutrió inconscientemente las apuestas utópico-revolucionarias de los 60 y 70. Estas generaciones se han levantado tal vez en una mayor conciencia de la realización personal y han establecido probablemente sus distancias con relación a algunos

nos parece importante traer una cita de Garretón acerca del valor que estaría adquiriendo en el proceso de conformación de la sensibilidad política contemporánea, el principio de felicidad y autorrealización. “A los principios utópicos a los que apunta la igualdad, la libertad y la independencia nacional, se agrega hoy otro que sin reemplazar los anteriores, cuestiona las formas tradicionales de acción colectiva, cual es el principio de felicidad y autorrealización. Es decir, ni la superación de la explotación, de la opresión, ni las aspiraciones por igualdad y libertad agotan el imaginario y los sueños de la gente: además de ello quieren ser felices y no creen que la igualdad y la libertad les aseguren por sí mismas esa felicidad, sino que son aspiraciones irreductibles entre sí. No se trata aquí del triunfo del individualismo, ni tampoco de que los problemas clásicos de desigualdad y opresión hayan sido superados, sino de una nueva combinación de la lucha por la autoafirmación individual y de un nosotros que proviene de la categoría social implicada. Y no es extraño que la reivindicación de este principio provenga de categorías o movimientos sociales nuevos como son las mujeres, los jóvenes, los sectores más excluidos de la sociedad pero expuestos a las imágenes universales de un mundo mejor posible”.<sup>20</sup>

Es posible que cierta frivolidad y superficialidad que pareciera tender a primar actualmente en la televisión, tenga que ver también con la crisis de las grandes utopías de transformación total de la sociedad y la consecuente desactivación social que ella ha entrañado, y con el hecho de que la recomposición de esas utopías o su transformación en utopías de menor escala (“utopías del buen orden” diría Lechner), sea en estos momentos un proceso en marcha, incapaz aún de superar la fragmentación y de aglutinar las nuevas identidades socio-culturales que se han hecho visibles (las mujeres, los jóvenes, los indígenas, la problemática ecológica, las realidades barriales, los derechos de las minorías sexuales, los desmovilizados), luego de la crisis de los macrosujetos (proletariado, campesinado) y las vanguardias.

En el mismo sentido apunta la observación de algunos investigadores que apuntan que la proyección que ha venido adquiriendo la televisión como dispositivo político-comunicativo en perjuicio de la política programática, fenómeno que algunos de ellos denominan “la colonización de la política por la televisión”, está íntimamente vinculada a la crisis experimentada por las organizaciones político-partidarias, al debilitamiento de la militancia y a la labor educativa dentro de ellas.

### Los problemas del predominio de cierto tipo de política mediática

Una de las preguntas que se hacen desde una perspectiva crítica en torno a los problemas de la massmediatización de la política es hasta qué punto una política entendida como estética de la imagen puede vaciarse o desarticularse de unos contenidos programáticos y de unos criterios éticos básicos.

Oscar Landi resume algunos ejes centrales de la crítica a la telepolítica. Un primer eje enfatiza lo que en ella habría de manipulación de los sentimientos y las emociones. “La crítica parte desde diversos ángulos. Hay una, casi ontológica: la primacía de la imagen disuelve, hace imposible el establecimiento de un debate político por temas. Otra cosa eran los tiempos de la cultura letrada; ahora todo se vuelve más *soft*, ficcional y manipulable emocionalmente. Por otra parte, la personalización que la cámara hace de la política es una forma de despoltización: no se puede comparar el valor de los indicios que encontramos en la cara del político con la dignidad de los programas partidarios”.

Un segundo eje de crítica subraya la presencia en la telepolítica de una racionalidad instrumental puesta al servicio de la simulación. “La teoría del simulacro también hace lo suyo en este sentido. La puesta en escena del programa televisivo es un “como si” que reemplaza la realidad tal cual es. Es una caricatura interesada de un espacio público cada vez más disminuido. Aquí no faltaría racionalidad; más bien sobraría, por el lado de la capacidad estratégica de los que dirigen la función. Las reglas del espectáculo reemplazan entonces a las de la representación política y el debate público”.<sup>21</sup>

Héctor Schmucler expresa bien la crítica anterior, y de manera bastante más radical subraya la mercantilización de la vida como el eje ordenador y el mayor inconveniente de la cultura y política mediáticas. “Lo efímero, sustancialidad de la cultura mediática que algunos elevan a fundamento mismo de la realidad, es el alma inseparable de un cuerpo: el mercado; y el mercado es la metafísica ordenadora del mundo de nuestro tiempo”. Agrega que “sin principios sustentadores –tales como la noción de solidaridad o la aspiración a la justicia– hoy la sociedad se vuelve sólo una trama de intercambios mercantiles”. Poniendo en entredicho el sentido de la política entendida como *marketing*, cuestiona el hecho de que “el experto –dueño de un saber que simula ser objetivo– no se inquieta por la ética. El profesional pone sus habilidades en la diestra”.

mercado donde la conciencia moral no cuenta. Para el profesional solo se trata de cumplir lo mejor posible el papel asignado al servicio que presta: competir, vender. El experto contratado por un candidato no tiene por qué preocuparse de otra cosa que no sea la estrategia propagandística que haga de ese candidato algo adquirible, votable. Los servicios del experto no incluyen la discusión de conductas a seguir desde la función pública: se agotan en el reconocimiento de todos los caminos que hagan posible, en la esfera del mercado, llegar a esa función".<sup>22</sup>

Como se desprende de sus argumentaciones, estas visiones críticas llaman la atención sobre aspectos en ninguna medida irrelevantes. Sin embargo, conviene matizarlas para complejizar la comprensión de la videopolítica en nuestros días y para no inducir a lecturas catastrofistas de la nueva interrelación entre medios y política.

De un lado, habría que reconocer con Landi que "no creemos que la televisión esté ahora desnaturalizando una época de oro en la que la política se inclinaba ante el mejor argumento y representaba directa y transparentemente los intereses de la sociedad".<sup>23</sup>

En la tradición política bipartidista colombiana sabemos que no fue precisamente la retórica argumentativa y la razón las que dieron forma a esa tradición durante muchas décadas, y sí mas bien la manipulación por los dirigentes de los sentimientos y prejuicios de las bases partidarias con relación al opositor político. Componente sustancial de la Violencia de los 40 y 50, ese fenómeno que el poeta y ensayista Jorge Gaitán Durán denominara "la afectividad incontrolable de nuestros partidos" y Alberto Lleras refiriera como el principio de "con los míos con la razón o sin ella", nos muestra sin lugar a dudas el no predominio de la razón argumentativa en la vieja política colombiana. Si bien durante el Frente Nacional y el Post-Frente Nacional la retórica política argumentativa debió fortalecerse al tener que vérselas con una sociedad más educada por efecto de una significativa masificación de la educación, y con una población más urbana y secularizada en términos socio-culturales, no es menos cierto que el discurso argumentativo ha coexistido con dramaturgias, retóricas y formas clientelistas de escenificación de la política, muy ligadas a la manipulación de afectos, sentimientos y necesidades económicas de la población.

No hay que olvidar también que la política tradicional y moderna ha entrañado siempre una cierta teatralización y por ello no tendríamos que

extrañarnos de que la política contemporánea esté incorporando nuevos recursos y posibilidades para su “puesta en escena”. En este sentido Luis Alberto Quevedo ha anotado cómo “la televisión le exige al político asumir una dimensión de actuación que no es una novedad para quienes se ocupan de la cosa pública. La forma moderna de espectacularización de la política –sobre todo la que conocimos en las primeras décadas de este siglo y que tanto preocupó a los frankfurtianos– constituye tan sólo una versión de la “puesta en escena” que supone la política. Producir un discurso verosímil –y no verdadero– requirió siempre de artificios que obligaron al político a mezclar estrategias discursivas con posturas corporales, gestos y manejos del silencio que forman parte del efecto de credibilidad en materia política”.<sup>24</sup>

Nos parece muy importante como idea y como pauta metodológica para mirar el desenvolvimiento histórico de la política, la afirmación de Landi de que “la racionalidad argumentativa que debería imperar en la democracia se combina con otras racionalidades, la estética entre ellas, mostrándonos que las culturas políticas se nutren de combinaciones de géneros diversos, resistentes a cualquier pretensión de hegemonías por algunas de las formas del lenguaje”.<sup>25</sup> En otro texto, el autor ha explicitado así esta idea de la política como combinación de géneros discursivos y estéticos:

Las culturas políticas suelen verse bajo el ángulo de las diferentes ideologías o concepciones que las tiñen, pero también definen su perfil por el conjunto de géneros que engloban en un momento dado. ¿Cuál es el género que legitima la autoridad y la decisión: el acceso dialogal a la verdad metafísica, el melodrama, el saber técnico, la conversación simpática, los principios morales o los gestos de pragmatismo? ¿Cuáles son los lenguajes apropiados: los textos escritos, la música o la imagen? En realidad, las culturas políticas siempre fueron combinaciones de géneros y lenguajes, y lo que la sociedad considera como político en un momento dado es producto de la lucha política misma. Pero en la escuela sólo nos transmitieron el género históricamente triunfante y no la mezcla y las oposiciones. Cabría preguntarse incluso si la política tiene un género propio que, por ejemplo, para algunos sería el discurso o, en realidad, simula tenerlo, y lo que hace es servirse según las circunstancias de otros preexistentes provenientes del modelo literario, técnico o del espectáculo visual. La combinación de géneros está vinculada al tipo de patrón de legitimidad con que en cada época histórica se ejerce la autoridad y la decisión política.<sup>26</sup>

Finalmente cabría agregar que el acceso a la televisión no necesariamente es garantía de éxito para el político. Este puede fracasar estruendosamente por no manejar las reglas del medio.

### Posibilidades de la telepolítica

Una de las posibilidades a que puede dar paso la telepolítica es la de ampliar el espacio público, estimulando la visibilidad mediática de nuevos actores sociales como ecologistas, feministas, madres comunitarias, pobladores urbanos, nuevos movimientos religiosos, basuruegos organizados, movimientos de derechos humanos, excombatientes reinsertados a la vida civil, minorías sexuales, etc.

Luis Alberto Quevedo subraya en ese sentido la pertinencia de pensar positivamente la política mediática y “el papel productivo de la televisión en lo que se refiere a formación de la agenda pública, la construcción de escenarios sociales y políticos, la instalación de ciertos debates y la legitimación y deslegitimación de temas y personas”.<sup>27</sup>

Otra de las posibilidades de la telepolítica tendría que ver con la eventual promoción de candidaturas políticas por fuera de los mecanismos de control partidario. La elección de Antanas Mockus como alcalde de Santafé de Bogotá, evidencia, tanto por los relativamente bajos costos de su campaña publicitaria, como por el apoyo brindado a ella por distintos medios de comunicación y en particular por la televisión, la posibilidad existente en el actual sistema político colombiano —y en virtud claro está de la crisis de representación de los partidos—, de promoción político-publicitaria de candidatos distintos a los de los dos partidos tradicionales. Reconociendo que cada situación nacional en América Latina es distinta en cuanto a fortaleza o debilidad de las estructuras partidarias, y en cuanto al control que ellas tienen de los mecanismos político-publicitarios, tendríamos que reconocer que “la televisión introduce una nueva dialéctica de singularización y homogeneización de la política: puede hacer emerger un nuevo liderazgo por fuera del común de la clase política y, al mismo tiempo, por su alcance, puede devaluar antiguos liderazgos locales y diversos mediadores que operaban entre las direcciones partidarias, el afiliado y el votante”.<sup>28</sup>

Oscar Landi ha mostrado también la capacidad de adaptación de los medios a las circunstancias de la hiperinflación, fenómenos no vividos

de otros países suramericanos puede arrojar importantes luces acerca del papel jugado en tales coyunturas por la radio y la televisión. “En períodos prolongados de inflación, los medios afirman su carácter de verdaderos mediadores sociales: se adhieren muy bien a la velocidad de la crisis, a la secuencia desordenada de acontecimientos, a la demanda de informaciones puntuales que tiene la gente durante el día. Frente a estos reflejos tan rápidos, contrasta aún más la lentitud, cuando no la letanía, de los aparatos partidarios. La inflación genera singulares condiciones de recepción de los medios: pareciera que la acentuada dispersión de comportamientos de la gente solo se articula y ordena —sintonía de por medio— en la cobertura territorial de los medios. Son circunstancias en las que aumenta la demanda de información rápida, la cultura y estrategias de acción en tiempos cortos y el permanente adelantamiento entre sí de los actores sociales y los individuos en la fijación de los precios relativos”.<sup>29</sup>

### Algunos retos para tiempos de incertidumbre

Tal vez uno de los mayores retos para estos tiempos de incertidumbre sea el de mantener y fortalecer la capacidad de las culturas latinoamericanas de construir un rico diálogo intergeneracional, que tienda puentes entre las distintas sedimentaciones histórico—culturales de las que consta nuestra experiencia. El diálogo atento y fructífero entre esos diversos patrimonios generacionales puede redundar en una comprensión más compleja y plural de nuestra tradición cultural, desde la cual proyectar las prácticas comunicativas.

Ese diálogo intergeneracional, que implica necesariamente actitudes de tolerancia y de búsqueda de ciertos consensos, no podría implicar la renuncia a la crítica como espacio vital orientador de la acción individual y colectiva: “Frente a las secuelas del *show* massmediático que pareciera cubrirlo todo y arrasar con la idea de política como ciencia de confrontación, ni conformismo posibilista, ni cinismo frente a valores, ni nostalgias románticas instrumentables. Sí, un permanente deslindarse crítico. Como diría Müsil, hacia las otras islas, esas que existen en el cruce del recuerdo y la imaginación. Permanecer en el sentido y no en los carnavales de su estallido. Rediscutir éticas y morales en lugar de aportar a sus remates. Exiliarse de las ciénagas, como sentía Hölderlin. Rearmar, desde los pedazos que quedaron, la vieja idea de justicia en lo que atañe al hombre”.<sup>30</sup>

En un momento en que desde la sensibilidad postmoderna, —que no

del pensamiento europeo, sino una revisión crítica de la herencia occidental, válida para una realidad histórico-cultural como la latinoamericana inserta a su manera en la tradición de Occidente-, se cuestionan duramente los excesos y deformaciones de la razón, de las vanguardias artísticas, de los ideales del progreso y de la revolución social, nos parece importante mantener un diálogo con muchos de los valores y aportes de esa modernidad hoy cuestionada. Pensamos que esa modernidad—a pesar y en medio de las tragedias a que dio lugar-, posibilitó también desarrollos importantes y que aún tendría cosas por hacer en nuestro continente, aunque sin lugar a dudas debe revisar muchos de sus eurocentrismos y de sus lógicas omniscientes y absolutas.<sup>31</sup>

A los analistas del poder, a los filósofos políticos, a los legisladores de la política y la comunicación, a los periodistas y comunicadores sociales les compete un papel central en la propuesta, discusión y diseño del ordenamiento político-comunicativo deseado por la sociedad. También a los movimientos sociales rediseñados, a los agentes de utopías recompuestas y a todos aquellos que inconformes con el orden vigente, estén dispuestos a construir nuevos sentidos en torno a la justicia, la igualdad, la libertad y la dignidad, entendidas de manera menos prepotente, pero no por ello menos capaces de ayudar a encontrar nuevos y diversos caminos para la realización humana individual y colectiva.<sup>32</sup>

Para concluir, podríamos preguntarnos con Nicolás Casullo “¿cómo repensar la política amenazada (para no apostar al silencio final) sin reiterar sin embargo, inútilmente, los utopismos del 900, ni el nihilismo y el relativismo del presente ocaso utópico? ¿Cómo hacer frente a las múltiples variables de acriticidad de corte postmoderno, en tanto adecuación conformista a lo tecnoracionalizador, o reivindicativas de un pensar debilitado, o festejantes de lo aliviador de la videorealidad?”<sup>33</sup>

## NOTAS

1. María Cristina Mata & Héctor Schmucler, “Presentación”, en **Política y Comunicación** (Buenos Aires, 1992), p.10-11.
2. Patricia Toquica, “Relación del presidente César Gaviria con los medios”, Tesis de grado en Comunicación Social, énfasis en periodismo.
3. María Cristina Mata & Héctor Schmucler, “Introducción”, en **Política y Comunicación**, (Buenos Aires, 1992), p.11.

- 4 Oscar Landi, "Proposiciones sobre la videopolítica", en **Política y Comunicación**, (Buenos Aires, 1992), pp.37-38.
- 5 Luis Alberto Quevedo, "La política bajo el formato televisivo" en **Política y Comunicación**, (Buenos Aires, 1992).
- 6 Beatriz Sarlo, "Estética y Política: la escena massmediática", en **Política y Comunicación**, (Buenos Aires, 1992).
- 7 Ibidem, p.52.
- 8 Nestor García Canclini, Sobre las hibridaciones entre lo culto, lo popular y lo masivo. "Fascinados con lo primitivo y lo popular" y "El arte culto ya no es un comercio minorista", Sobre el concepto de 'popularidad' y su relación con lo tradicionalmente entendido como "popular" véase también allí el capítulo VI Popular, popularidad: de la representación política a la teatral, en **Culturas Híbridas**, (México: 1990).
- 9 Oscar Landi, "Proposiciones sobre la videopolítica", en **Política y Comunicación**, (Buenos Aires, 1992), p.36.
- 10
- 11 Oscar Landi, "Proposiciones sobre la videopolítica", en **Política y Comunicación**, (Buenos Aires, 1992), p.42.
- 12 Luis Alberto Quevedo, Op. Cit., pp.19-20.
- 13 Oscar Landi, "Videopolítica y cultura", **Diálogos de la Comunicación**, 1991, (29), p.26.
- 14 Oscar Landi, "Videopolítica y cultura», El texto citado de Eliseo Verón es "La palabra adversativa", en **El discurso político. Lenguajes y acontecimientos**. (Buenos Aires, 1987), p.30.
- 15 Luis Alberto Quevedo, Op. Cit., p.20.
- 16 Ibidem, pp. 17-19.
- 17 María Cristina Mata, «Entre la plaza y la platea», en **Política y Comunicación**, (Buenos Aires, 1992), p.69.
- 18 La investigación "Balance del Proceso de Reinserción del Ejército Popular de Liberación EPL" se ha venido desarrollando desde la Fundación Progresar por encargo del Programa Presidencial para la Reinserción y con el apoyo financiero del Programa por la Paz de la Compañía de Jesús. El Equipo Nacional a cargo del Balance está integrado por Arturo Alape como investigador principal, Cecilia Isaza como Coordinadora General, Carolina Aldana como asistente, y el autor de este ensayo como investigador y asesor socio-histórico, encargado de la realización de los talleres de balance de la reinserción en las regiones. El Informe Final de esta investigación, elaborado por el escritor Arturo Alape, será publicado en los próximos meses.
- 19 Fabio López de la Roche, "Del desencanto a la reinención democrática de la política: La reinserción del Ejército Popular de Liberación como proceso de

- producción de nuevos sentidos en torno a lo político”, ponencia presentada en el VIII Encuentro de FELAFACS; Cali, 1994. De manera más amplia y pormenorizada abordo esta problemática en mi ponencia «La reinserción como transformación de la subjetividad», ponencia presentada al Seminario **De la historia política a la intersubjetividad democrática**, Universidad de Los Andes, 1995.
- 20 Manuel Antonio Garretón, “Transformaciones culturales y representación política”, **Crítica Cultural**, 1992, (5).
  - 21 Oscar Landi, “Videopolítica y cultura”, **Diálogos de la Comunicación**, 1991, (29), p.32.
  - 22 Héctor Schmucler, “La política como mercado o la desventura de la ética” Op. Cit., p.96-99.
  - 23 Oscar Landi, “Videopolítica y cultura”, **Diálogos de la Comunicación**, 1991, (29), p.32.
  - 24 Luis Alberto Quevedo, Op. Cit., p.19.
  - 25 Oscar Landi, “Videopolítica y cultura”, **Diálogos de la Comunicación**, 1991, (29), p.33.
  - 26 Oscar Landi, “Proposiciones sobre la videopolítica”, en **Política y Comunicación**, (Buenos Aires, 1992), p.44-45.
  - 27 Luis Alberto Quevedo, Op. Cit., p.15.
  - 28 Oscar Landi, “Videopolítica y cultura”, **Diálogos de la Comunicación**, 1991, (29), p.27.
  - 29 Oscar Landi, “Proposiciones sobre la videopolítica”, en **Política y Comunicación**, (Buenos Aires, 1992), p.41.
  - 30 Nicolás Casullo, “Crisis de lo político y crítica de cultura”, en **Política y Comunicación**, (Buenos Aires, 1992) p.140.
  - 31 Una muestra significativa de la recepción del pensamiento posmoderno desde la ensayística latinoamericana y desde distintas disciplinas de las ciencias sociales de la región, es la recopilación de textos de autores latinoamericanos titulada *Postmodernidad en la periferia*, editada en Alemania en 1994 y acompañada de un ensayo introductorio de los editores Mónica Walter y Herman Herlinghaus.
  - 32 Jaime Eduardo Jaramillo, **América Latina: Modernidad y Postmodernidad**, (Manizales, 1995). Una presentación crítica, original y sugestiva del debate sobre modernidad y postmodernidad en América Latina, y que tiene el mérito de ser propositiva, de mostrar posibles alternativas de reflexión y acción político-social en medio del actual desencanto e incertidumbre, es el texto del sociólogo colombiano.
  - 33 Nicolás Casullo, Nicolás, Op, Cit., p. 138.



# NUEVAS TECNOLOGIAS, NUEVAS NARRACIONES, NUEVAS SENSIBILIDADES

OMAR RINCÓN\*

**E**ste ensayo se integra al tema que me ha venido interesando en el último tiempo: las sensibilidades desde y con las que en esta época se hacen cosas y se significa. Y su tema es la realidad virtual producida por las nuevas tecnologías y que tiene como expresión privilegiada, por ahora, a la palabra. No hay nada más virtual que la palabra y un ensayo como éste, basado en la palabra. Cuando hagamos realidad la comunicación interactiva vía internet o en un mundo virtual, entonces ya no necesitaremos tantas palabras sino muchas más prácticas comunicativas.

## Argumento

Este ensayo quiere afirmar que más allá de los usos sociales de lo tecnológico, más allá de los posmodernismos, más allá de los debates políticos y

---

\*Omar Rincón: Colombiano. Comunicador Social de la Universidad Javeriana, Master of arts en Comunicación, Suny, Albany, N.Y., Magister en Educación, Especializado en Televisión, FELAFACS, Lima. Actualmente se desempeña como profesor de comunicación y Coordinador de la Especialización en

filosóficos, más allá de los usuarios prácticos y teóricos **las nuevas tecnologías están transformando las maneras de significar, las formas de narrar, las experiencias sensibles, los procesos de percibir y representar** en nuestra época. Esta afirmación afecta a quienes usan y a quienes ignoran las nuevas tecnologías, ya que éstas transforman el espíritu, los procesos y las expresiones de las significaciones culturales en las que vivimos todos. O sea, se quiere afirmar que las nuevas tecnologías nos afectan a todos en nuestras formas de significar, imaginar y representar en cuanto habitantes de este tiempo que no podemos escapar al contexto simbólico de significaciones que vivimos.

### Contexto

El contexto de la argumentación se basa en la creencia de que

- Los medios de comunicación de masas no son el único componente del **paisaje cultural** contemporáneo.
- Las nuevas tecnologías de la comunicación posibilitan transformaciones de sentido y sensibilidad en nuestra época en cuanto aparecen como **lugares de encuentro**.
- Las nuevas tecnologías nos ofrecen un campo privilegiado de comprensión de nuestro presente y nuestra realidad cultural en cuanto funcionan como **signos para comprender la sociedad**.
- El proceso telemático es el producto de un profundo **deseo humano de trascender** el cuerpo, la mente y el lenguaje.

### Experiencias comunicativas

Esta argumentación se intentará documentar desde tres lugares o experiencias comunicativas propias de nuestra época:

1. **Otras formas de narrar**, nuevas formas de expresión, nuevos paisajes expresivos, simbólicos y sociales, nuevas formas de pensar, crear y comunicar.
2. **Otras sensibilidades**, nuevas ficciones de comunidad, nuevas voces, nuevas formas de expresión y producción de saber.

3. **Otras formas de percibir y representar**, nuevas formas de comunicación; imágenes aleatorias, inconexas, fragmentadas; nueva oralidad; nuevo régimen de sentido, significación y goce.

Para adentrarse en las experiencias comunicativas que van a defender el argumento planteado de que las nuevas tecnologías “cultivan” una nueva manera de sentir, pensar e imaginar, se quiere partir de dos preguntas generales: ¿Cuál es el espíritu que caracteriza la realización de producciones culturales de nuestro tiempo? ¿Dónde se localizan las esferas de lo decible y lo indecible, lo visible y lo invisible en estos tiempos de otra percepción y representación?

Al intentar responder estas preguntas y demostrar el argumento inicial, en un primer momento me referiré a la descripción del campo, en el cual haré referencia a que las nuevas tecnologías se reflexionan desde un saber leve y un saber fuerte, y que están lejos de lo social pero cerca del individuo, para terminar asumiendo como posición que las nuevas tecnologías son en realidad un signo de nuestra época que debe ser develado en su potencial cuestionador.

En una segunda parte intentaré mostrar cómo ante las nuevas tecnologías los teóricos se mueven entre la desazón y el encanto, para terminar afirmando que éstas nos pueden servir para establecer nuevas comprensiones sobre las maneras de estar juntos en nuestra época.

En la tercera parte intentaré demostrar cómo las nuevas tecnologías y su trabajo en red nos permiten asumir una manera distinta para estudiar las formas comunicativas de nuestro tiempo como son la industria cultural, las nuevas expresiones en imágenes, los video juegos, los videos, las televisiones, la publicidad, las músicas, las modas, el cine, las artes y las radios musicales.

## (I) Descripción del campo

### 1. Las nuevas tecnologías, un saber leve y un saber fuerte

- **Un saber leve**

El saber socializado de las nuevas tecnologías es *light* en cuanto se ha convertido en un tema recurrente para referirse a nuestra época, su tematización la están realizando los periódicos (El Tiempo del lunes y El Financiero del domingo), los programas (El Financiero 16 M

interesante, Cromos, Time, Penthouse),<sup>1</sup> y su práctica comunicativa la están experimentando el cine (Terminator II, Acoso sexual, Asesinos por naturaleza), la televisión (MTV, los comerciales y las presentaciones de programa) y el video (arte, clip, video-juegos). Esto quiere decir que el discurso sobre las nuevas tecnologías se ha venido generalizando sin tener una referencia concreta para la mayoría de los habitantes de este tiempo, ya que su uso es todavía minoritario. Y este fenómeno de construcción del saber sobre las nuevas tecnologías desde los medios masivos no ha sido bueno ya que como lo expresa Simo, “la ciencia ficción de la prensa amarilla en torno a la Realidad Virtual puede causar más confusión, engaño y manipulación que la misma tecnología. Es en sus laboratorios de papel donde se descubren y sugieren las aplicaciones más irracionales”.<sup>2</sup> En síntesis, una primera caracterización de la realidad virtual sería que es virtual en cuanto no tiene referente concreto para la mayoría de los habitantes de este tiempo, o su referente está constituido sin profundidad, todo es maravilloso, todo está ahí, todo es efecto más no sentido.

- **Un saber fuerte**

La realidad virtual es, sin embargo, el campo de investigación más importante del momento, el más prometedor y el más inquietante de nuestra época. Lamentablemente se escribe más sobre realidad virtual de lo que se produce, y los teóricos posmodernos no tienen ningún tipo de conocimientos fundados en la tecnología.<sup>3</sup> A su vez, se dice que los practicantes de las nuevas tecnologías no tienen ningún discurso teórico que sustente su experiencia. Esto genera que la realidad sea virtual no únicamente para la mayoría sino para los teóricos. A su vez, nos recuerda que las prácticas de la realidad virtual están todavía muy lejos de conseguir la calidad de gráficos necesaria para que los entornos virtuales se confundan con la realidad física.

## 2. Las nuevas tecnologías lejos de lo social y cerca de los individuos

- **Lejos de lo social**

La pregunta grande viene cuando se habla de uso real, de sus prácticas sociales, y de las poblaciones que tienen acceso a estas nuevas tecnologías. Los computadores aglutinan en redes pero individualizan la acción, atentan contra los poderes totalitarios pero abren la intimidad a todo el mundo y niegan la acción conjunta. Más allá de morales, sus mejores usos están en el campo de la religión y el sexo. En Colombia,

reemplazar los retroproyectores por computadores, y en el campo comunicativo apenas accedemos a los multimedia y filosofamos sobre la realidad virtual.

#### • **Cerca a los individuos**

Para unos pocos (40 millones de personas viven atrapadas en la internet) las redes electrónicas se han convertido en un nuevo estilo de vida que se caracteriza por el uso de tecnologías interactivas. Este estilo de vida privilegia una actitud o un valor esencial: el conectarse. No hay necesidad de integrarse, ni de negociar identidades, ni de participar, sólo se necesita conectarse para **inmersarse** (diferente de participar) en la red y, supuestamente, formar comunidad. Este estilo de vida promueve el viaje por redes, la búsqueda de nuevos lenguajes y nuevas prácticas que hagan de la informática un arte y un medio de comunicación a la vez. Se practica una tecnología con actitud y se quiere que la información sea libre<sup>4</sup>.

Dentro de este mundo existen los buenos (*hackers*), los malos (*crackers*) y los trabajadores (internautas o *nerds*). También hay literatura (William Gibson, *Neuromance*, 1984; Bruce Sterling, *Islas en red*; John Shirley y Rudy Rucker, entre otros), moda, música, dialecto... todas estas formas comunicativas se basan en el reciclaje y el hipertexto o pluralidad de narrativas.

### 3. Las nuevas tecnologías, signos de época

A pesar de las críticas a los teóricos de las nuevas tecnologías, de la deficiente difusión de este saber, de su falta de usos sociales, las nuevas tecnologías han transformado el paisaje cultural y los procesos de percepción y representación de nuestra época. Esta transformación se basa en que el contexto de reflexión, aún para los críticos de la posmodernidad, se encuentra dominado por, al menos, seis coincidencias:

- La desestabilización de las significaciones de carácter universal basadas en la razón y ética de la Ilustración.
- La aparición de nuevas tecnologías audiovisuales que han llevado a nuevas formas de percepción y representación (en tanto forma de pensar e imaginar) y a nuevas formas de significación. Las nuevas tecnologías, entonces, crean las condiciones necesarias para un cambio

radical de las prácticas, de los conceptos y de los puntos de apoyo culturales más estables<sup>5</sup>.

- La posibilidad de nuevas liberaciones que se realizan yendo de un espacio a otro, circulando, cambiando de sexo, de ropa, de costumbres, según la moda y no según la moral en palabras de Baudrillard.<sup>6</sup>
- El surgimiento de las lógicas culturales locales como autónomas y válidas desde la/s diferencia/s: Sensibilidades otras, otras lógicas de producir significaciones, pluralización de la verdad.
- La transformación estética. Se pasa de la representación figurativa a lo figural, entendido como una nueva forma de expresión y creación que se basa en el concepto de transformación, de desarrollo de la fuerza pulsional que está dentro del hombre (energía fluyente sin cortes según Lyotard). En otra experiencia de tiempo y espacio (*Habitar el tiempo. Durar el espacio*). Lo cierto es que imaginamos nuevas imágenes casi impensables e impracticables, otras modalidades estéticas de creación y placer. Vivimos nuevos laboratorios experimentales de la sensibilidad y del pensamiento visual, otro tipo de Espacio/Tiempo que evoca la expresión de un nuevo tipo de corporeidad, de una nueva materialidad que incluirá relaciones inéditas de hibridación y de diálogo en el seno de una posibilidad de experiencia sin representación, de una hipernarración.<sup>7</sup>
- En las sociedades democráticas, el consumo se vuelve un área fundamental para instaurar y comunicar las diferencias,<sup>8</sup> construir los gustos y la identidad. El nivel de consumo se convierte en fuente cuantitativa, mas no homogeneizadora, de identificación cultural. Existe simultáneamente una unificación en las propuestas de consumo y una enorme pluralización de gustos, prácticas, diversiones y necesidades en el acto de consumir.

Estas coincidencias teóricas sobre que nuestra época es un tiempo de otros relatos, otras formas de percibir y representar, otras maneras de libertad, la pluralidad de voces, nuevas estéticas y el consumo como ámbito productivo servirán de contexto o fundamento para desarrollar en el siguiente aparte el argumento planteado al inicio, de que las nuevas tecnologías “cultivan” una nueva manera de sentir, pensar e imaginar. Esta nueva

manera de percibir y representar se expresa en la(s) forma(s) que toma la sensibilidad de nuestra época o narrativas propias de este tiempo.

## (II) Sensibilidades, narrativas y representaciones

Si se acepta que las nuevas tecnologías han transformado el paisaje cultural y los procesos de percepción y representación de nuestra época, uno de los aspectos interesantes será averiguar qué tipo de representación, qué narrativas y qué sensibilidades se ponen en escena en estas nuevas formas de expresión. Frente a esta comprensión de nuestra época hay tres posturas: una de desazón, otra de encanto y una tercera de asimilar toda esta sensibilidad como una nueva forma de comprender las formas comunicativas de nuestro tiempo.

### 1. Desazón moderna

Las primeras respuestas teóricas dicen que vamos a vivir una esquizofrenia entre realidad verdadera y realidad virtual, una ausencia generalizada de identidad y una experiencia problemática de autismo cultural. Los teóricos y productores del pensamiento posmoderno y la realidad virtual son fuertemente criticados<sup>9</sup> porque:

- Demuestran un estilo lingüístico apodíctico donde simplemente se afirma y se evita la discusión, la pregunta, el argumento, la explicación. Por lo tanto, sus medios lingüísticos tienen un carácter coactivo y unificador, no admiten ningún tipo de la multiplicidad que pregonan.
- Los teóricos de estas realidades virtuales inventan un nuevo lenguaje (*newspeak* o jerga de términos inventados: simulación, telemática, teleoperación, cero dimensional...). Se pretende una competencia tecnológica que no se tiene y de esta manera se pretende intimidar y excluir por el lenguaje a los que no son discípulos, iniciados o piadosos de estas nuevas lógicas.

Estos teóricos son eclécticos en cuanto reemplazan la argumentación interpretativa por cadenas asociativas arbitrarias. Entonces, la generación de relaciones analíticas cede paso a una lógica en la que todo se relaciona con todo y se termina construyendo otra gran narración.

- Se les acusa a los nuevos teóricos, a su vez, de convertir a las nuevas tecnologías en tabúes, ya que sus reflexiones no pueden ser entendidas ni criticadas por los que están fuera de este discurso.
- Así mismo se afirma que los teóricos de la posmodernidad sólo reflejan la dinámica capitalista sin explicarla ni criticarla llevando a que palabras como mensaje, señal, imagen, información y conocimiento se hayan convertido en palabras vacías.
- Por último, se acusa a la posmodernidad y sus realidades virtuales de representar un determinismo tecnológico asociológico, que excluye las categorías sociales y hace filosofía relativista.

Estas críticas apuntan a demostrar cómo los teóricos han creado una realidad virtual en sus discursos, al no establecer unas referencias concretas para sus reflexiones y crear una comunidad de seguidores que excluye la generalización de su saber.

## **2. El encanto posmoderno**

Los optimistas explican que lo que hace falta es creatividad para salir de nuestro cuerpo y atravesar los monitores con nuestra mente (que es como volar). Lo que necesitamos son entornos estimulantes, con diseños arquitectónicos, texturas, colores y diferentes niveles de interacción que conformen un nuevo código de comunicación para sumergirnos en otro mundo (esto es lo mismo que siempre se le ha pedido a la educación y la comunicación). Si esto se realiza, el placer está en relación directa con la creación de mundos fantásticos y la exploración de mundos microscópicos. Por tanto la calidad del entorno virtual no depende de la tecnología sino de (a) la creatividad e imaginación del autor, (b) así como de su investigación en la búsqueda de códigos visuales y espaciales, y (c) que proporcionen un grado alto de inmersión y favorezcan la comunicación bidireccional.<sup>10</sup>

Los encantados con la realidad virtual la asumen como una posibilidad de vivencia de otras experiencias cercanas a las producidas por la droga. Esta experiencia casi sicodélica es un signo social, como lo es la droga, del descontento que se siente respecto al mundo real. Y es que en los mundos virtuales se da una increíble sensación de libertad, te sientes infinito.<sup>11</sup> Y esto es tan cierto que las técnicas de la realidad virtual lo que hacen es

nuestros sentidos y una extensión de nuestra mente. El cyberespacio, aquel que se conforma con base en redes electrónicas, constituye “el dominio, previamente proporcionado por el mito y la religión, en el que la imaginación, el deseo y la voluntad pueden volver a involucrar a las fuerzas del espacio, del tiempo y de la materia en la batalla por una nueva realidad”.<sup>12</sup>

### 3. Las nuevas maneras de estar-juntos

En este ensayo se quiere aprovechar el encanto que sentimos con las nuevas tecnologías para asimilar su producción de una sensibilidad diferente como una nueva forma de comprender las formas comunicativas de nuestro tiempo. En este contexto se afirma, entonces, que las nuevas tecnologías representan un nuevo lugar para estar-juntos. Un lugar que permite trascender el cuerpo, la mente y el lenguaje. Las nuevas tecnologías han venido construyendo una nueva idea de cultura audiovisual que nos lleva a habitar nuevos lugares, esta vez electrónicos. Estos lugares electrónicos, que prefiero llamar siguiendo a Augé no-lugares<sup>13</sup>, hacen realidad la comunicación definida como red de transformación (que no es información), ya que “el proceso de comunicación es como una red multidimensional, en donde varios procesos se dan simultáneamente y en donde nosotros, seres humanos, somos como nudos interceptores —que a su vez son redes— por donde se van construyendo los mensajes”.<sup>14</sup> Aquí la comunicación se caracteriza como proceso generador de mensajes abiertos y de construcción de sentidos múltiples.

Estas redes, asumidas desde lo comunicativo, implican otras formas de narrar más relacionadas con la vivencia, con la creación de universos alternos. No son narraciones estáticas sino móviles y nos llevan a la “transformación del relato ficcional en juego interactivo y en hipertexto y a los inicios del relato virtual... el lector dispone de la posibilidad de diseñar y evaluar varias estrategias opcionales... e introducir innumerables puntos de vista sobre el objeto”.<sup>15</sup> En síntesis, las posibilidades narrativas que se abren con lo digital se encuentran en que (a) extiende el pacto de verosimilitud, (b) asume la libertad funcional de las estrategias de juego, (c) presenta un objeto-propuesta que admite completar su construcción y su sentido según el grado de implicación y complicidad del lector-constructor, y (d) promueve una nueva situación comunicacional donde predomina la libertad individual.

Esta nueva narrativa descubre la potencialidad social de la red como ejercicio del principio de libertad, ya que el lector-actor social se convierte

te en navegante o explorador que elige sus propias rutas y obtiene grados crecientes de profundidad en la producción de su propia narrativa. Desde esta concepción de comunicación y esta caracterización de las nuevas tecnologías surge la posibilidad de comprender de manera nueva las formas de estar –sensiblemente– juntos de nuestro tiempo.<sup>16</sup>

### (III) Posibilidades de estudio

La presencia de las nuevas tecnologías es, entonces, importante en cuanto posibilita nuevas comprensiones sobre la cultura audiovisual y sobre las maneras de estar juntos que promueve nuestra época. A continuación se mencionarán algunas de las formas comunicativas que se pueden comprender desde una nueva visión, la narrativa que se produce en redes de transformación.

#### 1. Nuevas formas de estar juntos (Nuevas comunidades)

A imagen de las redes que promueven las nuevas tecnologías se podrían comprender las nuevas redes sociales de estar juntos. La música, el bar, la televisión, la moda son algunas de las formas que permiten estar juntos en nuestro tiempo. Los sujetos de hoy están, simultáneamente, inmersos en varias de estas redes. Estas redes plantean interrogantes a las formas tradicionales de entender la comunidad, la política, la educación y la comunicación.<sup>17</sup> Uno podría estudiar si lo audiovisual al posibilitar redes para estar-juntos, virtualmente junta. Y si lo hace, ¿a partir de qué se realiza? Mi intuición es que es partir de sensibilidades compartidas: lo femenino, lo étnico, lo juvenil, entre otras, y de gustos similares: la música, la moda, el bar, entre otros.

#### 2. Las formas de conectarse en las redes electrónicas

Una comunidad electrónica se caracteriza por existir de manera efímera con base en un equipamiento tecnológico y a partir de un mismo interés. Algunas de estas comunidades son: los políticos que luchan porque la información sea libre; los literatos que trabajan en la multinarración con base en el hipertexto; los conectados cuyo único interés es el intercambio de información; los replicantes que intentan incrementar sus competencias de saber y experiencia al insertarse chips electrónicos; los erotómanos que buscan la experiencia sensitiva-corporal; y los cyberpunks que se caracterizan por buscar nuevos horizontes geográficos y psíquicos.<sup>18</sup>

### 3. Las narrativas electrónicas

Las narrativas electrónicas se expresan en los video-juegos y nuevas tecnologías de la imagen. Nuevas narrativas que expresan un gusto por la inestabilidad de la forma y la trans-FORMA-ción, por lo irregular, fragmentario, inestable y excitable. Para Calabrese<sup>19</sup> estas nuevas narrativas son signos de nuevos modos de imaginar, valorar y representar de nuestra época. Esto implica suspender los juicios de valor clásicos (lo bueno, lo bello, lo medido) y asumir lo adaptable como valor y la discontinuidad como narrativa. Así mismo, este autor afirma que vivimos dentro de nuevas poéticas ligadas a la incertidumbre y la no definición de las formas y valores, una poética de la inestabilidad.<sup>20</sup> La narrativa contemporánea se caracteriza, a su vez, por una mayor complejidad de sus argumentos, un barroquismo estético de las imágenes y la explotación del peligro de muerte como motivo dramático.

Dentro de este contexto he aquí algunas de las narrativas electrónicas que caracterizan a nuestra época y algunas intuiciones, propias y de ciertos teóricos, al respecto:

- La **industria cultural** y los medios masivos como espacios de producción y circulación cultural se deberían asumir no sólo como innovaciones tecnológicas o movimientos del capital sino como nuevas formas de la sensibilidad, nuevos modos de apropiación y disfrute, nuevas formas de socialidad, nuevas formas de juntarse.<sup>21</sup> Algunas manifestaciones de estas nuevas narraciones las encontramos en las siguientes formas comunicativas.
- Las **nuevas tecnologías de la imagen** se pueden pensar como un lazo imaginario efectivo de redistribución de un sueño común... las pantallas como lugar ficticio de encuentro de una comunidad disgregada.<sup>22</sup>
- Las nuevas tecnologías deben construir un sistema de **comunicación de convergencia** de aparatos, redes, servicios y lenguajes. Un solo cable para todos los servicios, un solo lenguaje para textos, imágenes y sonidos. La construcción de un nuevo espacio público, dentro del cual el centro se pierde y surgen multiplicidad de actores donde el carácter interactivo de los mensajes otorga una dimensión diferente a la comunicación.<sup>23</sup>

- Los **video-juegos** como narrativas para gozar al expresar historias que invitan al receptor a entrar en una aventura a partir de un guión preestablecido.<sup>24</sup> Video-juegos como un verdadero simulacro de la acción que toma el lugar de lo lúdico en los jóvenes, donde lo que importa es la eficacia, la destreza y la velocidad de acción.
- El **video** y sus búsquedas de nuevas formas de narrar y representar. El video como la forma privilegiada que toma la sensibilidad de este tiempo, que liquida toda forma de narración para imponer una sintaxis de asociación de imágenes que construyen su referencia por completo. Se produce como un intertexto que se caracteriza por imbricación de géneros, acumulación de lenguajes, fusión de forma y contenido, remisión de un producto a otro o a sí mismo, predominio de la copia-imitación, énfasis en el proceso sobre el producto, seriación/fragmentación/detalle.<sup>25</sup> Dentro del ámbito cultural, Carmen Gómez Mont<sup>26</sup> sugiere que cada cultura ha sabido explorar las posibilidades tecnológicas que mejor responden a sus modos de comunicación, y que el video es el que mejor responde a América Latina. El video es el heredero del privilegio de la imagen en los indígenas y en el muralismo mexicano. La cámara es hoy una mediación para transmitir la visión propia y construir la memoria visual de nuestro tiempo.
- Las **televisiones** dinamizadas por las sensibilidades que inscriben nuevas narraciones: Narraciones en forma de joven (MTV), en sensibilidad femenina o étnica, en búsqueda de creadores. La televisión como medio de encuentro, que junta porque la calle expulsa<sup>27</sup> y que se expresa como espacio de seguridad para la sociedad por ser un territorio familiar. El *zapping* como mecanismo de ejercicio de libertad o respuesta al tedio, pero que construye una narración nueva sin moverse.
- La **publicidad** y su capacidad de inscribir nuevas ofertas de representación, sensación y destino que se dirige a redes de gusto o sensibilidad similar para brindarles reconocimiento, ya que la publicidad produce el destino de este tiempo para que cada uno produzca su propia realidad (Cfr. Benetton, Nike, Reebok, Coca Cola). Así mismo, la publicidad se puede pensar como un lugar privilegiado en la experimentación de imágenes que posibilita el computador y en la renovación de los modos de representación de la modernidad, ya que las imágenes de la publicidad y del video-clip son las que hacen la mediación cotidiana entre

radios y las televisiones se hacen, por ejemplo, para vender publicidad con públicos definidos y búsquedas expresivas de rompimiento y venta de estilos de vida, más que como mensajes que buscan patrocinio.

- Las **músicas** en sus inscripciones de identidad y búsquedas de expresión recicladas y orales (p.e., el rap y grupos como *Mano Negra* y *Los Aterciopelados*). La música es donde las tecnologías permiten todo tipo de combinaciones... todo se vuelve música. Pero a su vez, son las nuevas tecnologías las que han llevado al fenómeno *Unplugged* de MTV en donde conocidos intérpretes tocan en vivo sólo instrumentos no electrónicos. Esto ha hecho que se aumenten las ventas de guitarras acústicas y se acelere el retorno a los álbumes de vinilo, los transmisores de tubo y las músicas de antes.
- Las **Modas** y sus procesos expresivos que se han inventado el reciclaje de ropa y estilos. Más allá de las convenciones, todos los colores y todos los materiales valen, todo es transformable. Como dice Elle Macpherson, “Antes la moda no tenía tanto *glamour*, y nosotras tampoco. Poníamos la cara y el cuerpo, y ya está. Ahora no, ahora somos las herederas de las grandes estrellas de Hollywood: los sueños de los demás se proyectan en nosotras”.<sup>29</sup>
- El **cine** y sus nuevas formas de hibridación con el video y la televisión. Nuevas estéticas, ritmos y construcciones (Cfr. *Asesinos por Naturaleza*, Oliver Stone).
- El **arte** como *performance*, pastiche, instalación, *happening*...
- Las **radios musicales** y su hibridación de géneros y gustos musicales.

Estas formas de comunicación que nos juntan en nuestra época constituyen de alguna manera lazos sociales desde donde comprendernos, restituimos y redistribuyen los centros de creencia, y construyen las comunidades actuales.

#### (IV). Finales

Hasta aquí se han realizado varias afirmaciones para comprender las nuevas tecnologías:

1. Alrededor de las nuevas tecnologías se está produciendo un saber leve desde los medios de comunicación y un saber fuerte desde los teóricos.
2. Las nuevas tecnologías se encuentran lejos de lo social pero cercanas al individuo.
3. Las nuevas tecnologías nos afectan a todos en nuestras formas de significar, imaginar y representar en cuanto habitantes de este tiempo que no podemos escapar el contexto simbólico de significaciones que vivimos.
4. Las nuevas tecnologías son signos para comprender el proyecto de nuestra época si se analizan sus narrativas, las sensibilidades y relaciones que promueven.
5. La reflexión sobre las nuevas tecnologías se debate entre la desazón y el encanto.
6. Comprender las nuevas tecnologías como posibilitadoras de estar juntos en nuestra época nos permite comprender de manera diferente la formación de colectivos.
7. Bajo la transformación de percepción y representación que producen las nuevas tecnologías se pueden estudiar las nuevas redes de construcción de lo común en este tiempo. Estas son las nuevas formas de la imagen, los medios masivos, las televisiones, el video, los videojuegos, la publicidad, las músicas, las modas, el cine, las artes, las radios.

Para finalizar esta reflexión se quieren hacer evidentes algunas preguntas que aún quedan sin respuesta:

- Con las tecnologías informativas ¿Pensamos más, entendemos mas el entorno, somos más sensibles y contamos con una mayor capacidad de creación? ¿Se logrará hacer hablar a los otros a través de ellas?<sup>30</sup>
- ¿Cuáles son las prácticas de consumo que se dan frente a las redes electrónicas y las nuevas tecnologías de la imagen? ¿Se crean indentidades en su consumo?

- ¿Será que lo audiovisual representa **múltiples no-lugares** donde nos juntamos de manera libre y anónima? Por lo tanto, ¿será lo audiovisual un lugar privilegiado de encuentro y convocatoria?

### Bibliografía

Ascott, Roy, “¿Hay amor en el abrazo telemático?” **Viejo Topo** (72), Barcelona: Feb-1994, p. 63.

Augé, Marc, **Los “no lugares”. Espacios del anonimato**. Barcelona: Gedisa, 1993.

Baudrillard, Jean. **América**. Barcelona: Anagrama, 1987.

Becker, Jorg. “El pensamiento posmoderno”. **Telos** (38), Junio-Agosto, 1994, p. 17-26

Calabrese, Omar. **Era Neobarroca**. Madrid: Cátedra, 1989.

**Cambio 16** (9), Colombia, Marzo 13, 1995, Especial Nuevas Tecnologías. p. 44-54.

**Cromos** (4026), Colombia, Marzo 27, 1995, Separata Informática. p. 86-96.

Ford, Anibal. “Culturas orales electrónicas”. **David y Goliath**, Clacso, Buenos Aires: Oct, 1991, p. 46-58.

García Canclini, N. **Culturas híbridas**. México: Nueva Crítica, 1992.

García Jiménez, Jesús. “La realidad virtual: El nacimiento de una nueva narratividad”. **Telos** (34) Junio-Agosto, (Madrid: Fundesco), 1993: 26-35.

Gómez Mont, Carmen, “La escritura audiovisual. El devenir del imaginario colectivo. La imagen electrónica en México”. Ponencia presentada en el **VIII Encuentro de Facultades de Comunicación Social Felafacs**; Cali, 1994.

Habich, G. y Carrillo, J. "Post-video: Una forma de la postmodernidad". **Signo y Pensamiento**, (Bogotá: Un. Javeriana), (24), 1994: 91.

Heller, Agnes, "Los movimientos culturales como vehículo de cambio". En: Viviescas y Giraldo et al., **Colombia en el despertar de la modernidad**. Bogotá: Foro Nacional por Colombia, 1991, p. 123- 196.

Macpherson, Elle, «Elle Macpherson, la otra reina». El Espectador, (Bogotá), 6 de noviembre de 1994, p. 1C.

Martín Barbero, Jesús, «La comunicación, centro de la modernidad» **Telos** (36), Dic. 1993 - Feb. 1994.

Mayo, J. "La contracultura digital". Rato, M. "Una literatura terminal" Canogar, D. "Guerrilla en redes". Technoman, "Ética y sentimiento de un hacer". **Viejo Topo** (72), Febrero 1994: 26-41.

**Muy Interesante** 9(106), Dossier Ciberculturas. p. 35-46.

Orozco, G. "Comunicadores hacia el año 2000". **Diá-logos** (39), Junio 1994: 78-79.

Piccini, Mabel, "Tiempos Modernos: Políticas culturales y nuevas tecnologías". En G. Orozco et al. **La comunicación desde las prácticas sociales**. México: Iberoamericana, 1990.

Renaud. "Comprender la imagen hoy. Nuevas imágenes. Nuevo régimen de lo visible. Nuevo imaginario". En: Virilio, Paul y otros (1990) **Video culturas de fin de siglo**. Madrid: Cátedra, 1990. p. 11-26.

Rheingold, H. **Realidad Virtual**. Barcelona: Gedisa, 1991.

Simo, Agueda. "El arte de los entornos virtuales". **Telos** (39), (Madrid: Fundesco), Sept-Nov 1994: 66-67.

Sucari, J. "Elementos de Interactividad". **Viejo Topo** (75), Mayo 1994: 21-23.

Schmucler, H. y Terrero, P., "Nuevas Tecnologías y transformación del espacio urbano". **Telos** (32), (Madrid: Fundesco), 1992: 27-33.

Vattimo, G. "La sociedad transparente". En: **Pensamiento contemporáneo**. Barcelona: Paidós, 1990.

**Viejo Topo** (72), Dossier Cyberpunk, Febrero 1994: 26-65.

Virilio, Paul. **La máquina de la visión**. Madrid: Cátedra, 1989.

### Anexo 1: Comprensiones Básicas

- **Cyberpunk**... rebelión y protesta... pero aceptación de las tecnologías. Los cyberpunks pretenden cambiar el mundo con su ordenador, fusionar tecnología y contracultura... es **contracultural por sus incisivos ataques a nociones fundamentales de nuestra sociedad**... cultura telemática significa que no pensamos, vemos ni sentimos aisladamente...
- **Hacker**... un rebelde que utiliza sus habilidades informáticas para dialogar, jugar, amar y transgredir en el ciberespacio... su objetivo: democratizar el ordenador... vaqueros electrónicos... phone-phreaks... nerds... guerrilleros informáticos que utilizan su ordenador para cometer todo tipo de transgresiones electrónicas...
- **Cracker**: verdaderos terroristas informáticos...
- **BBA** (Bulletin Board System)... los nuevos centros de socialización del saber, los nuevos bares virtuales... comunidades virtuales...
- **Internet**... el ser vivo que más rápido crece en el planeta... nuevo espacio comunicativo...
- **Realidad virtual**... una tecnología informática que nos permite sumergirnos en mundos artificiales construidos por el hombre con ayuda de ordenadores gráficos.
- La telecomunicación a través de redes informáticas, una **revolución tecno-sociológica** de trascendentes consecuencias para nuestra cultura...
- **Navegar** por el ciberespacio... grandes redes de comunicación...
- Más real que lo real. Este es uno de los aspectos de la realidad virtual que más atrae a los cyberpunks. El **exceso de realidad**, la posibilidad de poder diseñar otras realidades...

### Anexo 2: Interacción y participación

La **interactividad** es la palabra clave en el desarrollo de la tecnología

**Interactividad: Darse cita en una red.** La **capacidad** que asume un sistema de permitir la **participación del lector en la continuidad** de un programa.

**Programa interactivo:** Un diagrama de ramificaciones que nos propone múltiples recorridos. La interactividad más importante se da en la **narración**. Se narra según la posición que se adopte.

- **Participación:** (trazos de la narración)  
En la comunicación visual... el espectador debe tener un **conocimiento de las leyes del género... para que pueda participar:**
  - La fotografía... se reconocen y se decide participar en ese juego de puntos y sombras.
  - El cine... se decide participar en la ficción del movimiento... en su construcción narrativa.
  - La literatura... el autor propone un juego y el lector decide participar.
- **Interactividad:** (Se aumenta el grado de participación del usuario)  
En un programa interactivo el usuario puede acceder al eje de la historia y **elegir un recorrido** entre determinadas propuestas... detener la acción... variar el ritmo... trastocar la función de los personajes...

Según el modelo propuesto por el autor, la cantidad y variedad de la respuesta del usuario varía el recorrido, la trama el desenlace, los protagonistas. **Mayores posibilidades de elección del usuario... diferentes formas de narrar.** Tipos de relaciones: 1. Cajero electrónico. 2. Historias desde X puntos de vista. 3. Historias no-lineales: imágenes, texto y audio.

## NOTAS

- 1 Dossier Ciberculturas. **Muy Interesante**, (106), Año 9, p. 35–46.  
Especial Nuevas Tecnologías. **Cambio 16**, 1995, (92), p. 44–54.  
Separata Informática. **Cromos**, 1995, (4026), p. 86–96.
- 2 Simo, Agueda. “El arte de los entornos virtuales”, **Telos**, 1994, (39), p. 66.
- 3 Ibid, p. 66.
- 4 Dossier Cyberpunk, **Viejo Topo**, 1994, (72), p. 26–65. Sucari, J. “Elementos de Interactividad”, **Viejo Topo**, 1994, (75), p. 21–23. Rheingold, H. **Realidad Virtual**. Barcelona: Gedisa, 1991.

- 5 Renaud. "Comprender la imagen hoy. Nuevas imágenes, Nuevo régimen de lo visible. Nuevo imaginario". En: Virilio, Paul y otros (Madrid: Cátedra, 1990) **Video culturas de fin de siglo**, p. 11–26.
- 6 Jean Baudrillard, **América**, (Barcelona: Anagrama, 1987), p. 132.
- 7 G. Habich y J. Carrillo, "Post–video: Una forma de la postmodernidad", **Signo y Pensamiento**, 1994, (24), p. 83–92.
- 8 N. García Canclini, **Culturas híbridas**, (México: Nueva Crítica, 1992). A. Heller, "Los movimientos culturales como vehículo de cambio", En: Viviescas y Giraldo et al., "Colombia en el despertar de la modernidad", Bogotá: **Foro Nacional por Colombia**, 1991, p. 123–196.
- 9 Org Becker, "El pensamiento posmoderno", **Telos**, 1994, (38), p. 17–26.
- 10 Simo, Agueda. "El arte de los entornos virtuales". **Telos**, 1994, (39), p. 66–67.
- 11 Jesús García Jiménez, "La realidad virtual" p. 33.
- 12 Roy Ascott, "¿Hay amor en el abrazo telemático?" **Viejo Topo**, 1994, (72), p. 63.
- 13 Siguiendo a Marc Augé, **Los "no lugares". Espacios del anonimato**. Barcelona: Gedisa, 1993, podrían ser no–lugares o lugares que son anónimos, efímeros, fragmentarios y no producen relaciones de identidad, memoria e historia pero sí implica un tipo de relación específica como usuario (pasajero, conductor, comprador, televidente, bailarín...)
- 14 Esta caracterización de la Comunicación es retomada de la profesora e investigadora Mariluz Restrepo.
- 15 Jesús García Jiménez, "La realidad virtual: El nacimiento de una nueva narrativa" **Telos**, 1993, (34), p. 28.
- 16 Nueva racionalidad... proxémica o intensiva, que se organiza alrededor de un pivote (gurú, acción, placer, espacio) que a la vez une a las personas y las deja libres... según las ocasiones y las situaciones que se presentan. Michel Maffesoli, en **El tiempo de las tribus** (Barcelona: Icaria, 1990), p. 250. • Redes... entrelazamiento (connectedness)... como característica morfológica de la agregación social... acción de lo próximo... reactualización del mito antiguo de la comunidad.
- 17 Michel Maffesoli, en **El tiempo de las tribus** (Barcelona: Icaria, 1990), llama a las formas de estar–juntos de nuestra época tribus y plantea como características de las mismas las siguientes:
  - énfasis en lo próximo y lo afectual...lo que une...lo que junta...
  - sentimiento de pertenencia...
  - implicación afectiva y pasional...
  - aspecto ambiguo y ambivalente...
  - aura (tendencia afectual) que nos impregna...
  - ética del instante.... contactos breves y rápidos... según los intereses del momento, y según los gustos y las ocasiones... implicación pasional...
  - el presente como valor.... tiempo que se cristaliza en espacio... el espacio es

- 18 J. Mayo, "La contracultura digital", **Viejo Topo**, 1994, (72), p. 26–32.
- 19 Omar Calabrese, "Era Neobarroca", (Madrid: Cátedra, 1989) expresa que la inestabilidad como fenómeno se expresa en la recurrencia de ciertos temas y figuras como los monstruos, en determinadas búsquedas textuales a imitación de los videojuegos y en expresiones de transformación propias de la literatura y el arte.
- 20 Ibid, p.106–131.
- 21 Jesús Martín Barbero, "La comunicación, centro de la modernidad" **Telos**, 1993–4, p.43.
- 22 Mabel Piccini, "Tiempos Modernos: Políticas culturales y nuevas tecnologías" En G. Orozco et all. **La comunicación desde las prácticas sociales**. (México: Iberoamericana, 1990), p.32.
- 23 Carmen Gómez Mont, "La escritura audiovisual. El devenir del imaginario colectivo. La imagen electrónica en México", Ponencia presentada en el VIII Encuentro **Felafacs**; Cali, 1994, p. 26 y 31.
- 24 Omar Calabrese, **La era neobarroca**, op. cit., p.116–118.
- 25 G. Habich y J. Carrillo, "Post–video: Una forma de la postmodernidad», **Signo y Pensamiento**, 1994, (24), p. 91.
- 26 Carmen Gómez Mont, **La escritura audiovisual**\_Op. Cit., p. 13.
- 27 J. Martín Barbero, "La comunicación, centro de la modernidad" **Telos**, 1993–4, (36), p.40.
- 28 Ibid, p.46.
- 29 Elle Macpherson, Elle, "Elle Macpherson, la otra reina", **El Espectador**, 6 de Noviembre de 1994, p.1C.
- 30 Carmen Gómez Mont, "La escritura audiovisual...", Op Cit.

# ALCANCES Y LIMITACIONES DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN PEDAGOGIA

GERMÁN VARGAS GUILLÉN\*

**R**esumen: Ensayo en el que se plantean interrogantes comunes a la filosofía y la pedagogía, partiendo de la comprensión de que la **postmodernidad**, más que una serie de tendencias de pensamiento, es una condición en la que se sobrepone a la legitimidad del conocimiento la eficacia del saber. Centra la atención sobre el hecho de que la **enseñanza** puede, efectivamente, ser más bien lograda por máquinas que por los humanos; y sobre la perspectiva de que la **formación** misma pueda ser positivamente afectada y alterada por los nuevos dispositivos tecnológicos; incluso, llevando a suplantar al formador mismo.

El **propósito** de la segunda parte es presentar las contribuciones que los conceptos de analogía y metáfora aportan al modelamiento sistémico y presentar el análisis de protocolos de informes verbales como metodología para el estudio y simulación de procesos de pensamiento; se discute la **analogía** en la **representa-**

---

\*Germán Vargas: Colombiano. Filósofo Universidad de San Buenaventura. Investigador del Centro de

**ción de conocimiento** desde el supuesto de un “como si...” en el que quien elabora un programa **extrapola** su lógica al modelamiento sistémico. Así mismo, se presenta cómo funciona la **metáfora** en cuanto **recurso pedagógico** y en cuanto **escenario** para producir conceptualización y desarrollo epistemológico en el modelamiento.

### Nota previa:

Las reflexiones que se exponen a continuación son el punto de partida desde el cual se está llevando a cabo una experiencia de producción de multimedia para adultos, en procesos de educación no-formal, en el contexto de la Escuela de Liderazgo Democrático que adelantan la Universidad Pedagógica Nacional, la Corporación S.O.S. Colombia-Viva la Ciudadanía y la Fundación Social.

La idea que preside la producción de multimedia para educación de adultos, a saber, de líderes de los sectores populares, radica en que la sociedad colombiana no sólo debe preocuparse por la democratización de los procesos políticos y sociales, sino también por la democratización de los procesos de modernización científica y tecnológica. Se nos antoja pensar que la idea de abrir el acceso de los niños y de los jóvenes a las nuevas tecnologías no se logrará hasta tanto no se desarrolle una exigencia desde las comunidades, por parte de las generaciones más adultas. En cambio, adultos ejercitados en el uso de las nuevas alternativas educacionales, se harán interlocutores válidos de los interesados en llevar a las generaciones en formación estas nuevas perspectivas de trabajo.

## I. La Inteligencia Artificial [IA]: un debate en ciernes para filósofos y pedagogos.

Al igual que los pedagogos, los filósofos nos movemos entre el problema moral y el cognitivo; para unos y otros la irrupción de las nuevas tecnologías, en especial las informáticas, nos van develando —desde el especial aspecto de la **intencionalidad**— los alcances, el sentido y las perspectivas de reflexión y de acción posibilitadas por el concepto pedagógico de **formación**.

A primera vista, la informática tiene fundamentalmente una consecuencia en el orden cognitivo. Argumentaré en favor de la comprensión de las implicaciones en la moral, aun cuando éstas sean concomitantes. Nuestra atención se centrará en el primero de ellos, en el cognitivo, y por ello

En principio, se puede considerar como válida la hipótesis expuesta – sobre este tema– por A. McIntyre:

[...] en el mundo actual que habitamos, el lenguaje de la moral está en el mismo estado grave de desorden que el lenguaje de las ciencias naturales [...]. Lo que poseemos [...] son fragmentos de un esquema conceptual, partes a las que ahora faltan los contextos de los que derivaba su significado. Poseemos [...] simulacros de moral, continuamos usando muchas de las expresiones–claves. Pero hemos perdido –en gran parte, si no enteramente– nuestra comprensión tanto teórica como práctica, de la moral.<sup>1</sup>

La descripción hecha en esta hipótesis contiene una doble familiaridad: con la llamada condición postmoderna, y en ella, con las tecnologías de la información. Veamos esta doble familiaridad:

- a. Los “juegos de lenguaje”...Estos designan la posibilidad y, al mismo tiempo, los límites de la comprensión del mundo, de su representación. Estos juegos, en la condición postmoderna, simultáneamente se muestran requeridos –por decirlo al modo de L. Wittgenstein– de una “profilaxis”.
- b. Característica esencial de la condición postmoderna es la ilegitimidad de los discursos (filosóficos, éticos, políticos, estéticos, científicos, tecnológicos, técnicos), tanto como de las prácticas derivadas de ellos o racionalizantes de las mismas. No es que internamente aquéllas y/o los discursos no sean coherentes, que no tengan valor. Todo lo contrario, es que cada práctica o discurso se “autolegitima”.

Por cierto, ello ha llevado a algunos (A. Heller) a caracterizar esta condición postmoderna como el ámbito en el que “todo vale”. Paradójicamente, tal tesis trae consigo su negación: “nada vale”, e.d., no hay una fuente de legitimación y/o de legitimidad, como sucediera antaño.

Esta doble condición (juegos de lenguaje/deslegitimación) es, justamente, común tanto a la dimensión moral como a la cognitiva. No es necesario ir hasta la Ilustración francesa. Basta con retrotraer la atención sólo hasta los comienzos de este siglo, para ver (en A. Comte) la sentencia: “conocer para prever”. De alguna manera, existía una ligazón entre las dos dimensiones (moral y cognitiva) que garantizaba la legitimidad: se pretendía que

el conocimiento podía llevar, o al menos contribuir, a realizar una vida más justa, más bella, más buena, más libre; en una palabra, más feliz.

Hoy sabemos que un conocimiento, p.e., tecnológico; un programa (software), no se valora por ninguna de las dimensiones anteriores. En síntesis, lo que interesa es su **eficacia**. Por desgracia, nuestro actual estado de desarrollo tecnológico no tiene la capacidad para producir “eficazmente” respuestas en el orden moral. Pongamos algunos casos: no hay algoritmo para producir consenso; tampoco lo hay para eliminar o al menos reducir los índices de violencia, de explotación, de intolerancia. No es que se quiera negar la importancia de la racionalidad estratégica; sino señalar la imposibilidad actual de utilizar un mecanismo de traducción de la **eficacia** del orden tecnológico tendiente al desarrollo cognitivo en el contexto moral. Como se ve, esta problemática es tanto de orden pedagógico como filosófico (ético).

Veámoslo un poco más desde su carácter pedagógico. En general los enseñantes cumplimos en la sociedad tanto las funciones de normalizadores como de legitimadores de prácticas y discursos. Con la primera de esas funciones realizamos la tarea concreta de convertir en cotidiano, en “normal”, un saber dentro de la cultura; es, por tanto, función nuestra crear dispositivos para que los sujetos apropien o “vivan” desde su “horizonte” tanto de expectativas como de comprensión el “horizonte de saber” propuesto por la “tradicición”. A esta función, por igual, podemos llamarla de enseñanza o de enseñabilidad.

Como legitimadores, nos cabe la función pedagógica esencial de la formación, e.d., tenemos que dar cuenta, primordialmente, del sentido que tiene un saber en el “horizonte cultural”, por tanto, dentro de la experiencia subjetiva e intersubjetiva. En ejercicio de esta función, de alguna manera, se juega el papel de un **savant** –por usar una expresión de J.F. Lyotard<sup>2</sup>–. Para llevar a cabo esta tarea, entonces, atendemos más o menos explícitamente a preguntas tales como: ¿qué saber se debe “conservar”, “trasmitir/reproducir”, “aumentar”?, ¿cómo se debe “ordenar” y/u “organizar” el saber para que sea “transmitido”?, ¿qué puesto ocupan los saberes –en una “jerarquía” que a su vez nosotros establecemos– en la vida social y cultural? En fin, ¿cómo nuestra práctica pedagógica constituye un “régimen de saber”?

Voy a hacer una adaptación de las expresiones “gran relato” y “héroe del

que nos compete como pedagogos: somos “agentes del gran relato” y “héroes de nuestro propio relato”. Desde esta doble precomprensión de nuestra función formativa como pedagogos actuamos.

Ahora, preguntémosnos: ¿cuáles de esas funciones no se pueden “objetivar” (trátase de: representar, simular, contextualizar en un micromundo, p.e.)? Más radicalmente, ¿quién o qué puede cumplir mejor estas “funciones”?

En favor de la informática y, más exactamente, de la IA aduzco el siguiente argumento: la máquina es:

- más **disponible**, e.d., puede atender al estudiante–usuario en cualquier momento;
- más **comprensiva**, e.d., puede programarse para que “explique” o describa de forma más variopinta un mismo fenómeno (tesis, teoría, argumento, procedimiento, algoritmo) y, aún más, puede programarse para que realice por sesión de trabajo y en secuencia de sesiones un reporte tanto del **mapa conceptual** del estudiante–usuario como del **estilo cognitivo** del mismo;
- más **tolerante**, e.d., la máquina no se molestará porque el estudiante desee que le repita; tampoco tendrá inconvenientes frente al estado de ánimo del estudiante (éste podrá cambiar de menú, p.e., irse a “juegos” y no será un “indisciplinado”);
- más **eficaz**, no es presumible que “no llegue a clase” o que “se canse”; con un adecuado mantenimiento puede ser infinitamente más “productiva” que el enseñante.
- más **sincera** (recordemos de paso: ella no puede mentir), e.d., la máquina no “precalificará” a los estudiantes; no dudará en decir: “no has comprendido”, “debes repetir” y todas esas aseveraciones “compromisorias” que el profesor muchas veces duda asentar porque pueden fastidiar al estudiante, o porque pueden aumentar demasiado su propia jornada de trabajo.

A fin de cuentas, la máquina será todo esto **más** que el enseñante. Se hace comprensible, entonces, la sentencia de J.F. Lyotard:

Sólo desde la perspectiva de los grandes relatos de legitimación de la humanidad, el reemplazamiento parcial de enseñantes por máquinas puede parecer deficiente e incluso intolerable (p. 94).

Quedaría tal vez por reflexionar sobre si hay una diferencia entre el **enseñante** y el formador, e.d., parece que el primero sí puede ser reemplazado; pero, ¿también el segundo? No está de sobra recordar otros argumentos del mismo Lyotard que generan una panorámica inicial para reflexionar sobre este interrogante:

La pregunta **¿De qué sirve tu argumento, de qué sirve tu prueba?** forma parte de tal modo de la pragmática del saber científico que asegura la metamorfosis del destinatario del argumento y de la prueba en cuestión, en destinador de un nuevo argumento y de una nueva prueba y, por tanto, la renovación a la vez de los discursos y de las generaciones científicas. La ciencia se desarrolla, y nadie contesta que se desarrolla contestando esta pregunta. Y esta pregunta en sí misma, al desarrollarse, conduce a la metapregunta o pregunta de legitimación: ¿De qué sirve tu “de qué sirve”? (pág. 100)

Siguiendo a Lyotard, podemos decir que no es posible tener la pretensión de legitimar un discurso desde el contexto de las normas de una disciplina, sino que se tiene que quedar al descampado de “las leyes del mercado”: qué sabes, para qué sirve tu saber, a quién sirve tu saber, de qué “lugares” puedes obtener más saber (p. 66 y p. 100).

Entonces, el criterio pedagógico esencial de formación (**Bildung**) ¿en qué queda? Bien podemos decir que, hasta el presente, la pedagogía ha sido y es expresión del “heroísmo de la razón”, del proyecto Ilustrado (piénsese en Herbart o en Freinet). No ha aparecido una pedagogía de y en la condición postmoderna. Hay, como lo hemos señalado, **enseñanza**. De la formación hay algunas dimensiones que –aun sin proponérselo– “funcionan” en el contexto de la IA. En concreto, interrogantes como ¿qué saber es más legítimo? es asumido en el contexto de la IA; quizá no de manera explícita, pero de hecho cuando se realiza y se pone en funcionamiento un software relativo a un saber es sobre ése y no sobre otro; e.d., la elección del tema es de por sí un acto de legitimación. También, a su turno, a partir del software se plantea y en parte se pone en marcha el cuestionamiento relacionado con qué tipo de desarrollos debe hacerse con respecto a un determinado campo de saber. Por supuesto, el sentido de ese saber sobre el

que se elabora software parte de una comprensión previa tanto con respecto a su valor como a su aplicabilidad, e.d., recortado al nivel de la eficacia el sentido es previsto en toda producción en el contexto de la IA.

Si la hegemonía del criterio de eficacia no se pone en duda podemos esperar que la IA no sólo reemplace pertinentemente a los **enseñantes**, sino también a los **formadores**. Queda claro, por lo demás, que el lugar de estos últimos es competencia propia, es en cierto sentido, **su problema**; entre tanto, los dispositivos de enseñanza seguirán adelante sin preocuparse mayormente por las ideas que tengan los formadores y, sin preocuparse por competir con ellos, también desde el contexto de la enseñanza se podrán hacer experimentos, p.e., sobre la formación moral (p.e., dilemas relativos a la participación ciudadana y demás relativas al “conflicto moral”).

Es ilustrativa la idea de R. Sokolowski para abordar esta problemática. En uno de sus ensayos da cuenta de la polisemia de la expresión artificial relacionada con la comprensión de la IA. Simplificando al máximo, parte de su interés radica en señalar que hay una diferencia categorial entre entenderla como cuando se habla de “flores artificiales” o como cuando se habla de “luz artificial”. En el primer sentido, se impone pensar que se trata de un **artificio** sólo **aparente**; en cambio, bajo el segundo sentido, cumple las funciones, p.e., de alumbrar como lo hace la luz natural. Para nuestro interés actual vale la pena referir el argumento de que:

El tipo de pensamiento que la inteligencia artificial se supone capaz de emular es el razonamiento deductivo inferencial [...].

Pero derivar inferencias no es la única clase de inteligencia; hay también otras clases. [...] Las citas y las distinciones como formas de actividad intelectual que no son reducibles a las inferencias. [...] El deseo que nos mueve a pensar [...].

La inteligencia artificial depende tanto de la ingeniería como de la fenomenología. La ingeniería es el desarrollo de programas; la fenomenología es el análisis del conocimiento natural, la descripción de las formas que la ingeniería puede tratar de imitar y reemplazar, o tratar de complementarlas si no puede hacerlo.<sup>3</sup>

La IA tiene o puede llegar a tener cada vez en una forma más análoga la función de artificial que le atribuimos a la luz. La descripción que hace Pamela McCorduck de la capacidad del AARON de dibujar, deja interro-

**formación cultural**; e.d., estamos seguros de que cuando la pedagogía se interroga por la formación, tiene a la vista el interés de **comprender** la producción de sentido. Pero AARON produce dibujos –al decir de McCorduck– que:

suscitan cuestiones enigmáticas. Con toda seguridad, algunas de las mismas cuestiones que también suscitan las obras de arte; cuestiones que tienen que ver con la naturaleza y el significado del arte mismo, dentro de una cultura y fuera de ella; cuestiones sobre el papel del observador.<sup>4</sup>

Quiero con estas indicaciones mostrar que no resulta tan sencillo decir concluyentemente que la IA sólo podrá **inferir**, como parecía desprenderse de la observación de Sokolowski. También, cabe decir, la máquina puede ser programada para crear. Podrá parecer, por supuesto, que se trata de una creación “artificial” y aún “artificiosa”; pero, lo más importante, se le concede tal capacidad.

Frente a las posibilidades de **creación y/o con sentido** que puede realizar la máquina se pueden tener reparos al momento, así como se ha tardado un tiempo en aceptar que la máquina *piensa*.. Esto último tiene hoy en día mucha menor resistencia.

El problema que enfrentamos es el de plantearnos con toda conciencia lo que puede implicar que la formación pueda o no llegar a desarrollos en el contexto de la IA. En principio, como tesis general, al menos desde el punto de vista fenomenológico, se puede aceptar que tales experimentos más que “robotizar al ser humano”, alienar al sujeto o cosa por el estilo, enriquecen el sentido de ser, la perspectiva de **formación**. La reflexión de la McCorduck es, en ese sentido, muy llamativa. Veamos:

(...) careciendo de ojos y de intereses más allá de sus propios dibujos, ¿puede pretender AARON poseer en absoluto inteligencia? En otras palabras, la inteligencia ¿es todo o nada?

Para confundir más las cosas, he interpretado los dibujos (se refiere a los realizados por AARON) a mi manera, pero ¿está la percepción sólo en los ojos del que ve? (pág. 83)

Es posible dar una respuesta **dogmática y rotunda**: el sentido sólo está en el sujeto humano. Sin embargo, queda al menos la sensación de que no fue

pensada nuestra respuesta; de que todavía se puede tener lo que llamamos una “duda razonable”.

Decía, al comienzo, que tanto los filósofos como los pedagogos nos hallamos, con la emergencia de la IA, ante problemas de orden moral y cognitivo. En cuanto a estos últimos está cada vez más claro que hay una preocupación radical sobre lo que la IA ha puesto en evidencia, entre otras cosas, que:

- Más que una preocupación por la lógica de **conocimiento científico**, e.d., más que una preocupación epistemológica, estamos enfrentados a las posibilidades de la **representación del conocimiento**. Esta, como tal, supone una doble operación tanto de comprender sincrónica y diacrónicamente las estructuras de la ciencia y/o la tecnología que pretende representar, como de los estilos cognitivos (incluidas las “estructuras de aprendizaje”) de los sujetos. Desde el punto de vista fenomenológico es doblemente **correlacional** la operación propuesta, pues por una parte, la representación de conocimiento implica establecer tanto “lo que se conoce” (**noema**) como “el modo en que se conoce” (**noesis**); y, por otra parte, desde el punto de vista del sujeto implica establecer las formas en que se conocen unos determinados contenidos (**noesis**) y la manera como se relacionan esas formas de conocer con los contenidos específicos de conocimiento (**noema**).
- Así mismo, más que una pregunta por la norma moral y su apropiación, en el contexto de la IA aparece una pregunta por las posibilidades de **producir sentido** y de **generar contextos** de experiencia en la construcción de sentido.

En uno y otro caso, tanto para los pedagogos como para los filósofos hay una pregunta de contenido simultáneamente teórico y práctico, a saber, ¿cuáles son las posibilidades de representarse la **intencionalidad** subjetiva/intersubjetiva en el contexto de la IA? Que una de las intencionalidades humanas, a saber, el comportamiento inteligente en el cálculo, la planificación, la predicción y el control se pueden objetivar/representar es, hasta cierto punto, un hecho. Pero qué pueda alcanzarse en tal dirección cuando el fundamento es, en cambio, la argumentación, “la cita”, “la distinción”, “el deseo”, la opinión y la conjetura, por ahora, queda en el plano –también, aún no representado– de la **fantasía**.

Para hacer expresa nuestra confianza en el porvenir de estas investigaciones sobre la IA, concluyamos esta reflexión citando al filósofo E. Husserl:

(...) entonces resucitará del incendio destructor de la incredulidad, del fuego en que se consume toda esperanza en la misión humana del Occidente, de las cenizas del enorme cansancio, el fénix de una nueva interioridad de vida y de espiritualización, como prueba de un futuro humano grande y lejano: pues únicamente el espíritu es inmortal.<sup>5</sup>

## II. Analogía, metáfora:

En los dos primeros párrafos mantendremos una relación directa con dos tendencias filosóficas, a saber: la fenomenología y la filosofía analítica. De ellas nos interesa, respectivamente, el recurso a la experiencia cotidiana y a la teoría de los juegos de lenguaje (cf. Vargas G.:7-15). De la posibilidad de tratar los temas de la analogía y la metáfora con ese marco de referencia hay notables antecedentes en la investigación sobre IA.

### 1. La analogía en el modelamiento sistémico:

Partamos de un ejemplo que, aun cuando trivial, puede dar pistas sobre el sentido de la analogía que trataremos a continuación. Supongamos que alguien dice tener dolor de muelas. Está claro que sus expresiones tienen tanto significado como sentido; en la comunicación de la vivencia quien se expresa hace saber o notifica lo que está experimentando y el notificado podrá identificar uno a uno los términos del predicado; además, podrá comprender la proposición completa. Sin embargo, no puede decirse que el destinatario del mensaje “vivencie” o pueda otorgar el mismo sentido a la proposición que quien la emite. Allí se encuentra hasta cierto punto una paradoja que se puede sintetizar diciendo que “al tiempo nos comunicamos y no nos comunicamos”; pues es cierto que se puede hacer saber de la vivencia propia, pero no se la puede hacer vivir a otro como subjetivamente se la está experimentando.

Desde el punto de vista técnico, filosóficamente, esto implica el reconocimiento de lo que (siguiendo a Husserl; MC B 44) llamamos “solipsismo trascendental”. Con esto queremos decir que experimentamos intersubjetivamente y en el vivir subjetivo compartimos el horizonte lingüístico de los significados, pero no es posible hacer transparente la intimidad de la experiencia o la forma subjetiva de la vivencia. De esta

modo se puede sentir la tesis de que hay una dimensión no comunicada y no comunicable en la experiencia lingüística; sin embargo, es evidente que a partir de lo que expresamos cualquier otro puede hacerse a una "idea" (aludimos a la expresión técnica: **eidós**, forma) que opera en el modo de representación de lo que estamos viviendo.

En la experiencia comunicativa cotidiana cada sujeto se relaciona con la representación que tiene de los demás, más que con su subjetividad propiamente dicha. Incluso, para pensar en las personas más cercanas, cada quien recurre a la "imagen" que tiene de ellas; la cual, por supuesto, remite a un horizonte o a un contexto dentro del cual se ha conocido y desde el cual la otra persona adquiere un sentido para uno.

Aun cuando parezca exagerado, los otros son para nosotros "la imagen" que hemos construido de ellos. Para el estudio de la analogía la exposición precedente es útil porque hace ver en qué medida conocemos entropáticamente (en **analogon**) a los demás. La tesis que sostendremos ahora es que este proceder no es esencialmente diferente del que sucede cuando se conoce y se procura representar el conocimiento.

Tomemos el caso de la representación en el orden del conocimiento. **Refiramos** este proceso al contexto científico, en donde se tiene mayor posibilidad de referirse a estructuras formalizadas; tomemos la estructura disciplinar como un objeto de representación y pensemos en el modo como esta estructura es o puede ser apropiada por los sujetos.

Hemos utilizado las expresiones: **idea**, **representación**, **imagen** y **formalización**. Estas expresiones contienen el sentido fundamental de la experiencia cognitiva relacionada con la **analogía**. Simplificando al máximo cabe decir que conocemos en **analogon** cuando la subjetividad humana opera reduciendo la experiencia del otro o de los otros a su propia dimensión de experiencia, a la esfera de su propiedad (Husserl, E.; MC, B 44); e.d., conocer analógicamente es conocer en el modo de "como si..."

Lo argumentado haría ver que estamos refiriendo únicamente el fenómeno de la experiencia entropática, e.d., de la vivencia intersubjetiva y que quizá ello no tiene nada que ver con la comprensión científica. Nuestro interés inmediato consistirá en dar dos pasos: primero veremos cómo opera la analogía en el desarrollo de la representación del conocimiento científico y luego veremos cómo opera ella en la representación de los estilos cognitivos y/o las estrategias cognitivas. Es necesario hacer refi-

rencia a estos dos pasos porque la representación del conocimiento, en todo los casos, tiene que tender un puente entre los contenidos y la **estructura subjetiva/cognitiva**.

El fenómeno que interesa poner de manifiesto es que la estructura de la ciencia, al ser explicitada, es comprendida desde un punto de vista epistemológico; se la puede observar como un conjunto de contenidos que han sido apropiados por sujetos —en el pasado— tanto a través de la investigación como del aprendizaje; éstos, igualmente, pueden ser apropiados como objeto de aprendizaje por otros sujetos.

Sea el caso: se quiere representar la estructura de un determinado conocimiento, p.e. psicológico, sobre el comportamiento humano. Es conocido que existen varias posiciones científicas y en consecuencia, diversas estructuras epistemológicas para comprender este fenómeno. Mencionemos, sólo a título de ejemplo, la existencia de teorías como la conductista (B.F. Skinner), la constructivista (J. Piaget) y la etológica (K. Lorenz). Quien desee representar un determinado contenido del conocimiento científico sobre la conducta humana tendrá que elegir entre las posiciones científicas y epistemológicas existentes; e.d., entrarán en juego sus intereses y su motivación (**intencionalidad**); por supuesto, estos intereses no sólo contarán con la estructura del sujeto que se relaciona con ese saber (**noesis**), sino que en todo caso tendrá que hacer más consciente la estructura epistemológica misma y los contenidos de conocimiento científico sobre el tema de estudio. Sólo a partir de la comprensión de esas dimensiones específicas de la psicología (en este ejemplo) podrá decidir cuál representar; estos contenidos (**noema**), están dados con o sin la anuencia de nuestros intereses, comportan estructura y dan cuenta de fenómenos definidos desde el marco de referencia teórica correspondiente.

Aquí se encuentran tres elementos fundamentales: la estructura—que ya se ha referido— y que llamaremos fenomenológicamente **noema**; la estructura de la subjetividad que se ha relacionado y/o se puede relacionar con el conocimiento dado/dable, la cual se puede establecer en sus posibilidades múltiples de manifestarse y puede ser comprendida como **estrategia** y/o estilo cognitivo. Es lo que llamamos fenomenológicamente **noesis**; tanto para la constitución como para la construcción y la apropiación de conocimiento los sujetos se mueven por intereses que motivan y proporcionan la orientación de la investigación, lo que fenomenológicamente es la **intencionalidad**.

Sostenemos que la analogía es una relación sistemática entre **noema**, **noesis e intencionalidad**, en la cual se acepta la existencia (real o posible) de contenidos para ser constituidos o contruidos subjetivamente. Ella es, primordialmente, el paso o el desarrollo de los contenidos a partir de la experiencia subjetiva. Cada sujeto se relaciona con los contenidos a partir de su intencionalidad. Allí opera estructurando sentido frente a los contenidos en el modo de “como si...”

En el intento de representar el conocimiento que proporciona una ciencia sobre un tema, lo que primeramente se pone por tema es el **noema**. Sin embargo, como hemos indicado, él es asumido desde una estructura cognitiva y a raíz de la intencionalidad en juego.

Ahora hablemos de la otra polaridad, la **noesis**, la estructura subjetiva. Cuando se está procurando la representación del conocimiento, quien modela también conoce en **analogon** al sujeto; él es concebido a la manera de ser de quien está modelando. Aun cuando se trate muy someramente aquí, precisamente el sentido del **análisis de protocolos** se ve en toda su dimensión a partir de este presupuesto. En ese procedimiento hay un observador y un observado. Este puede presentar verbalizaciones sobre, p.e., la manera como resuelve un problema, pero en todo caso está haciendo una explicitación que será **interpretada** analógicamente por el observador, e.d., él la interpretará a partir de su experiencia. A su turno, el observador proferirá una serie de predicados descriptivos de lo que vio realizar (p.e., en la solución de un problema) a un observado, pero juega el mismo procedimiento analógico de relato, según el “punto de vista del observador”.

No se niega que se puede hacer una representación cada vez más completa de los estilos cognitivos; se asevera en cambio que la presentación en **analogon** lleva paulatinamente a reconocer desde el horizonte de la experiencia propia la experiencia del extraño y de lo extraño (Husserl, E; loc. cit.); aun cuando esta última dimensión competa más, p.e., al juego lingüístico de la metáfora, debe reconocerse que la analogía funcionalmente opera como una apertura de la comprensión.

En lo descrito se puede observar que también para la comprensión de la estructura subjetiva de conocimiento (**noesis**) se requiere comprender cómo los diversos sujetos según sus estilos y estrategias cognitivas se relacionan con los contenidos definidos de un saber o de una ciencia o de

una experiencia (**noema**); pero aquí, en todo caso, se hace claro que los estilos están ligados a intereses y a motivaciones cognitivas (**intencionalidad**) de forma que para generar una estrategia pedagógica es preciso desde el horizonte de un saber (ciencia, conocimiento, experiencia) poner en perspectiva su significado de modo que sea de interés o que interprete el horizonte de sentido del sujeto que se relaciona con el nuevo conocimiento.

Veamos ahora la perspectiva del usuario. El se relaciona con el conocimiento a partir de sus intereses y motivaciones; forzosamente, relaciona lo que se ofrece como nuevo con su experiencia (vital, cognitiva, etc.) previa, e.d., es a partir de su **intencionalidad** que se relaciona con los contenidos (**noema**) y que despliega su actividad cognitiva (**noesis**).

Podemos ahora ver unas implicaciones fundamentales del uso de la **analogía**: desde el punto de vista del modelamiento sistémico es la inclusión de la subjetividad como garante del sentido del quehacer representacional; desde el ángulo educativo podríamos decir que se tiene un **modelo pedagógico** en cuanto se represente más pertinente y adecuadamente tanto las perspectivas de los sujetos como las estructuras epistemológicas de las ciencias o de los conocimientos; desde el punto de vista filosófico podríamos decir que muestra las perspectivas de objetivar la intencionalidad y de generar contextos (micromundos) en donde sea posible llevar a cabo la apropiación significativa y la construcción de sentido experimentando diversos juegos de lenguaje.

Ahondando en el sentido de la analogía en pedagogía, y sobre todo teniendo a la vista la creación de modelos que se ofrecen desde el contexto de la tecnología computacional, tiene sentido pensar que se es pedagogo en tanto se puede representar más adecuadamente la experiencia subjetiva de jugar el lenguaje desde el significado compartido intersubjetivamente (en algunos casos sedimentado en la forma de estructuras científicas) hasta la construcción subjetiva de sentido.

Nuestra apreciación es que el operar de la analogía en el modo del "**como si...**" tiene tres modos esenciales: partiendo de la intencionalidad cuando se quiere llegar a comprender el sentido otorgado u otorgable al conocimiento o a la experiencia subjetiva de conocimiento; partiendo de los contenidos si se quiere establecer cómo pueden ser representados en su estructura epistemológica (e.d., desde la intencionalidad explicativa del conocimiento) o cómo pueden ser comprendidos por los sujetos (e.d., en la

experiencia subjetiva); partiendo del sujeto, si se quiere ver cómo puede incorporar y/o crear en una disciplina o cómo puede valerse del conocimiento adquirido en la vida cotidiana. En todo caso, el modelamiento requiere establecer a cuál de las polaridades (**noesis**, **noema**, **intencionalidad**) se está dirigiendo la atención en cada caso y el desarrollo de la pedagogía depende en último término de la capacidad de convertir cualquiera de esas polaridades en objeto (contexto, ambiente) de experimentación.

## 2. La metáfora como juego lingüístico dentro del modelamiento sistémico

Entendemos la metáfora, primordialmente, como un juego lingüístico que aparece ante la ausencia de concepto o ante la necesidad de resemantizar o recrear el sentido del mismo. Le damos el carácter de una actuación lingüística en la cual recurrimos a dimensiones de la comunicación y de la expresión dentro del contexto retórico; e.d., consideramos que ella no **demuestra**, sino que **muestra**; no presenta las “reglas de validez” de lo predicado, sino el “estilo” de persuasión a que da lugar una “figura”.

La metáfora “crea” sentido. Esta aseveración supone, por lo menos, que hay un momento en el cual respecto de un objeto, tema, problema, fenómeno o situación no hay sentido. Para lograr esta “creación” se sucede un tránsito desde el sentido comprendido y en “traslación” hacia lo que “no tiene sentido”, e.d., hacia el sinsentido.

Así, la metáfora juega como proceso de construcción de conocimiento o como fuente de recreación de la comprensión del sentido otorgado a un fenómeno. En términos fenomenológicos: en ella se procede ampliando el **horizonte de familiaridad** (Husserl, E.; EU,  $\beta$  86) hacia lo “nuevo” o lo recientemente dado a nuestra experiencia.

Como se sabe, en la experiencia humana no hay lo que puede llamarse “lo nuevo”. Todo lo que se nos da por primera vez tiene su **horizonte de familiaridad**, su **consaber y saber presuntivo** (Husserl, E.; loc. cit.), e.d., todo lo que se nos da debemos relacionarlo con lo que ya hemos experimentado, con lo que sabemos de las características que se ofrecen de inmediato en lo experimentado y con las formas de experiencia que se abren a partir de la relación directa con el objeto.

Al **consaber** por igual lo podemos llamar el campo de experiencia y al **saber presuntivo** el horizonte de experiencia. Con esto es claro que la función esencial de la metáfora radica en generar esa triple relación de lo “nuevo” con la experiencia previa (**familiaridad**), con las experiencias posibles (**presunción**) al darse un determinado fenómeno (**consaber**).

Anticipemos la necesidad de diferenciar el **símil** de la **metáfora**. Esta, como lo hemos dicho, radica en una construcción de sentido; aquél, en cambio, busca socializar un significado. Interesa el valor del símil porque él tiene, fundamentalmente, potencia **didáctica**; e.d., con él se busca que los sujetos comprendan un contexto de actuación. No obstante, debe insistirse en que el **símil** tiene una lógica reversible y es isomórfico en el sentido de que hay correspondencia uno a uno entre los elementos. En cambio, en la metáfora “lo dicho sobre...”, e.d., la traslación de sentido no es reversible.<sup>6</sup> El símil funciona, en cambio, como “juego de lenguaje” que propicia la representación del “juego de roles”.<sup>7</sup>

Hagamos una anotación más sobre la metáfora: ella no es parafraseable, no es traducible. Su sentido es literal y, aun cuando da lugar para la múltiple explicitación de su alcance (tanto en el orden del sentido, como en la dimensión conceptual), no puede decirse que tiene un sentido distinto del que expresa de manera directa (Davidson, D.; p. 245–262).

No se defiende la diferencia entre **símil** y **metáfora** por un purismo. Mas en general, en el contexto de la informática parece perderse la diferencia entre estos dos conceptos debido, primordialmente, a un interés de claridad y de comprensión (Carrol, J.M. & Mack, R.L.:43). No obstante, el aporte de lingüistas y filósofos contribuye a establecer el uso didáctico del símil como un acierto de la informática, así se lo haya denominado metáfora. La idea de reservar esta última para las funciones de producción de sentido se puede ver más ampliamente en el ejemplo de lo que designa el título “artificial” cuando se habla de IA (Sokolowski, R.:59).

Partamos del supuesto de que se trata de un título conquistado metafóricamente. No porque no haya inteligencia en lo que se conoce como IA, sino porque no se sabe si lo “artificial” tiene el sentido de las “flores artificiales”, e.d., de meros artefactos aparentes; o, por el contrario, se habla de lo “artificial” en el sentido de la “luz artificial” que no sólo puede reemplazar la luz natural, sino operar a voluntad del usuario.

Recordemos que para comprender complejos problemas intelectuales no es inusual recurrir a la metáfora. Pongamos el caso, cuando se habla en filosofía de “El tribunal de la razón” (I. Kant). Con ello se quiere, más que suplir el concepto, hacer que él se manifieste en sus múltiples dimensiones de sentido.

Igual, vemos, ocurre con el uso metafórico de la expresión IA. Ella se nos revela en las facetas múltiples de sentido cuando vemos que no puede indicar su sentido exacto o que indicarlo sería, por decirlo así, decapearla de las posibilidades de construcción a que da lugar.

Hay, por supuesto, otras metáforas en el contexto de la informática que dan pábulo para la reflexión: el software, la mente; el hardware, el cerebro. Aun cuando la cercanía con el símil –por su formulación lingüística– es evidente, allí no hay paralelismo funcional. Así, se va descubriendo que la metáfora tiene ante todo el valor de un “en el sentido de...” y en otros casos de un “con el sentido de...”

Cuando se utiliza la metáfora con cualquiera de estas dos funciones se está tendiendo a referir el contexto familiar desde el cual tiene sentido y por el cual el “artefacto” o el “dispositivo” puede ser reinserto en la experiencia cotidiana de manera significativa. A su turno, el símil como didactización procura, más bien, la competencia de actuación del sujeto.

Desde el punto de vista del modelamiento tanto una como otro tienen que ser utilizados. La metáfora, para avanzar en el desarrollo conceptual y teórico en que se explique y racionalice el sentido de los desarrollos cognitivos a que da lugar la informática; el símil, para hacer más accesibles esos desarrollos.

Sintetizando lo expresado, la analogía y la metáfora aparecen como dos operaciones esenciales del modelamiento sistémico que tiende al desarrollo epistemológico, conceptual y pedagógico de la informática.

Para ambos **juegos lingüísticos** cabe decir que se trata de la inclusión de la subjetividad humana que se realiza intersubjetiva y comunitariamente; que en los dos casos se reconoce el horizonte del mundo de la vida como presupuesto de todo operar cognitivo; claro está, mientras la analogía tiene en cuenta primordialmente la estructura de las ciencias y del conocimiento subjetivo para ser representado, en cambio, la metáfora opera más

consecuencia, desde el punto de vista epistemológico la analogía familiariza conocimiento y sujeto; mientras la metáfora familiariza experiencia previa con “nuevos” datos y/u objetos de experiencia.

Desde la perspectiva educacional, de interés para el modelamiento, la analogía ofrece la posibilidad de representar en **modelos pedagógicos** la acción del docente (la enseñanza) y la acción del estudiante (la estructura operatoria del aprendizaje). La metáfora, a su turno, aporta más bien en sentido de concretizar una producción de sentido que –p.e., en la esfera de los micromundos– posibilita la “producción de sentido” y como fruto de él “el aprendizaje significativo”. Cuando ésta se torna en símil se orienta más bien hacia la didactización del conocimiento.

Como desarrollo conceptual, la analogía ofrece la comprensión de la interacción sujeto–conocimiento en modelos, mientras la metáfora se orienta más bien a caracterizar el sentido que tiene no sólo el desarrollo cognitivo (de la ciencia, del sujeto), sino especialmente del dispositivo mismo que es la informática y su modelamiento complementario en el horizonte de la vida cotidiana, sin llegar a banalizar o a caricaturizar el saber; todo lo contrario, partiendo del horizonte vivido, hacia la perspectividad de horizontes por vivir.

### Bibliografía

Jhon M. Carrol & Robert L. Mack, “Metaphor, computing systems, and active learning”, en *Man–Machines Studies*. (22) 85, p. 39–57.

Davidson, Donald. **De la verdad y de la interpretación**. Barcelona: Gedisa, 1990. 285 p.

Hubert Dreyfus & Stuart E. Dreyfus. “Fabricar una mente versus modelar el cerebro: la inteligencia artificial se divide de nuevo”, en **El nuevo debate sobre la inteligencia artificial**, Stephen R. Graubard (Comp.) (Barcelona, 1993), p. 25–58.

K.V. Ericsson & H. Simon. **Protocol Analysis: Verbal Report as Data**. Barcelona: Gedisa, 1.993.

Husserl, Edmund. **Meditaciones cartesianas**. Madrid: Tecnos, 1986. 222 p. [Citado: MC].

Husserl, Edmund. **Erfahrung und Urteil**. Hamburg: Claassen Verlag, 1954. p. 478 [Citado: EU].

A. Newell, & H. Simon. **Human Problem Solving**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1972.

R.E. Nisbett & E.D. Wilson. "Telling more than we can know; Verbal Reports on Mental Processes", **Psychological Review**. (77), 1984: 231–259.

Ricoeur, Paul. **La metáfora vive**. París: Seuil, 1975.

Sokolowski, Robert. "Inteligencia natural e inteligencia artificial", en **El nuevo debate sobre la inteligencia artificial**, Stephen R. Graubard (Comp.) Barcelona: Gedisa, 1993, p. 59–80.

Vargas Guillén, Germán. "Juegos de lenguaje y mundo de la vida", en **Franciscanum. Revista de las Ciencias del Espíritu**, 35 (103), 1993: 7–43.

## NOTAS

- 1 Alasdair Macintyre, **Tras la Virtud** (Barcelona, Ed. Crítica, 1990), p. 14–15.
- 2 Jean F Lyotard, **La condición postmoderna. Informe sobre el saber**. (México, Red Editorial Iberoamericana), 1993. todas las citas de Lyotard en este escrito provienen del libro señalado.
- 3 Robert Sokolowski. "Inteligencia natural e inteligencia artificial", En: **El nuevo debate de la inteligencia artificial. Sistemas simbólicos y redes neuronales**. Stephen R. Graubard (comp.) (Barcelona, Ed. Gedisa, 1993), p. 72.
- 4 Pamela McCorduck. "Inteligencia artificial: un aperçu", En: **El nuevo debate de la inteligencia artificial. sistemas simbólicos y redes neuronales**, Stephen R. Graubard (comp.) (Barcelona, Ed. Gedisa, 1993), p. 82.
- 5 Edmund Husserl. "La filosofía en la crisis de la humanidad europea", En: **La filosofía como ciencia estricta**. (Buenos Aires, Ed. Nova, 1981), p. 172.
- 6 Sean casos:  
El acero de tu mirada. 2.El río de la vida. 3. El carnaval del mundo. 4. El mundo es un pañuelo. 5. El tiene manos de hierro. 6. Este día es un paseo. 7. La luz de tus ojos. 8. La vida es un sueño. 9. La capa negra de la noche. 10. La muerte es una ruleta. 11. La seda de tu piel. 12. Las perlas de la mañana. 13. Las perlas de tu boca.

14. Los dientes del mar. 15. Poesía eres tú. 16. Tu cabello: lanoche. 17. Tú eres un sol. 18. Tus ojos de mar. 19. Ustedes son la sal de la tierra. 20. Yo soy el camino. Ejemplos gentilmente aportados por la prof. Idalith León, lingüista investigadora del IDUP-TECNICE.

- 7 Es usual en el contexto de la informática un conjunto de símiles que operan en el sentido en que acabamos de describir; Piense en las expresiones: “cola” y todos los términos asociados a los *scripts* en que se supone, p.e., la situación del *teatro*, la *escena*; o, también, los símiles relacionados con el *restaurante*. Aún se puede ver que el título general “*navegación*” tiene igualmente la función de símil; pero no sólo él, sino la serie de expresiones asociadas.

# INFORMACION Y SOCIEDAD MAÑANA, EL COMUNICADOR —HOY— EN EL OJO DE LA TORMENTA

CARMEN GÓMEZ MONT\*

## La naturaleza de los cambios

**E**n los últimos años la problemática de la comunicación se ha abordado desde muy diferentes perspectivas; son pocas, sin embargo, las visiones que han tendido a abrir el campo de nuestra percepción frente a las implicaciones sociales de los nuevos medios de comunicación e información. La mayoría de los análisis que pretenden abordar el tema, es decir, la relación tecnología—sociedad, terminan enumerando una serie de innovaciones tecnológicas, pero sin llegar a tocar el fondo de la materia; es decir, su relación con el hombre.

---

\*Carmen Gómez Mont: Mexicana. Diploma en Lengua y Literatura Francesa. Universidad de la Sorbona, París. Diploma en Estudios Franceses. Universidad de la Sorbona, París. Licenciada en Ciencias y Técnicas de la Información. Universidad Iberoamericana, México, D.F. Magister en Ciencia Política. Actualmente es Profesora e investigadora de la Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México, Coordinadora de la Maestría en Comunicación (desde 1994), Coordinadora del Área de Investigación de la Comunicación (desde 1990). Ha publicado *Comunicación Educativa, Nuevas Tecnologías* (1991), *El Desafío de los Nuevos Medios de Comunicación en México* (1993), y múltiples artículos en diferentes

La consecuencia es confundir más al usuario de los nuevos medios que pretende acercarse a ellos, generando este tipo de explicaciones temor y distancia en lugar de aproximación. Las causas que determinan los alcances tan reducidos en el ámbito social y cultural del pensamiento teórico de la comunicación, tienen una explicación. El propósito de esta exposición es dilucidarlos. El tema es importante porque esta postura ha sido definitiva en la forma de introducir y pensar la nueva comunicación en las escuelas y facultades de comunicación.

Existe una dramática limitación en la comprensión y análisis de temas tecnológicos referidos a la información dentro de los procesos de comunicación. Esta problemática deriva de un punto de partida erróneo, pues se han explicado los fenómenos propios de la informatización de la sociedad a partir de los conceptos y creencias propios de la era mecanicista. Este primer punto, obvia un hecho que a primera vista no es tan evidente: a pesar de tratarse de máquinas, la diferencia entre aquéllas que reproducen la fuerza física y aquéllas que prolongan las funciones lógicas y cerebrales es fundamental.

La computadora es el último eslabón de una máquina. Es una máquina, según Alain Renaud, "informativa". Se distingue de las otras porque ni transforma ni produce objetos; trata informaciones. La materia sobre la que opera es abstracta y simbólica. Está constituida por "datos". Entonces es una meta-máquina. "Establece un puente entre lo que por mucho tiempo se pensó irreconciliable: el pensamiento técnico y el pensamiento simbólico. El instrumento ya no es una prolongación de la fuerza física sino metáfora del cerebro".<sup>1</sup>

Cambia entonces la naturaleza de las máquinas. De limitadas y serviles, se vuelven poderosas, mediadoras socio-técnicas.

Hasta hoy no se ha sabido cómo interrogar y, en consecuencia, conocer la realidad tecnológica. ¿Desde qué perspectiva, desde qué disciplina debe abordarse la tecnología de información? El desafío es primordial: no caer en posturas extremas. Ni satanizarla ni sobredimensionarla.

La evolución de las innovaciones tecnológicas, antes dispersas y multiplicadas en aparatos y servicios sin aparente relación, parecen ahora converger en un único fenómeno comunicativo: un solo cable para todos los servicios y un lenguaje numérico para todos los lenguajes.

Para comprender lo que sucede no sólo en el ámbito de las tecnologías, sino en el mundo actual, debe partirse de un hecho: el cambio. Si a una época le ha correspondido este atributo es, sin duda, al siglo XX.

El cambio se ha traducido en una serie de crisis y movimientos sociales que permiten cuestionar el orden establecido para darse la oportunidad de edificar uno nuevo. Charles Peguy redactaba para el inicio de cursos escolares de 1904 las siguientes líneas: "La crisis de la enseñanza no es una crisis de la enseñanza; nunca ha habido crisis de la enseñanza; las crisis de la enseñanza no son crisis de la enseñanza; son crisis de vida; denuncias, representan crisis de vida y son ellas mismas crisis de vida (...) o si se quiere crisis de vida sociales que se agravan, reúnen, culminan en crisis de enseñanza que parecen particulares o parciales, pero que en realidad son totales porque representan el todo de la vida social."

El cambio es lo nuestro, y sobre este movimiento deberán entenderse la llegada de las tecnologías al ámbito social.

Explicar las máquinas a partir del pensamiento económico, es sin duda un valor más que auxilia la urgente tarea de llegar al terreno de lo social. No obstante, las innovaciones tecnológicas ni se originan ni terminan dentro de los marcos de una industria ni de una gran empresa. La sociedad juega un papel importante en la dirección que deben asumir estos medios y esta posibilidad dependerá del nivel de conocimiento que se tenga sobre ellas.

No es suficiente con explicar las tecnologías desde el punto de vista de las ciencias económicas y políticas; la cultura y las artes tienen un rol esencial en la construcción del pensamiento que les debe caracterizar.

Este es uno de los primeros retos a superar: aliar la tecnología con disciplinas como el arte, la literatura y la filosofía. De la madurez de ellas deberá derivar la correcta contextualización de dicho fenómeno y acercarla así de una manera adecuada al espacio psíquico-temporal del hombre. La comunicación, desde este ángulo, reclama de pluridisciplinariedad y la transdisciplinariedad de conocimientos que por años han permanecido en planes secundarios.

Alain Renaud perfila algunas cuestiones referidas a este punto. ¿Dónde ha quedado la praxis del pensamiento? ¿Cómo se ha pasado y, por qué, de la inteligibilidad, sensibilidad y creatividad a la descomposición y recomposición de la información, de los signos, de las prácticas más estables?

¿Qué pasa con lo bello, lo verdadero, la memoria, la comunicación, lo imaginario y el saber en el seno de tal ebullición?<sup>2</sup>

Para hablar de tecnologías de información hay que partir de un hecho: este fin de siglo queda marcado por la omnipresencia de los medios de información y comunicación. El punto clave dentro de este marco radica en abordar la relación del hombre con máquinas cuya especificidad difiere de lo que con anterioridad se había inventado: máquinas que son una prolongación del cerebro, denominadas “inteligentes” aunque de hecho lo único que se ha podido reproducir es una memoria artificial que cumple con funciones básicas de asimilación, tratamiento y difusión de información.

Establecer la relación hombre-máquina en este sentido ha sido uno de los desafíos mayores para los investigadores del siglo XX y lo será sin duda para quienes emprendan esta tarea para el siglo por venir. Por lo menos son casi veinte años tratando de entender desde dónde y cómo abordar los procesos de socialización en este terreno.

Si esta primera relación no queda clara, con mayor dificultad podrá abordarse la relación de la educación, de la profesión del comunicador dentro de este marco. La consecuencia lógica será abordar, entonces, el terreno de los imposibles o los escenarios espectaculares del mañana.

Hay cuestiones fundamentales desde donde se debe partir para estructurar un diagnóstico serio del desarrollo tecnológico y de su relación con la sociedad. Una de ellas es la dinámica de los cambios. —Cambios— palabra explotada hasta el cansancio, pero que explica mejor que cualquier otra el movimiento característico de este siglo. Lo importante es entender que no es válido sólo hablar de cambios, sino insertarlos dentro de los contextos que le son propios.

En efecto, hay cosas que están cambiando. ¿Cómo identificar los verdaderos cambios? ¿Qué tienen en común unos con otros? ¿Debe hablarse de un cambio o de una serie de cambios menores dentro de un cambio mayor? ¿Cómo construir este principio en constante? ¿Cómo están repercutiendo los cambios en la comunicación social y cómo en la profesión del comunicador?

Los medios de comunicación, a partir de la segunda mitad de este siglo,

no se pueden seguir explicando de la manera clásica, incluso si se habla de la radio, del cine, de la prensa, no se diga la televisión. La perspectiva ha hecho girar paulatinamente las interpretaciones de las teorías clásicas y perfila las que están por venir. Ya no se habla de la ideología de la comunicación sino de una sociedad de la información.

Dos son los escenarios posibles —dice Jean Marie Charon.<sup>3</sup> Un discurso que sitúa a los medios en el centro de la reflexión y una transformación paralela del paisaje mediático, paisaje que había permanecido hasta entonces relativamente estable.

No se trata de iniciar una batalla irreconciliable entre los viejos y nuevos medios. Tampoco es real el argumento que tanto se ha venido explotando de que unos desaparecerán en beneficio de los otros. La transformación tecnológica es, desde este punto de vista, mal comprendida. El paso de la historia ha mostrado a la humanidad que este discurso ha aparecido cada vez que ha surgido una innovación tecnológica. El teatro, la música, la prensa, el cine siguen existiendo, algunos de ellos casi tan viejos como el hombre. La radio portátil, las grabadoras continúan circulando.

Cambian las funciones, las leyes del mercado se hacen más rígidas, se van particularizando los usos y los contenidos. Ante el caso de los medios electrónicos se observa, también y como es lógico, un reacomodo de funciones y una creciente especificidad de contenidos ante la creación de nuevos lenguajes. Se observa, por ejemplo, que los clásicos medios de comunicación se asimilan cada vez más a los nuevos. Cada vez más la televisión se asimila físicamente a la videograbadora, el teléfono a la computadora; la televisión por cable, vía satélite y vía microondas terminarán compartiendo un único cable. Será difícil hablar de viejos y nuevos medios. A esta transformación física corresponde también la convergencia numérica: textos, imágenes y sonidos traducidos a un mismo principio técnico. El resultado: 500 canales informativos concentrados en una terminal única.

El paisaje audiovisual se transforma, porque permaneció inmutable por años. Al quedar el chip en el corazón de la revolución informativa, impacta de forma directa a los medios de información y comunicación. ¿De qué manera se transforma la sensibilidad de los usuarios de forma paralela y como consecuencia de la interacción con dichas tecnologías? ¿Hasta dónde los estudiosos de la comunicación han querido ingresar en

Los cambios tecnológicos no son simplemente tecnológicos. Las tecnologías de información se desenvuelven dentro de un contexto político y social que las determina, hasta cierto límite. Son un catalizador para retomar cuestiones políticas y culturales, que habían perdido rumbo. La constante innovación tecnológica provoca nuevas preguntas, genera curiosidad y en ciertos casos asombro. Un caso que puede ser ilustrativo. El proyecto de la sociedad informatizada realizado en 1978 por el Informe Nora-Minc perdió base en 1980. Sobrevino entonces el shock entre los estudiosos de la comunicación porque los planteamientos no eran reales. Fue sólo a partir del discurso de las super-carreteras informativas cuando las cuestiones sociales volvieron a ocupar un espacio esencial. De la *informatización de la sociedad* se pasó a la *socialización de la tecnología*. Fueron necesarios casi 15 años para volver a replantear la relación hombre-tecnología.

Son perspectivas muy particulares desde donde se puede mirar a la sociedad y perfilar su rumbo en un futuro. Los estudiosos de la comunicación y el perfil de la carrera de Comunicación, que es ya parte del umbral del siglo XXI, deberán tomar entre sus manos estas demandas sociales, desde ahora.

También dentro de este marco se pretenden repensar los medios y la sociedad, no sólo para comprender la naturaleza de los cambios, sino en función de la profesión del comunicador, del comunicólogo, actor central de este escenario.

### **De las ciencias y técnicas de la información a la ciencia de la comunicación**

La idea de crear una carrera de Ciencias y Técnicas de la Información surgió en la Universidad Iberoamericana en 1960. La vocación de quienes entraban al juego: transmitir informaciones a través de procesos comunicativos. Reunidas de una vez por todas la Ciencias y la tecnología en un ideal. Hoy día el viejo término se acuña en los manuales históricos de la profesión al transformarse este ideal, unir el saber a la técnica, por un simple vocablo que parece querer decir todo y nada a la vez: Comunicación.

1990 es la década de las tecnologías de la información, cuando las tecnologías invaden lo social; sería paradójico que las ciencias del mismo nombre no lleguen a afirmarse en función de estos principios.<sup>4</sup>

Demanda social, soportes del saber, tecnologías informativas, clasificar, informar, tratar, procesar informaciones y transmitir las, tal es el rol del comunicador desde el inicio de la profesión.

Su ancestro: el bibliotecario que clasificaba informaciones. El principio fundamental no ha cambiado, sólo se han transformado los medios y han aparecido nuevas funciones y alcances sociales.

La biblioteca es entonces el primer modelo de organización de la información. Inventar una clasificación, acomodar un documento bajo una rúbrica, facilitar su acceso en el espacio y en el tiempo, es también intervenir en el conocimiento de la colectividad.

En los orígenes de este concepto están las grandes figuras científicas que se apasionan por problemas documentales. Lo que importa es capitalizar el saber, asimilarlo, tratarlo y transmitirlo, las mismas funciones que dan razón al surgimiento del chip.

La información sufre las transformaciones que se derivan de los cambios tecnológicos. En un principio los centros más dinámicos son los laboratorios, o los centros técnicos que generan información de todo género, de todas las disciplinas y que poseen prácticas cotidianas de intercambios internacionales.<sup>5</sup>

De la transmisión de informaciones se crea un nuevo concepto social para la comunicación, expuesto en la década de los setenta, por el informe Nora-Minc<sup>6</sup>. Los principios no cambian, sí la forma de interpretarlos: la información se distribuye con la misma lógica y bajo los mismos derechos que la corriente eléctrica. Una similitud entre información y energía, una fuente indispensable para alimentar lo económico y lo social.

Los avances tecnológicos han amplificado la asimilación y tratamiento de informaciones a fronteras que llegan más allá de la imaginación. No se trata de proporcionar datos que alimenten la espectacularidad de la investigación científica y tecnológica; sí se pretende en su lugar, distinguir ciertas constantes que revelen, como tanto se ha dicho en este escrito, la

Uno de los avances posibles con la tecnología de información ha sido la asimilación, tratamiento y transmisión de informaciones a grandes velocidades y en el menor espacio de tiempo posible. Esta idea frecuentada con cierta vehemencia por los estudiosos del tema, más allá de dejar algunas cifras no va más lejos. Siempre hay un dato que supera al otro, casi al mismo tiempo de escribir el reporte. Lo que parece fundamental en este sentido, es la posibilidad de sumar a la transmisión de textos y sonidos (que hasta cierto punto era una forma clásica de comunicación por vía telefónica, telegráfica, télex, etc.) a las imágenes.

La generación y transmisión de imágenes electrónicas, hasta hace unos años, era del dominio exclusivo de las grandes compañías de televisión. Con las avances logrados en sistemas informáticos y redes de telecomunicación, cualquier persona puede generar y transmitir imágenes hoy. Este principio técnico que toca de forma muy cercana lo social, amerita un análisis más detallado.

### **El pensamiento visual**

La proliferación de imágenes es otro de los elementos que derivan de las tecnologías de punta. El surgimiento de este medio de comunicación ha generado las tesis más espectaculares por un lado y reprobatorias, por el otro. La fascinación y la condena, una postura maniquea más, que manifiesta el profundo desconocimiento del tema de quien pretende abordarlo.

Los temores parten de la supuesta desaparición del libro —¿de la escritura?— y de las consecuencias que esto podría aportar para el pensamiento universal.

Esto no quiere decir que el texto se pierda en un mar de imágenes, que los libros dejen de editarse, de leerse y que la cultura de la imagen electrónica, asociada en gran parte a la superficialidad de la televisión, termine con la capacidad de análisis y reflexión del hombre que se encamina hacia el siglo XXI.

Son condenas que dificultan ver las direcciones que asumen los cambios gestados por las tecnologías. Durante siglos, y desde la invención de la imprenta, se privilegió de forma notable la creación de textos escritos para la transmisión de conocimientos. Durante este tiempo —que fueron siglos— no se dejó de pensar en la imagen, que sin embargo ocupó un lugar secundario en la transmisión de conocimientos. La escritura y la racional-

XVII, XVIII y XIX con obras tan importantes como la Enciclopedia. La imagen ocupó entonces un espacio de ornato, una expresión más del arte, pero sin recuperar sus otros espacios vitales en el terreno del conocimiento científico.

Su reconsideración se inició solamente a partir de la invención de la fotografía y del cine. La televisión le proporcionaría un elemento central: el movimiento. De aquí parten las revoluciones congnotivas de este siglo y gran parte de la crisis educativa. Conocer teniendo como mediación la imagen en movimiento. ¿Qué implicaciones tiene para la educación y para las formas del conocimiento? ¿Hasta dónde cambiaría el paisaje audiovisual este simple hecho? ¿De aquí debe partir la naturaleza de los cambios en el terreno de las Ciencias de la Comunicación?

La proliferación de imágenes en el terreno de la comunicación obedece entonces a dos principios: la recuperación de un lenguaje que se quedaba relegado a un segundo plano, ante el dinamismo del saber científico y tecnológico del siglo XX y la creación de imágenes, unida a las necesidades de internacionalización de las grandes empresas transnacionales de comunicación. La imagen más que la palabra es universal en sus símbolos, así como por la rapidez con que es comprendida, si se compara con el texto escrito o con la palabra hablada.

La informática permite descomponer y recomponer las imágenes. Imágenes digitales y de síntesis que se diluyen, se vuelven acuosas y anamórficas. Son ideas matemáticamente ordenadas, limpias, sabias, donde el azar y la fluidez también pueden programarse.

La imagen se piensa a través de sus efectos, sus desafíos que son epistemológicos, estéticos y antropológicos. Cambia entonces la manera de pensar y ver la realidad. El pensamiento se vuelve así ¿nuevamente? "visual".

Con las imágenes se abre el campo de la comunicación, se analizan objetos y problemas a través de la creación de éstas.<sup>7</sup> Las ciencias, el saber, no sólo se lee sino que se ve. Se crea, entonces, un nuevo campo, desde el cual aborda las ciencias de la información-comunicación de la imagen de síntesis al universo virtual, se llega a una nueva práctica experimental inédita del pensamiento y de los controles visuales. La imagen numérica crea y creará a la larga nuevas formas de pensar: de la representación de

modelos se pasa a la recreación de ideas, para abordar la simulación y las imágenes de síntesis. Cada vez el pensamiento se volverá más abstracto.

La imagen a su vez debe repensarse desde una configuración socio-técnica. Ella renueva un nuevo paradigma del pensamiento, desempeñándose o estableciendo otros modos de relación entre el orden discursivo (lógico) y el de lo visible (forma). A la tecnología le hace aún falta todo el pensamiento y la práctica que se merece.<sup>8</sup> La idea de este pensamiento visual, originado hace diez años por Arnheim, tiene un gran potencial científico, artístico y pedagógico, aún no explorado.

La imagen se ve, entonces, como una posibilidad de respuesta, susceptible de hacer avanzar el pensamiento. Por esto se introduce dentro de la práctica científica. La imagen se vuelve una mediación para resolver problemas. Así el objeto de la investigación puede ser aprehendido, manipulado, experimentado visualmente.

Estas innovaciones llevan a una profunda crisis de objetos y métodos del saber—según Alain Renaud— a partir de las cuales cambia nuestra relación con el mundo, con el espacio-tiempo externo y con nosotros mismos.<sup>9</sup>

Sobre los muchos virtuales se abren nuevas posibilidades: 1. jugar con todos los canales (sonido, escritura, imágenes bi-direccionales o tri-dimensionales) fijas o animadas y 2. traducir todas las informaciones, aun las más abstractas, en experiencias corporales. De estos principios Alain Renaud saca conclusiones interesantes, pues con la información manejada así se permitirá una extensión prodigiosa del cuerpo humano; la mediación informacional va a permitir al pensamiento viajar no sólo teóricamente sino “físicamente” en espacios propios al pensamiento abstracto. “Liberada técnicamente de las referencias impuestas por su estrecha relación con el cuerpo y con el mundo, el pensamiento parece así un ‘cerebro solitario’, abierto a todos los espacios-tiempos posibles”.<sup>10</sup>

### **Una profesión en mutación**

El escenario de los medios de información y comunicación se vuelve más complejo a medida que avanza el tiempo. A diferencia de los primeros diagnósticos establecidos, parte ya de la historia de la Comunicación, en la actualidad cada día emergen nuevos actores y circunstancias que perfilan un entorno diferente al inicialmente planteado. Por esta razón las teorías

un pensamiento, una reflexión para comprender la nueva comunicación que se gesta no sólo a partir de la llamada revolución microelectrónica, sino que conforme la Humanidad que se adentra en el siglo XXI.

La profesión del comunicador queda atrapada dentro de esta red de innovaciones, cambios y crisis. ¿Cuál es la vigencia de los primeros paradigmas de la comunicación que nos hablan de un emisor-mensaje y receptor? ¿Hasta dónde ha podido avanzar una teoría de la comunicación acorde con los cambios? ¿Por qué la investigación en este campo se ha revelado insuficiente ante la rapidez de las innovaciones?

Se trata sólo de algunos interrogantes destinados a colocar sobre la mesa de discusión la gran cantidad de nuevas y viejas disciplinas indispensables para explicar lo que está aconteciendo en el campo de la comunicación. De la transformación tecnológica deriva un nuevo paradigma del saber y del pensamiento que se impone a la investigación; este va a privilegiar una aproximación dinámica, morfológica y hasta biológica de lo real y de los conceptos.

Para analizar los cambios que está sufriendo la disciplina del comunicador, del comunicólogo y de la misma carrera de Comunicación hace falta abordar las principales tendencias de la transformación. A pesar de que en el terreno de la generación de imágenes electrónicas y digitales es donde se han concentrado los giros fundamentales, las primeras evidencias son más palpables en el terreno de la prensa y de la televisión. Es a partir de estos medios que se establecerán algunos interrogantes.

### La prensa

Los periodistas se han enfrentado súbitamente a una maquinaria informativa saturada de imágenes y que parece luchar día a día con la generación y transmisión de informaciones escritas.

Tanto la prensa como la televisión abordan, casi con la misma fuerza, el principio de informar a un público ávido de noticias, pero también el de espectacularidad. La tendencia normal en este terreno sería separar la especificidad informativa de la televisión y de la prensa. El ámbito de los terrenos mutuamente visitados es amplio en la industria de la información, y aún escasamente estudiado. Por ejemplo, son varios los actores que participan en los escenarios de la información (agencias noticiosas, prensa

sas, que originalmente no tenían ninguna relación con el ámbito de la información, etc.). Al diversificarse la manera de generar noticias y los diversos canales de difusión, se abre el espectro de participación de actores; por otro lado, los límites entre un medio y otro tienden cada vez más a confundirse, en el sentido de fusionarse.<sup>11</sup>

Es importante considerar y conocer a fondo las bases bajo las cuales se estructura la industria audiovisual, pues de ella dependerá —hasta cierto punto— la demanda de profesionales de la comunicación.<sup>12</sup> Estos movimientos que parecen alejados de los intereses formativos de las universidades, terminan influyendo en la reflexión del pensamiento comunicativo.

Los periodistas de hoy en día enfrentan varios desafíos. Por un lado, están los criterios que dominan las leyes del mercado informativo: rentabilidad, rapidez y espectacularidad. Por otro, y como consecuencia de este primero, deben retener la atención de un público que sufre la proliferación de imágenes más relacionadas con el entretenimiento que con la información. Es una audiencia que demanda con mayor insistencia sensaciones más fuertes dentro del ámbito noticioso.

Estos últimos años se ha constatado la presencia de nuevos actores en la conformación de noticias. Los propietarios de una videocámara que salen a la calle a la caza de eventos peculiares. El hecho grabado en vivo, por testigos que no pertenecen a ninguna agencia informativa, desempeña un rol importante en la construcción “veraz” de la noticia. Debe notarse que su emergencia se da en un momento en que se cuestiona más que nunca la objetividad de las informaciones y cuando la sociedad civil se torna un punto de mayor fiabilidad. Se piensa que éstos al menos no tienen los intereses de las grandes empresas de la información, aunque su propósito está aún por dilucidarse. Sin embargo, tampoco escapan de las leyes del mercado: exclusividad y espectacularidad parece ser la norma que domina en sus discursos videograbados.<sup>13</sup>

Ellos, al igual que las grandes agencias internacionales, compiten por ganar un espacio en los informativos de mayor audiencia de la televisión, constituyéndose en un espectro más del panorama informativo y en ocasiones, en factores exponenciales de la espectacularidad y del amarillismo de lo cotidiano.

Los periodistas de los diversos medios necesitan para interpretar la noticia mayor tiempo, un tiempo que parece ya no tener cabida en los medios de información actuales. Los hechos necesitan de un espacio para ser evaluados, jerarquizados, comparados, relativizados; estos son justamente algunos de los rasgos que está perdiendo la información hoy.

El público tiene un papel fundamental en todo esto, pues es el usuario final de todos los productos. ¿Hasta dónde cree? ¿Hasta dónde conoce la determinación de la noticia? ¿Su relación con el mercado? ¿La presión de los intereses políticos? ¿Con cuánto tiempo cuenta para leer los editoriales de la prensa? ¿Se queda en las cabezas informativas o avanza páginas adentro?

### La televisión

La televisión tiene más de cincuenta años de haber sido lanzada al mercado. Hasta hoy son pocos los estudios que se han realizado en torno a la creación de profesiones en este campo.

La televisión es también el medio de la industria de la información y de la comunicación que más ha evolucionado en los últimos quince años. Se trata no sólo de la transformación física del aparato, sino del contorno económico como determinantes dignos de consideración. Por esta razón la televisión cada vez se vuelve más un intrincado campo de acción.

De la televisión nacional se pasa a la televisión internacional. A la difusión por microondas se suman la televisión vía satélite, la televisión por cable y la fibra óptica. Su configuración física se fusiona con la videograbadora y en ciertas ocasiones se une a la funciones telefónicas y de la informática. Para las empresas internacionales es uno de los campos más fértiles de inversión y expansión global. Dentro del discurso político, ningún país que se considere potencia se puede dar el lujo de no contar con una cadena mundial de televisión. De 4 a 10 canales, la televisión pasa súbitamente a un promedio entre 30 y 50 y promete para el año 2000 un promedio de 500. Se inicia la guerra de géneros. Ante una programación que había permanecido estable por años en la televisión, se empiezan a experimentar nuevos géneros. Su duración es frágil, y paradójicamente, son base de la competencia entre los diferentes canales. La televisión trabaja hoy más que nunca en la creación de *estrellas*. ¿Quién puede hablar hoy entonces de la televisión como se hacía hace 20 años?

Pululan en el campo camarógrafos, escenógrafos, guionistas, multitud de técnicos expertos en el control de tecnología de punta, diseñadores, dibujantes, actores, músicos, bailarines, fotógrafos, administradores, directores de cine, periodistas, vedettes, directores de teatro, abogados, ingenieros por no mencionar sino unos cuantos. Los equipos humanos parecen interminables. ¿A qué profesión pertenece hoy el campo de la televisión?

Dos elementos más que no deben quedar a un lado. La televisión es hoy más que nada internacional. Esta dirección modifica la visión y la intención de quienes la hacen. Se tiende a satisfacer demandas externas y ya no solamente internas. Un programa o una serie, entre mayor número de televidentes alcance, será más redituable para la empresa. Esta lógica parece ir ganando en la orientación de la programación y en la creación de géneros televisivos. Está por otro lado la sed del público por participar. Salir en pantallas es un valor de participación en estos tiempos. El sentido: establecer ahí el espacio público que ha dejado de construir el Estado. Este deseo explica el éxito de algunos programas de testimonio como *Cristina* en México, *¿Quién sabe dónde?* y *El Juego de la Oca* en España, *Témoïn N°.1* y *l'Amour en Danger* en Francia. Paul Baud dice que “estos programas hacen que el telespectador anónimo de ayer se vuelva el héroe de una noche, realizándose así la profecía de Andy Warhol —pintor de lo cotidiano— y que nos anunciaba el tiempo en el que cada uno podría acceder a la celebridad, así fuera sólo por quince minutos”.<sup>14</sup>

Ciertas preguntas obligan. ¿Mayor número de canales es sinónimo de mayor número de empleos? ¿Cómo se están empleando estos nuevos espacios de la televisión? ¿Hasta qué punto existe una clara conciencia en las facultades y escuelas de comunicación a fin de formar desde ahora futuras escuelas de televisión? Ciertos países han realizados diagnósticos muy realistas sobre la materia concentrando desde hace por lo menos diez años sus esfuerzos en renglones como el de la creatividad en el audiovisual. Los casos de Canadá y Francia son elocuentes en este sentido. Las iniciativas han sido paralelas a una política de comunicación estricta en materia de importación de programas. Vale la pena decir, también, que algunos de estos planes, a veces demasiado estrictos ante la agresividad del mercado, es decir, la fuerza de las imágenes provenientes de los dos grandes competidores de la televisión: Estados Unidos y Japón, han tenido que rectificarse.<sup>15</sup>

El desafío es, entonces, estimular la creatividad y la creación artística. ¿Hasta dónde la carrera de comunicación en México ha decidido invertir en este sector, que se perfila como el fundamental? Pero no basta con ser creativos. Jean-Marie Charon hace un perfil del comunicador que intenta incursionar a estos terrenos: ¿“Hay que ser digno de confianza, tener reflejos rápidos, adaptarse a diversas situaciones, condiciones de trabajo y formas de cooperación siempre nuevas”?<sup>16</sup>

### Conclusiones

La finalidad de esta investigación ha sido abordar algunas cuestiones fundamentales sobre la incidencia que las nuevas tecnologías de información y comunicación tienen en la profesión, sobre todo, a raíz de la explosión del audiovisual.

Es importante considerar el contexto económico, político y social en el que se han venido generando las transformaciones tecnológicas y su relación con la sociedad. El cambio es, entonces, un punto de partida valioso para estructurar las bases sobre las cuales debe fundamentarse la nueva profesión del comunicador y del comunicólogo.

Las nuevas tecnologías de información y comunicación en México se insertan dentro de sociedades que tienen un sistema democrático en formación. Una cuestión fundamental radica en analizar las modalidades que estos implementos toman al llegar a un país sin una tradición democrática políticamente hablando, pero con una conciencia social más avanzada en este sentido.

Otro punto fundamental es conciliar la teoría de la comunicación con la praxis que está derivando de la llegada de estos nuevos aparatos. Es urgente abrir interrogantes dentro de los particularismos que abre cada caso, y también, es igualmente importante recurrir a los puntos de reflexión que ayuden a desmitificar y de-satanizar la tecnología. Estas posturas, fuertemente arraigadas en nuestro medio, han detenido un estudio abierto y permanente del tema. Las tecnologías de información no fueron moda en los ochenta, pero hoy son una realidad que incide directamente en la concepción de la carrera de Comunicación y en la formación y actualización de profesionales del mañana.

En México el problema parte de un hecho. Muchos de los programas de

relativa la intensidad no sólo de los cambios tecnológicos, sino del nuevo pensamiento que se refiere a los procesos de socialización tecnológica.

Abordar las nuevas tecnologías de información y comunicación, dentro de los currículums escolares no quiere decir introducir uno o dos textos de lectura. Tampoco abrir una materia optativa que quede aislada del conjunto del plan de estudios. Estudiar las tecnologías es tener la capacidad de asimilarlas a las diversas áreas que conforman el plan: reflexiones teóricas, investigación y talleres. Abordar el tema de tecnologías de información es también alfabetizarse en los nuevos lenguajes informáticos y abrir un amplio campo de estudio sobre la imagen como lenguaje y expresión donde confluyen el mayor número de innovaciones digitales.

El hombre del siglo XXI deberá tener esta cultura comunicacional así como fue indispensable para el hombre de la Edad Media la religión y para los siglos XVII y XVIII la política y la economía.

Finalmente quisiera concluir con una idea más de Charles Peguy, redactada en 1904 y que bien puede aplicarse a la sociedad contemporánea:

“Cuando una sociedad no puede enseñar, es que una sociedad no puede enseñar; es que tiene vergüenza, es que tiene miedo de enseñarse a ella misma; para toda la humanidad enseñar, en el fondo, es enseñarse; una sociedad que no enseña es una sociedad que no se quiere, que no se estima y tal es el caso, precisamente, de nuestra sociedad”.

### Bibliografía

Baud, Paul. Presentación. “Télévision et Débat Social”, *Réseaux*, (París: CNET), (63), 1994.

Charon, Jean-Marie. *L'Etat des Médias, La Découverte*. París: 1992.

Simon Nora y Minc Alin. *La Informatización de la Sociedad*. México: FCE, 1981,

Renaud, Alain. “Vers une nouvelle pensée visuelle”, *Réseaux*, (61), (París: CNET), 1993.

Salaün, Jean-Michel. "L'Information scientifique et technique", **Réseaux**, (París: CNET), 1992.

## NOTAS

- 1 Alain Reanud, "Vers une nouvelle pensée visuelle" **Réseaux**, 1993, (61), p. 16
- 2 Alain Renaud, Op. Cit., p. 14 – 15
- 3 Jean-Marie Charon, "L'Etat des Médias", **La Découverte**, 1992, París, p. 5.
- 4 Jean Michel Salaün, "L'information scientifique et technique", **Réseaux**, 1993, (58), p.12.
- 5 Salaün, Op. Cit., p. 13.
- 6 Simon Nora & Alain Minc, **La informatización de la Sociedad**, México, D.F., 1981.
- 7 Una de las evidencias es, por ejemplo, la posibilidad de visualizar ecuaciones matemáticas en "fractales"
- 8 Alain Renaud, "Vers une nouvelle pensée visuelle", **Réseaux**, 1993, (61), p. 13
- 9 Ibid. p. 21.
- 10 Ibidem.
- 10 Fotoperiodismo, periodismo radiofónico, periodismo televisivo, o la inversa, noticias periodísticas que se inspiran del relato televisivo y, en otros casos, del lenguaje de la televisión. Los servicios informativos distribuidos en red son interesantes porque retoman aspectos de los dos medios en cuestión: la televisión y la prensa escrita.
- 11 Vale la pena subrayar aquí la conocida tesis de que las universidades y las diferentes carreras que ofrecen no existen en función de la demanda del mercado.
- 12 Esta modalidad ha llegado a tener tal impacto en la construcción social de ciertas comunidades de Estados Unidos, que la televisión estadounidense (y la mexicana como retransmisora) cuenta con varios programas dedicados a los testimonios videográficos de estas personas.
- 13 Paul Baud, Presentación "Televisión et Débat social", **Réseaux** (63), p. 5.
- 14 Algunos de estos proyectos contemplaron que habría una dominante mayor de programas nacionales que extranjeros y que ante cada metro de avance de fibra óptica para la televisión por cable, correspondería un 50 por ciento a los contenidos. Me refiero al caso específico de Francia y de la revolución del audiovisual que se planteó en 1982. Actualmente existe una política más realista, sobre todo referida no a un solo país, sino a la Unión Europea en su conjunto
- 15 Jean Marie Charon, Op. Cit., p. 403.



## TEMA II

# Nuevas tecnologías de la comunicación en la educación



# COMUNICACION, EDUCACION Y TECNOLOGIAS

DANIEL PRIETO CASTILLO\*

Nuestro Seres Queridos

“Objeto principal de la Escuela: instruir en los preceptos sociales... lo demás que se enseña en ella se reduce a dar medios de comunicación, como hablar, escribir, calcular...”

Simón Rodríguez

**G**abriel Jaramillo Echeverri fue uno de los seres más hermosos que me haya tocado conocer. Nos hicimos amigos en 1984, en un curso en CIESPAL, y mantuvimos una amistad profunda, a pesar de la distancia y de las pocas oportunidades en que pudimos compartir las horas juntos. Gabriel falleció en su Medellín el 13 de mayo de este año. Nos dejó a quienes lo amamos la memoria imborrable de la ternura de su risa y de su palabra.

---

\***Daniel Prieto Castillo:** Argentino. Licenciado en Filosofía. Doctor en Estudios Latinoamericanos. Actualmente es el Director del Posgrado de Comunicación en la Universidad Nacional de Cuyo – Argentina. Ha publicado *Comunicación, periodismo científico, cultura y vida cotidiana* (1984), *Manual de análisis de mensajes* (1988), *Manual de diseño curricular para escuelas de comunicación* (1989), *La mediación pedagógica, apuntes para una educación a distancia alternativa* (1991), *El discurso Pedagógico* (1992), *Mediación pedagógica para la educación popular* (1994), *La vida cotidiana, fuente de*

Gabriel era sacerdote, vivía volcado a los demás. Estaba hecho, hasta en sus más simples gestos, de comunicación. Su evangelio era muy sencillo: ayudar a vivir, acompañar al otro; ayudar a morir cuando los tiempos se apagaban. Y hacerlo por la palabra y la mirada, por el gesto y por la sonrisa, por la serenidad que proyectaba siempre.

Preocupado por la comunicación social, la pensó, y la vivió, desde la cultura y desde las relaciones entre los seres humanos. Escribió ensayos preciosos sobre comunicación institucional y con los años la prosa no le fue suficiente. Fue entonces cuando comenzó con la poesía, como manera de llegar al otro con todo su ser.

No he iniciado esta conferencia con una cita de don Simón Rodríguez y con el nombre de nuestro querido Gabriel por algún capricho. En el primero reconozco al pedagogo, en el segundo al sacerdote educador. Ambos fueron seres de comunicación, volcados a los otros, con toda la ternura de sus escritos y de sus actos.

Simón Rodríguez inició un proyecto educativo destinado a recuperar, para fundar la utopía, a los pobres de su época, indígenas y mestizos; casi perdió la vida en el intento y luego deambuló por más de 30 años por nuestra América, sin dejar nunca de enseñar:

Gabriel Jaramillo eligió su vida a los 15 años; practicó un sacerdocio volcado a las grandes mayorías de la población en Cartagena y luego en Medellín. Hace más de una década fundó en su ciudad natal un monasterio, concebido como espacio de encuentro entre seres que necesitan comunicarse. Hasta su muerte se mantuvo fiel a su destino: acompañar al otro, irradiar alegría y serenidad.

No puedo entender la comunicación social de otra manera: la relación entre seres humanos, el interaprendizaje, el sentir al otro, el sentirse con el otro.

Esta conferencia se centra en la relación educativa, sobre todo pensada en el espacio del aula, sea primaria, secundaria o universitaria.

La primera función de la escuela es abrir espacios para aprender a convivir, decía don Simón Rodríguez. La primera función del sacerdocio es acompañar al otro, enseñaba Gabriel.

Lo demás, todo lo demás, son sólo medios de comunicación.

### De lejanías y aislamientos

Cuando la guerra del Golfo, un piloto norteamericano comparaba la ciudad de Bagdad, vista en la noche desde lo alto, con un árbol de Navidad. Recuerdo el entusiasmo con que hablaba, excitado como un chico que acaba de ganar en un video juego. Y hacia ese símbolo del nacimiento y de la vida, había enfilado la trompa de su avión, para lanzar bombas inteligentes, capaces de buscar el blanco.

Décadas atrás, Pedro Salinas hacía una comparación semejante, sólo que desde una lectura tan distinta, como la de un ser volcado a la vida frente a otro sembrador de muertes. Me refiero al primer poema en nuestro idioma dedicado a la bomba atómica, *Cero*, que el autor español incluyó en su libro *Todo más claro*, publicado en 1949.

Retomo sus palabras:

“Cayó ciega. La soltó,  
la soltaron, a seis mil  
metros de altura, a las cuatro.  
¿Hay ojos que le distingan  
a la tierra sus primores  
desde tan alto?”

No. Geometría. Abstractos  
colores sin habitantes,  
embuste liso de atlas.

Y a un mapa distante, ¿quién  
le tiene lástima? Lástima  
da una pompa de jabón  
irisada, que se quiebra;  
o en la arena de la playa  
un crujido, un caracol  
roto  
sin querer, con la pisada.  
pero a esa altura tan alta

Invisibles se le vuelven  
al mundo delgadas gracias:  
la azucena y sus estambres,  
colibrís y sus alas,  
las venas que van y vienes,  
en tierno azul dibujadas,  
por un pecho de doncella.  
¿Quién va a quererlas  
si no se las ve de cerca?"

Dos percepciones sobre la muerte, una gozosa, como la frase pronunciada por aquel general de Franco, la más terrible brotada de labios humanos: "viva la muerte"; otra inconsolable, al borde del llanto y en el llanto.

Rechazamos, nos negamos a cualquier tecnología dirigida a la destrucción, sea cual fuere la ideología que la sustente.

El siempre duro ejemplo de la guerra, nos acerca al motivo de esta conferencia. En el espacio de la comunicación y la educación, nos resistimos al uso de cualquier tecnología que aleje y aisle a los seres en él involucrados. Entiendo por lejanía y aislamiento la ausencia de interacciones, de encuentros entre quienes enseñan y quienes aprenden. "Todo aprendizaje, decía don Simón Rodríguez, es un interaprendizaje".

Nos interesan las tecnologías, en el terreno de la educación, desde la pedagogía. Si nos ocupamos de la pedagogía, es porque los educadores como seres de comunicación, la condición fundamental de nuestra práctica es la de cumplirse con otros y entre otros.

En el ámbito de la educación, acecha siempre la posibilidad de la distancia y del aislamiento. Cuando se produce una relación de lejanía, vivimos en riesgo de una situación de extrañamiento, es decir, de convertirnos en extraños en un contexto de extraños. El aislamiento y el extrañamiento constituyen un terrible contrasentido en el acto educativo, el más terrible de todos.

Intentamos una lectura de las tecnologías desde la mediación pedagógica, que caracterizamos con Francisco Gutiérrez como la tarea de promover y acompañar el aprendizaje; la tarea de mediar entre lo inmediato y lo mediato, entre lo cercano y lo lejano, entre lo más sentido y lo menos

político, entre lo individual y lo organizativo, entre la dispersión y la presencia en la sociedad civil, entre un horizonte de comprensión y otros, entre un yo, un tú y un nosotros, entre lo micro y lo macro.

### **En torno a la soledad**

Tecnologías para acercarnos, no para distanciarnos. Para hacernos sentir con los otros. Retomo un texto escrito en 1993:

El cuadro es así: un ser humano enfrentado a un grupo, hablando y exhibiendo conocimientos, volcando en los demás su saber.

Una primera lectura convierte a ese singular personaje en un ejemplo del poder: sólo su palabra cuenta, sólo su mirada, sus gestos; toca al resto asimilar sin posibilidad alguna de intervenir.

Pero cabe otra lectura: el hablador, el único capaz de decir algo y de forzar a los demás a repetirlo, está solo. No hay soledad más terrible que la de un ser enfrentado a un auditorio silencioso, condenado a decir sin saber cómo lo dicho llega al otro, qué caminos sigue en sus modos de percibir, de comprender y de soñar.

Siempre me ha afectado, enternecido, dolido, la soledad del educador. La soledad puede minar cualquier ánimo, cualquier temple, cualquier entusiasmo. Y si no que lo digan las clases plenas de lugares comunes, las rutinas exangües, la voz monocorde, los gestos cansados, el brillo de la alegría apagado en la mirada... Nuestra educación no cambiará sólo por las transformaciones de un país o por las demandas de los economistas, cambiará desde la base, desde la ruptura del círculo de la soledad hacia el encuentro, el trabajo compartido, la posibilidad de sentirte, ser, reírte con el otro.

Se puede estar solo frente a los demás, y se puede estar solo por el uso de instrumentos que tiendan a aislarte.

### **Entreayudarnos**

Los hombres no están en el mundo para entredestruirse, sino para entreayudarse.

afirmaba don Simón Rodríguez.

Y no hay modo de cumplir con ello, si se cae en las garras del aislamiento y de las relaciones de lejanía.

Por eso nos encantan las siguientes palabras:

A pesar de nuestros intentos de hacer de la enseñanza una ciencia, a pesar de nuestros intentos de inventar materiales que no requieren profesores, un hecho sencillo hace esta ambición innecesaria: cuando percibe que su educador es auténtico, curioso, cálido, el estudiante aprende. No hay forma de evitar este hecho, por más tecnología que se aplique. ¿Por qué confiamos en nuestras máquinas más que en nuestra humanidad? Debemos aprender a enamorarnos menos de la tecnología y más de nosotros mismos (Neil Postman, profesor de la Universidad de New York).

**Entreayudarnos**, entonces, con o sin tecnologías. Y para ello salirnos de la ilusión tecnológica. Preguntarle a cada propuesta visual o audiovisual, a cada nuevo paso telemático, de qué manera favorece la comunicación, el interaprendizaje, el entreayudarnos.

Entendemos la expresión **ilusión tecnológica**, como la creencia de haberse apropiado de un instrumento, cuando en realidad sólo se establece con él una relación de consumo, una pseudo eficacia. La ilusión se rompe, en el buen sentido del término, cuando somos capaces de utilizar el recurso desde nuestras necesidades y nuestro contexto.

Relato una forma por demás clara de ilusión tecnológica:

Una profesora llega al aula, primer día de clase, y comienza su tarea. Saluda, habla algo del programa, y luego enciende el retroproyector. Coloca una primera transparencia, colmada de texto, y comienza a leer lo que aparece en la pantalla, de espaldas a los estudiantes. Así toda la hora. A la segunda clase repite la operación. A la tercera los alumnos se van retirando en silencio y cuando ella termina su lectura, se da la vuelta y encuentra el aula vacía.

No inventó nada. La docente, podría haber sido también un docente y ejemplos no me faltan, partió de una tecnología como mágica fórmula para atraer la atención y llevar adelante su clase.

Poca diferencia con lo vivido hace varios años, cuando un rector me

cerraba la presentación con estas palabras: “ahora estamos viendo para qué lo usamos”.

El valor pedagógico y de comunicación de una tecnología proviene del contexto en el cual se la utiliza. Porque en ese contexto hay seres con historias y experiencias, con aprendizajes ya cumplidos y otros por construir. Si no nos centramos en cada situación en particular, es difícil avanzar en una apropiación de las tecnologías para acompañar y promover el aprendizaje, para relacionarlos y entreayudarnos.

No puedo dejar de traer aquí el reclamo de una maestra en mi país: “En vez de mandar computadoras a mi escuela, ¿no podrían usar ese dinero para darle un vaso de leche diario a cada chico?”

Discusión que, muy a su manera, daba Hegel en su *Estética*, cuando se manifestaba a favor del gasto en obras de arte, a pesar del hambre de la gente, porque había que favorecer la marcha del espíritu.

Con una opción muy poco hegeliana, y muy poco tecnológica en este caso, me quedo con el vaso de leche.

### **El lenguaje como tecnología**

..Lo demás que se enseña en ella se reduce a dar medios de comunicación, como hablar, escribir...

Reitero la expresión de don Simón para abrir la reflexión a la principal tecnología de un comunicador y de un educador: el lenguaje, condición de posibilidades de apropiación de todas y cada una de las otras.

Vengo insistiendo en ello desde la década del 60 y pienso continuar en mi empeñamiento hasta el año 2050. Si alguien elige de por vida la comunicación, necesita apropiarse del lenguaje como instrumento, en todas sus posibilidades.

Retomo palabras dichas en mayo a estudiantes de comunicación social reunidos en Santa Cruz de la Sierra, Bolivia:

En ninguna actividad se es alguien sin pasión. Cuando se enfrenta uno con un discurso desapasionado, carente de entusiasmo y de vida, no puede esperar mucho de su autor en el terreno de la comunicación social.

Y menos aún cuando se trata de un discurso pobre de vocabulario y en combinaciones, cuando el autor anda chocándose contra el lenguaje y lo siente como algo pesado, como un escollo para su expresión.

Un discurso que no discurre constituye un terrible contrasentido. Amamos los ríos torrentosos y los ríos mansos, siempre que corran sus aguas cauce abajo. No nos atraen los ríos indecisos, enlaguecidos acá, encajonados allá, con vueltas y contravueltas que a nada conducen.

Si el lenguaje es también tecnología, necesitamos descubrir todos sus secretos, adaptarlo a nuestro temperamento, probarlo en sus más sutiles variaciones, volverlo transparente, volvernos uno con él. Estamos sin duda ante la más maravillosa extensión del hombre, como solía decir papá MacLuhan.

Es por el lado del lenguaje que la comunicación va mucho más allá de la ciencia para acercarse al arte, a los espacios milenarios en que el hombre moldeó a la medida de sus sentimientos y de sus expresiones ese precioso instrumento. Nuestras escuelas y facultades debieran llamarse **De ciencias y artes de la comunicación**. Un título así les quitaría algunas pretensiones y las acercaría más a la comunicación humana.

¿Recuerdan a Neruda?

Todo está en la palabra... Una idea entera se cambia porque una palabra se trasladó de sitio, o porque otra se sentó como una reinita adentro de una frase que no la esperaba y que le obedeció... Tienen sombra, transparencia, pero, plumas, pelos, tienen de todo lo que se les fue agregando de tanto rodar por el río, de tanto transmigrar de patria, de tanto ser raíces...

No puedo volcarme a los otros si no soy dueño de mis recursos expresivos, no puedo acompañarlos sin una relación amorosa con el lenguaje. Decía don Simón Rodríguez, que algo sabía de los alcances del discurso:

La juventud americana necesita abrir los ojos sobre su situación política y los niños tienen que aprender a leer: los jóvenes que han de reemplazar a los padres de hoy, deben pensar y escribir mejor que sus abuelos, si quieren que en América haya patria y lengua.

Nos ha tocado cruzarnos con más de un experto en informática incapaz de expresarse por escrito e incluso de manera oral. No generalizo, pero en esos casos el comercio con la máquina y con la programación no aseguraron de manera mecánica la apropiación de la capacidad discursiva.

A nadie le regalan la capacidad discursiva. Apropiársela, hacerla una con uno mismo, lleva años, desde las primeras letras hasta la posibilidad de moverse con las alas desplegadas hacia todos los vientos de la palabra.

Las nuevas tecnologías de la comunicación son un hecho de lenguaje. Cuando las incorporamos a espacios pobres de comunicación, se corre el riesgo de una continuidad de esa pobreza. Conozco en mi país dos situaciones educativas. En una el aula constituye un precioso espacio de encuentro, con toda la alegría del aprendizaje y del interaprendizaje. En la otra todo ha sido definido como teatro de guerra, con un sargento al frente y alumnos-soldados sometidos a bombardeos verbales. A ambas llegó de manera simultánea la computadora. Cuando visité la primera, me encontré con todo el salón en torno a la máquina, con un niño al comando del *mause* y del teclado. El maestro estaba sentado en medio del grupo y pegaba gritos de alegría cuando se abría alguna ventana o se escuchaba un sonido. Visité luego la segunda. La situación era así: el maestro de espaldas a los niños, al comando del *mause*, del teclado y... de la palabra, a través de la cual daba largas explicaciones de lo evidente a gritos en la pantalla.

Nadie discute, sería absurdo, las posibilidades de las nuevas tecnologías para la comunicación y la educación. Lo discutible es la apropiación de ellas en las situaciones educativas dominantes. Si las tecnologías de la comunicación abren alternativas a la creatividad y a la construcción del conocimiento, nada asegura la orientación hacia ellas por el mero hecho de sumar máquinas a los artefactos del aula. Porque la creatividad y la construcción de conocimientos han sido siempre posibles, aún sin tecnologías.

El valor de una tecnología estriba en la riqueza de sus recursos, pero la exploración y uso de los mismos dependen de manera inexorable del contexto de sentido en que se insertan. Y como la escuela aplaude, en general, a quien mejor la repite, no escapa del horizonte la colonización de las tecnologías por tantas décadas y décadas de discursos repetitivos y de maistrocentrismo.

Antes de incorporar una nueva tecnología, nos corresponde preguntar qué hicimos en el terreno de la educación con las anteriores, qué hicimos con el libro, con el pizarrón, con el retroproyector, con los circuitos cerrados de televisión.

Es falso que el libro sea en sí una tecnología que no permite un aprendizaje como lo hace hoy un computador. Desde lo pedagógico, hay buenos y malos libros, y la escuela ha estado plagada de los malos libros.

### **Hacia la apropiación**

Sí, pero en nuestro caso desde la comunicación y desde la educación. Retomo las líneas de un texto escrito para el ICFES y la Universidad Javeriana:

1. El valor de una tecnología en apoyo al aprendizaje, pasa por la apropiación de sus recursos de comunicación.
2. El valor de una tecnología en apoyo al aprendizaje pasa, por lo mismo, por su capacidad de interlocución con sus destinatarios.
3. El valor de una tecnología en apoyo al aprendizaje pasa por la posibilidad de utilizarla y de crearla y recrearla.
4. No se trata sólo de consumir tecnologías, sino de apropiarse de ellas para hacerlas parte de los recursos de expresión individuales y grupales.
5. El concepto de información no es suficiente para comprender lo que sucede con las tecnologías. Además de la transmisión de contenidos, entran en escena lo estético y el juego.
6. Por lo tanto, en el campo de la educación, mediar pedagógicamente las tecnologías es abrir espacios para la búsqueda, el procesamiento y la aplicación de información, a la vez que para el encuentro con otros seres y la apropiación de las posibilidades estéticas y lúdicas que van ligadas a cualquier creación.

Una tecnología adquiere valor pedagógico en primer lugar cuando se la utiliza como la base del aprovechamiento de sus recursos de comunicación, para lograr precisamente la comunicación entre seres humanos.

### Ideas, antes que letras

¿Qué leerá el que no tiene ideas? Excepto unos pocos Romances, que tratan de amores, cavernas y espantos, no hay lectura que se comprenda sin idea de la materia.

Simón Rodríguez

¿Qué aprovechará de las tecnologías quien no tiene idea de cómo utilizarlas en favor de la comunicación y del interaprendizaje?

La mejor manera de sortear esto, es tomando como punto de partida un **proyecto pedagógico** en el cual vienen a insertarse las tecnologías, proyecto que, según nuestra perspectiva, no puede sino privilegiar la comunicación y las interacciones.

No se trata del empleo esporádico de un audiovisual o de las iniciativas tomadas por docentes de manera individual para acceder a algún tiempo de computación. Se trata de discutir, entre todo el establecimiento educativo, el valor pedagógico de las tecnologías, su oportunidad de uso y de acompañamiento del aprendizaje.

No es la primera vez que las tecnologías llaman a nuestras puertas. Recordemos lo sucedido en la década del 60, con tanta compra de equipos audiovisuales, que terminaron en depósito y que nunca fueron utilizados, al menos de manera generalizada, como un recurso pedagógico.

Repetir historias y errores cuesta cada vez más. La discusión sobre las tecnologías a escala de toda una institución educativa, es un paso imprescindible.

### De historias y presentes

A comienzos de los 80, éramos varios los que alertábamos sobre el futuro, en relación con la aplicación de las tecnologías al campo de la producción. Se podía prever con claridad el desplazamiento de mano de obra y el ensanchamiento del abismo entre los países dueños de la iniciativa, sobre todo en el terreno de los recursos electrónicos.

Como el futuro es ya hoy, lo anunciado se viene cumpliendo de manera

las máquinas y la producción de mercancías gozan de buena salud. El poco trabajo que hay exige a menudo manejo de equipos de computación y de algunos programas, como los del entorno *Windows*. Las universidades apenas si comienzan a desperezarse de tantos años de atraso en la incorporación de tecnologías y el camino a recorrer por parte de las otras instancias del sistema educativo aparece como largo en exceso.

Por todas partes se habla de productividad, pero las vías para capacitarse en función de ella, no aparecen como muy sencillas. La fantástica contradicción tiene tres términos: si usted no es eficaz, no trabaja; la educación no ofrece muchas alternativas para formarse de manera eficaz, y... no hay trabajo.

Se hacen esfuerzos, por supuesto. La Ley Federal de Educación prevé cambios profundos en contenidos y formas de enseñanza y aprendizaje. Pero estamos todavía en los comienzos y las condiciones sociales aprietan cada vez más.

¿Qué sentido tiene la incorporación de tecnologías a los establecimientos educativos en un contexto semejante? El de siempre: el de ofrecer recursos para promover y acompañar el aprendizaje, para fortalecer las relaciones de comunicación, para tender a entreayudarnos, al interaprendizaje. Todo lo demás (el logro de mayor eficacia, la orientación hacia la producción, la modernización) es un plus que nadie rechaza, pero sobre la base de lo anterior.

### Mi historia

Comencé a enseñar en 1962, como maestro de escuela rural, en la zona de Lavalle, en Mendoza, cuando estaba por cumplir los 20 años. Nuestras tecnologías eran el libro, el pizarrón, la tiza y alguna que otra lámina. Con ellas nos comunicábamos, y muchas veces sin ellas. Nos encantaba hablar, reírnos, narrar historias creíbles e increíbles, recorrer esos campos en busca de plantas y de huellas de animalitos. Y así íbamos aprendiendo, porque aprendíamos, y mucho.

Comencé a enseñar en la universidad en 1968. Era una escuela de periodismo de la cual ya he hablado en otras oportunidades. Estaba por cumplir los 26 años y no terminaba de despegarme, al menos en los primeros meses, de las viejas clases expositivas. Digo **primeros meses**,

En 1994 me hice cargo de la cátedra de Pedagogía en la Escuela Superior de Formación Docente, en la Universidad Nacional de Cuyo. Era un primer año con alrededor de 400 jóvenes. Cuando comencé había cumplido los 52 años. Nos encantaba hablar, reírnos, narrar historias creíbles e increíbles, traer experiencias al aula, buscarlas fuera de sus muros. Nuestras tecnologías son hoy el libro, la fotocopia, el pizarrón y la tiza. Con ellas nos comunicábamos y muchas veces sin ellas.

¿En qué ha cambiado la educación en estos 34 años, con respecto al uso de las tecnologías? En casi nada, para la inmensa mayoría de los establecimientos educativos. Y su incorporación, por masiva que sea, no agregará ni quitará nada a la relación pedagógica que ya se trae desde antes. No hará hablar, reír, narrar historias creíbles e increíbles, traer experiencias al aula o buscarlas fuera de sus muros, si no se venía viviendo todo esto desde antes.

Los educadores y los comunicadores somos seres de comunicación. Si ello no lo traemos en el corazón y en el alma, si no lo vivimos como una pasión imposible de apagar, ninguna tecnología puede venir a llenar tanto vacío.

Por eso comencé esta conferencia hablando de mis seres queridos: don Simón Rodríguez y Gabriel Jaramillo. Porque los movió a ambos la pasión por comunicar y promover el aprendizaje, porque eran seres hechos de comunicación.

No me empuja ningún interés por descalificar las tecnologías. Las posibilidades abiertas por la máquina, los sistemas interactivos, los recursos para avanzar al propio ritmo y en un proceso de aprendizaje, son indiscutibles en nuestro tiempo.

¿Cómo no vamos a celebrar el acceso de redes, las navegaciones por los variados océanos de la información, las invitaciones a explorar hasta el vértigo más allá de los espacios de nuestra existencia, la relación de fascinación de la máquina, cuando sientes que tu ser se expande en ella y te responde como tu mano y tus pupilas?

Sólo le pregunto a nuestras instituciones, y a nuestros educadores, y a nuestros comunicadores, si es posible salvar con la tecnología el aislamiento y la carencia de impulsos a la comunicación.

Sólo les pregunto si ese maravilloso instrumento no requiere, como condición de posibilidad pedagógica, un entorno humano amoroso, en el precioso sentido del encuentro entre seres lanzados al vértigo del aprendizaje.

# LA FORMACION DE COMUNICADORES SOCIALES

DANIEL PRIETO CASTILLO\*

## Construir la identidad profesional

**C**omencemos por las cosas que son primeras. ¿Nos preocupa sólo la enseñanza de la comunicación? “Sistema y método de dar instrucción. Ejemplo o suceso que nos sirve de experiencia o de escarmiento”, dice el diccionario. Y sobre el verbo del cual viene la palabra: “Instruir. Dar advertencia, ejemplo o escarmiento. Indicar, dar señas de una cosa. Mostrar o exponer una cosa para que sea vista o apreciada. Dejar ver una cosa involuntariamente...”

¿Nos preocupa, entonces, cómo instruir, dar advertencia, ejemplo o escarmiento; cómo indicar, dar señas, mostrar o exponer cosas de comunicación? Los diccionarios suelen ir dos o tres décadas a la saga de cualquier presente, es sabido. Pero no pocas instituciones se comportan según sus propuestas. Si la enseñanza de la comunicación se agota en estas últimas no queda nada por discutir. Pero sucede que el modelo del diccionario campea en muchas de nuestras escuelas y facultades. Y corremos el riesgo de darle la razón desde las inocentes palabras utilizadas. El problema no es el de la enseñanza de la comunicación sino el del aprendizaje.

Dicho de otra manera: nuestro problema es la enseñanza de la comunicación...

quiere el diccionario y no en lo que consiste un proceso educativo: el aprendizaje.

Un ejemplo cotidiano: el docente da su clase, los estudiantes toman nota; la acción se repite una y otra vez. Por fin viene un examen y los jóvenes ofrecen prueba de haber aprendido. Entre las clases y la prueba ha sucedido algo, pero eso no es problema ni del profesor ni de la universidad. Ha sucedido el aprendizaje. A nadie le interesa si el alumno memorizó, investigó, copió... Nuestras escuelas se desentienden del sentido de la educación: el proceso de aprendizaje.

No vale la pena insistir en algo por demás denunciado: las clases expositivas, el método bancario. La comprobación es sencilla: en las aulas los estudiantes no aprenden casi nada. Y desconocemos cómo aprenden fuera de ellas.

Vieja obsesión, al menos mía: ¿cómo convertir el aula en un espacio de aprendizaje, cómo convertir la educación toda en un proceso de aprendizaje?

Me inicié en la docencia, allá por los 60, como maestro de escuela rural. Nunca disimulo mi orgullo de haber comenzado precisamente por ahí, por las cosas que son primeras. Me formaron en una escuela del magisterio (¡bonita palabra para nombrar a un maestro!) como quien forma a un actor: debes pararte de esta manera, debes gesticular de esta otra, debes mantener la atención centrada en tí. Leí años más tarde un folleto dedicado al uso del pizarrón: en la última página aparece el profesor al frente y los jóvenes lo miran víctimas de un encantamiento; alguien dice a su vecino "sus clases son un espectáculo". Para eso me formaron, para el espectáculo. Y tuve algo de suerte, porque hay quienes ni tal instrucción reciben. Y terminan, como dice por ahí la gente, por dar un pobre espectáculo. Buena parte de nuestra enseñanza se basa en el espectáculo, pero buena parte de éste no va más allá de un pobre espectáculo.

No es sencillo pasar de la enseñanza-espectáculo al aprendizaje o, al menos, a la enseñanza-aprendizaje. Renunciar al privilegio de ser el centro del proceso, renunciar a las ínfimas cuotas de poder que tal situación depara, es algo así como cambiar de piel. Ni siquiera eso, necesitamos una imagen más precisa: como cambiar de corazón, de alma. Conozco situaciones en las que la resistencia al más mínimo intento de

guas amistades, luchas internas, despidos, por mencionar solo lo más suave. De ínfimas (a veces miserables) cuotas de poder se trata y no es fácil renunciar a ellas.

Pero tampoco hay otro camino si sueña uno con vientos nuevos en esta tarea de acompañar a los jóvenes en su aprendizaje. En todo caso no se trata de qué enseño sino de qué aprendemos todos.

Sobre tres puntos fundamentales reflexionaremos en estas páginas:

- ¿Qué aprenden nuestros jóvenes, qué aprendemos todos?
- ¿Cómo aprenden, cómo aprendemos?
- ¿Cómo expresan lo aprendido, cómo lo expresamos?

### **Lo comunicacional**

Todavía en muchos de nuestros establecimientos estamos pidiendo permiso para existir. Todo el mundo identifica a un médico, a un abogado, a un arquitecto. Los comunicadores nos vemos obligados a explicar a cada rato quiénes somos y qué hacemos. Más difícil se vuelve esto cuando de comunicólogos se trata. Para ganar tiempo uno suele decir: soy periodista. O si no lo dice son los otros quienes dan con esa palabra.

Tenemos, y tendremos por largos años, problemas de identidad, simplemente porque estamos en medio de un riquísimo proceso de construcción de nuestro espacio profesional. Si ha habido un ámbito apasionante en los últimos treinta en el quehacer universitario y en la sociedad toda (por su movilidad, por las búsquedas teóricas y metodológicas, por avances y retrocesos, por intentos de acercarse a una cambiante realidad) ése es precisamente el nuestro.

Pero no sólo la juventud explica nuestros problemas de identidad. Esta se construye día a día en una relación constante con aquello que has elegido de por vida como tu campo de trabajo, como buena parte de tu ser. Si quieres aprender comunicación se hace necesaria una relación continua, intensa, con lo comunicacional.

Palabra difícil esa última. Pide una definición y verás en el lío en que te

¿qué aprenden nuestros jóvenes?

Sin duda mucho más que en la década del 60, los años de la dulce ingenuidad. En esos tiempos nació una práctica muy presente todavía: la de enseñar sin las mediaciones hacia lo comunicacional. Al principio no había otro remedio, nadie sabía muy bien el alcance de los estudios y era fácil apelar a otros campos para llenar el nuestro. Por otra parte ¿a quién se le ocurre rechazar los aportes de otras especialidades? No a mí, juro. Pero hay una línea desde la que uno puede rodar hacia un espacio infinito, una línea a veces tenue.

Si, por ejemplo, incluimos en el plan de estudios una materia como filosofía es posible contar de antemano con todas las bendiciones. ¿Cómo los jóvenes no van a saber algo de las marchas y contramarchas del pensamiento en estos veinte y tantos siglos desde que Heráclito descubrió la fugacidad del tiempo y de los ríos? Bienvenida pues, la filosofía. ¿Y sociología, no deberán saber mucho de ella? ¿Y psicología? ¿E historia?

Hace poco se abrió una carrera de comunicación. Para ahorrar recursos (es decir, para quitárselos a la formación de los jóvenes) se buscó una solución muy simple: filosofía será cursada en la carrera correspondiente, sociología lo mismo, psicología idem, historia otro tanto. En la escuela quedaron las prácticas profesionales y algo de semiótica, porque no hubo de dónde tomarla. En muchos otros casos no hace falta corretear por toda la universidad, los profesores vienen y dictan (¡vaya término!) exactamente lo mismo que en todas partes.

Imposible aportar por ese camino a la construcción de la identidad. El aprendizaje se dispersa en mil pinceladas y lo comunicacional queda reducido a un treinta o cuarenta por ciento de la formación.

Entonces, ¿no más filosofía, sociología, psicología...? Reitero mi anterior juramento, nadie discute el valor de esas especialidades. Pero la tarea es trabajarlas desde el punto de vista comunicacional. Y no hablo por noticias, como solía decir don Simón Rodríguez. Es posible armar un curso completo de filosofía de la comunicación sin apartarse para nada de los héroes de la filosofía, es posible leer a los griegos, a Hegel, desde nuestra especialidad, así como los arquitectos leen el Renacimiento desde la arquitectura.

- Primera recomendación:

Evitar por todos los medios la desprofesionalización.

Un camino hacia ella pasa por la falta de mediaciones comunicacionales. O mejor, por una nula o pobre apropiación del aporte de otras especialidades desde la nuestra. Un diagnóstico puede echar luz en ese sentido. Si revisamos los programas de cursos y encontramos un alto porcentaje de temas trabajados sólo desde el campo específico que los origina, estamos en brazos de la desprofesionalización.

- Segunda recomendación:

Revisar cuidadosamente los planes y programas de estudios a fin de evaluar la presencia de lo comunicacional en los mismos.

Tarea nada difícil. Lo complicado es intentar la profesionalización de nuestras carreras. Sin duda ya hemos caminado mucho en esa dirección. Pienso en experiencias y en materiales surgidos durante estas tres décadas, pienso en el aporte de los países latinoamericanos a la teoría y la práctica de la comunicación. Pero eso no agota de ninguna manera el esfuerzo. Además, son muchas las escuelas que continúan su trabajo como si ese aporte no existiera.

La construcción de la identidad comienza por los profesores. También en esto hemos avanzado mucho. Las escuelas se han alimentado de sus hijos y esa feliz relación incestuosa ha permitido contar con nuestros egresados al frente de numerosas asignaturas. Pero esto no ha garantizado automáticamente la construcción. Porque muchos profesores, formados en una identidad titubeante, no tienen por qué no comunicarla de la misma manera a sus alumnos. Algunos, a pesar de su título, juegan a sociólogos, psicólogos, semiólogos, filósofos. Y está bien, nadie prohíbe tales juegos, pero la tendencia a la desprofesionalización no desaparece.

Seamos realistas: no desaparecerá fácilmente. La construcción de la identidad profesional es tarea de todos. Cuando la formación es percibida sólo desde la óptica de la enseñanza la identidad no es problema para nadie.

Pero en la práctica es un problema muy presente. Cuando no tienes

autorreconocimiento. Juego interminable éste: nadie te reconoce como profesional porque tú no te reconoces, porque no eres dueño de las herramientas, los conceptos y las prácticas que te permitan ser, que te dejen avanzar en esa identidad.

Gloria Cuenca participó en un grupo de investigadores que en Venezuela preguntó por las carreras de mayor prestigio en la Universidad Central. En último lugar apareció educación, en penúltimo comunicación. Y todo esto con las opiniones de nuestros propios estudiantes y profesores. ¿Cómo construir algo hermoso sobre la base de una descalificación, de una suerte de sentimiento de inferioridad?

Por la construcción de la identidad profesional pasa el camino hacia la ruptura de la percepción de nuestro espacio de trabajo como algo menor, como una carrera de segunda categoría ante las “serias” y las que “tienen futuro”.

Si mantenemos la pregunta:

¿qué aprenden nuestros jóvenes?

No queda otro camino que detenernos en el tema de la identidad profesional, que reconocerle su valor, su sentido. Es, en realidad, el único sentido de nuestra educación.

- Tercera recomendación:

Jugar todos los juegos desde la comunicación, preguntar a las otras ciencias desde nuestro espacio.

### **El juego pedagógico**

¿Cómo aprenden nuestros jóvenes, cómo aprendemos todos? Reitero: no es necesario insistir en la denuncia del sistema basado en la clase expositiva. Pero vale la pena recordar que, a pesar de décadas de denuncias, el mismo goza de excelente salud y al parecer no tiene ninguna prisa por salir de escena. Expuesto a una palabra en boca de un solo ser (palabra más o menos espectacular o más o menos tediosa) ningún mortal aprende gran cosa.

En 1982 hicimos en México una prospectiva del país al año 2000. Como es imposible un pronóstico sin diagnóstico revisamos los últimos 20 años de la educación, desde la primaria hasta la universidad. Pudimos comprobar que por México pasaron prácticamente todas las innovaciones educativas de este siglo, pero las mismas no alcanzaron ni al 10 por ciento de la población. El diagnóstico mostró con claridad un sistema anclado en la clase expositiva.

Y algunos intentos de cambio no siempre son muy profundos. "Muchos profesores, me escribe Hebe Roig desde Buenos Aires, creen establecer un método participativo dando bibliografía a los alumnos y esperando que en la clase surjan espontáneamente dudas y preguntas para establecer un debate 'democrático'".

Es decir, un sistema tradicional disfrazado de participación, porque de ninguna manera se sale del espacio de las clases o de los textos nimbados de prestigio.

En la práctica pedagógica la teoría es el método. Cuando éste falla, falla el proceso educativo. En el caso particular de nuestra especialidad el método tradicional, enemigo abierto de la comunicación, es un liso y llano contrasentido. ¿Cómo contribuir a la identidad profesional a través de una práctica opuesta a toda relación, a todo intercambio de experiencias, a toda expresión?

Agrego a este trabajo un documento, "El juego pedagógico", donde aparecen algunas alternativas para romper con la maldición del sistema tradicional. Retomo aquí unas pocas, a modo de ejemplo:

- Mínimas sesiones expositivas.

El trabajo pedagógico basado sólo en la exposición del docente produce de antemano una división entre el que sabe y el que no sabe. Alguien tiene un mensaje importante y otros quedan en la situación de escuchar. No negamos la posibilidad de alguna sesión de ese tipo. Pero cuando uno habla para 20 se desaprovecha la experiencia y la expresión de todos. De 21 seres sólo uno es activo. El concepto básico es aquí el de la construcción de conocimientos, y ello lleva al intercambio de experiencias y de conocimientos.

- La puesta en experiencia

Un trabajo pedagógico centrado en la experiencia de los participantes resulta mucho más rico que otro centrado sólo en conceptos. El método consiste en ir de las experiencias a los conceptos y de éstos a la experiencia para apoyarla. Además, la experiencia da lugar a nuevos conceptos.

- Construir el texto

Los textos son apoyos para el trabajo, no hacen por sí solos el acto pedagógico. Los textos son iluminados desde la experiencia de la gente y, en este sentido, todo proceso es de construcción del texto y no de simple aceptación.

- Lo lúdico, la alegría de construir

En tanto momento de encuentro, de trabajo en común, un proceso pedagógico da lugar a lo lúdico, a la alegría de construir experiencias y conceptos. No creemos en la pretendida seriedad de la educación, cuando se la confunde con una rígida presentación de teorías ya armadas, como un conjunto de datos por transmitir.

- Partir siempre del otro

Partir siempre de las experiencias, expectativas, creencias, rutinas, sueños de los demás. Es ese el punto de inicio de todo proceso pedagógico, y no una propuesta que vendría a iluminar la práctica.

- Todo aprendizaje es un interaprendizaje

La frase fue acuñada por don Simón Rodríguez. La clave pasa por lo compartido, por lo que puede ser aprendido de los demás. Resulta imposible el interaprendizaje si se parte de una descalificación de los otros. Es imposible aprender de alguien en quien no se cree.

- No hay prisa

Reconocemos en muchas experiencias educativas la neurosis del corto plazo; todo está planificado para acumular datos a marchas forzadas. Un sistema semejante busca productos y no procesos, cierra los caminos a la reflexión y al compartir.

Esos puntos y otros incluidos en el documento anexo, ofrecen alternativas preciosas para construir la identidad profesional. Todo gira en torno del ambiente educativo. Este no existe cuando el proceso se centra en un emisor privilegiado, o en todo caso se convierte en una suerte de prisión

negarse a uno mismo la posibilidad de moverse, de analizar, de pensar, de dialogar.

Y no se nos traiga aquí el viejo argumento de la falta de recursos, de la cantidad de estudiantes por salón. Un ambiente educativo se construye debajo de un árbol o en medio de un desierto. Ninguna exageración, el ambiente depende de los seres y no de los recursos. O, en última instancia, los seres dan sentido a los recursos.

El método tradicional está enfermo de contenidos. "Basta con una gran verdad para llegar a la gente, no importa cómo la digas", decía un amigo en la década del 70. Puede ser, cuando se trata de un panfleto o de una pintada. Pero en nuestro espacio del aprendizaje la forma también educa. La forma del discurso, la forma de relacionarnos, la forma de rescatar la propia vida, la forma de expresarnos.

Dentro de un ámbito universitario que busca alternativas sociales, decíamos con Ana del Carmen Alvarez y Daniel Rivas en el documento de creación de la carrera de comunicación de la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas de El Salvador, que es preciso poner en juego alternativas pedagógicas. Ellas tienen que ver con los procesos de aprendizaje, centrados en una práctica permanente, en una expresión a través de distintos discursos y medios, en una salida a la realidad misma, a la calle, a fin de tomar contacto con diferentes procesos y situaciones comunicacionales.

No se puede formar a alguien con alguna capacidad discursiva si se lo somete durante cinco años a clases magistrales. Lo mismo vale para la capacidad de investigar, de manejar medios, de moverse con soltura en nuestro campo.

Las carreras de comunicación suelen aparecer en algunas universidades como un mundo extraño si se las compara con el resto de las salidas profesionales. Es gente que se la pasa escribiendo, que anda preguntando cosas, que se va a hacer su práctica a alguna institución y por meses no aparece por la universidad. Es ese mundo el que interesa destacar aquí: la práctica discursiva constituye una riquísima práctica social y para lograrla hay que innovar los métodos pedagógicos.

En Centroamérica hay una gran avidez por recursos pedagógicos, como

siempre esa búsqueda de alternativas es compartida por todos los docentes. La consolidación de un cuerpo docente preocupado por aportar a la construcción de la identidad profesional parece ser una de las necesidades más claras de las escuelas de la región.

- Cuarta recomendación:

Jugar hasta sus últimas consecuencias el juego pedagógico porque en él se juega el aprendizaje.

- Quinta recomendación:

Construir en primer lugar el ambiente pedagógico, el espacio de encuentro sobre el cual será edificado el proceso.

### La pasión por el discurso

Es ése el título de un artículo publicado en **Signo y Pensamiento** e incluido como anexo en mi libro *Diseño curricular para escuelas de comunicación*. Retomo un párrafo:

Llamo pasión por el discurso a la capacidad de emocionarse ante sus formas, de sentir la fuerza del lenguaje, de crear y recrear imágenes, de reír con las palabras, de proyectar universos posibles e imposibles, de estallar en una metáfora imprevista, de encontrarse, de reconocerse en una expresión.

En términos nada sutiles acuso en esas páginas a los docentes de no apasionarse por el discurso y, por lo tanto, de no apasionar por él a los jóvenes. Corroboramos esto en el taller para profesores de Guatemala, El Salvador y Costa Rica. Cito algunos pasajes de la correspondiente memoria.

La pregunta central fue:

¿cómo recuperar, generar, sostener esa pasión?

En esto tienen un papel clave el docente, la escuela y el sistema pedagógico en general. En efecto, si la creatividad se muere en el propio

profesor es muy probable que los alumnos sigan el mismo camino. Por ejemplo, a menudo se asiste a la queja de que los periodistas se expresan mal, pero muchos de ellos han salido de nuestros establecimientos.

Se indicó el caso de la expectativa de muchos estudiantes en el sentido de que van a comunicarse mejor, pero esto con los años no se logra e incluso se adormece esa vocación. 'Luego nos quejamos de que la gente no tiene vocación por el discurso'.

Uno de los recursos básicos para llegar a nuestros pueblos es el del discurso, incluso cuando se trabaja por fuera de los medios en las relaciones comunitarias e interpersonales.

Se destacó que el discurso es la expresión misma de la persona, y no es solo un recurso. Fue dado el ejemplo de la manera en que se expresaban hace años los campesinos salvadoreños, cuando hoy lo hacen de forma más fluida y libre. El discurso tiene que ver con el grado de alienación en que está la persona.

El argumento es muy sencillo: si alguien elige de por vida trabajar con el discurso y no tiene capacidad de expresarse con belleza y fluidez, se ha (o lo han) equivocado de espacio profesional. Algo así como pretenderse pianista luego de haber pasado cinco años frente al instrumento con las manos atadas.

La expresión, entonces, como un todo: la del docente y la de los estudiantes. Pero no el palabrerío vacío, sino la expresión cargada de belleza y de sentido.

- Sexta recomendación:

Para la expresión cargada de belleza la práctica constante, la relación con nuestros autores más queridos, con la buena prensa, que la hay en nuestros países.

- Séptima recomendación:

Para la expresión cargada de sentido el aprendizaje de la propia situación, el intercambio de experiencias, el descubrimiento de los otros, de la cultura, del futuro.

## **Investigar y construir conocimientos**

No hablo de la investigación como suele ser planteada en algunos círculos: todo el rigor científico, todos los especialistas, todos los recursos, todo el tiempo del mundo. Tampoco descalifico esta línea de trabajo, pero cuando de aprendizaje se trata el concepto debe ser sometido a una revisión. No planteamos, para la formación de nuestros jóvenes, la gran investigación, sino una práctica cotidiana, una actitud que habrá de acompañarlos toda la vida.

Un ejemplo:

En una universidad un grupo de estudiantes de las carreras de arquitectura y de comunicación hizo, por iniciativa propia, una pequeña investigación en una villa miseria situada en la ladera de un cerro. Se trataba de analizar el sistema de construcción y las relaciones entre los vecinos a fin de apoyar formas de autogestión. Los jóvenes sacaron algunas conclusiones, por demás valiosas, y se fueron a la universidad a pedir ayuda. El entusiasmo de los profesores fue desbordante y de inmediato se puso en marcha un proyecto gigantesco de investigación, tan gigantesco que pasaron dos años en discusiones para llegar exactamente a nada.

La práctica cotidiana de investigación está directamente relacionada con la manera en que son planificados los sistemas de enseñanza aprendizaje y, por lo tanto, con la filosofía de una carrera, el perfil profesional y el diseño curricular. Hay establecimientos en los que la investigación como forma de aprendizaje está desterrada desde el comienzo. El sistema tradicional de educación la separa de manera tajante del aprendizaje, y en todo caso la relega a un par de materias (Métodos de investigación I y II, o algo así), cuando es un elemento que atraviesa, o debiera atravesar, todo el proceso.

La versión de la "gran investigación" sigue siendo dominante en nuestras escuelas. Todo lo que no se acerca a ella es percibido como falta de rigor y además flota siempre en el ambiente el argumento de que los jóvenes no están preparados. Los resultados están a la vista: a la hora de elaborar la tesis, muy pocos pueden resolver una tarea semejante, con lo que tenemos un enorme porcentaje de egresados no graduados en nuestros países.

Planificar pequeños eventos de investigación es una tarea sencilla, siempre y cuando se parta de una filosofía distinta de la que sostiene la clase

exceso. La realidad, como dice Juan Díaz Bordenave, puede ser una comunidad, un medio, un corpus de mensajes, una institución, un grupo... Sin esta precisión dejamos todo en el resbaladizo terreno de las vaguedades.

Me parece escuchar viejas objeciones: ¿qué pueden construir alumnos sin experiencia?, ¿qué pueden agregar a la ciencia? La medida "científica" suele hacer mucho daño cuando se la aplica para inhibir la creatividad, para crear fronteras inaccesibles, para mostrar un universo al que pueden acceder sólo unos pocos genios. Por lo demás, algún día tendremos que dar la discusión sobre el carácter puramente científico de la comunicación. Nuestra especialidad es teórico práctica y tiene tanto de ciencia como de arte. Pero dejemos ese tema para algún día.

Investigar no es sólo hacer ciencia, es aprender a preguntar a la realidad (y la práctica de la pregunta no es tan sencilla, requiere de un largo y continuo aprendizaje), es aprender a observar, a localizar, seleccionar, procesar y utilizar información, es lograr la capacidad de leer una región de la realidad desde diferentes horizontes de comprensión.

Estamos trabajando en esta última línea con Francisco Gutiérrez y Luis Tejada en un proyecto de reforzamiento académico en la Universidad Landívar de Guatemala. Dado un tema, cómo lograr una comprensión del mismo desde la cultura, la economía, el arte, la religión, la política, la vida cotidiana. Llamamos a esa práctica de diferentes perspectivas o ángulos de mira. No es sencilla. En nuestro campo o estamos enfermos de una percepción rígida, desde un solo lado, o bien creemos con toda la ingenuidad del mundo que una lectura económico-política agota una región de la realidad.

El ángulo de mira privilegiado de nuestra carrera es el de la comunicación.

- Octava recomendación:

Aprender a investigar comunicación, y aprender precisamente como práctica cotidiana del proceso de aprendizaje.

Vayamos de menor a mayor: una asignatura puede ser planificada sobre la base de la investigación. Insisto: la investigación como práctica de aprendizaje. Ello lleva directamente a plantear un programa abierto, sin infor-

Cuando el aprendizaje se centra en la investigación el proceso se desplaza desde la recepción a la construcción de conocimientos.

En cualquiera (y en toda) asignatura de nuestras escuelas puede ser planificada la investigación de la comunicación. Se puede hacer esta práctica en historia, en filosofía, en estadística, en psicología, en estilística, en semiótica, en literatura, en fotografía, en redacción periodística I, II, III y todas las demás...

Pasemos, entonces, a una escala mayor: un plan de estudios completo puede ser planificado sobre la base de la investigación. Tercera insistencia: investigación como práctica pedagógica. Empresa tampoco difícil, no es complicado coordinar esfuerzos de investigación entre asignaturas, núcleos en torno de los cuales gire el proceso. Pero la clave de un esfuerzo semejante pasa por una filosofía básica, por acuerdos mínimos entre los docentes, por una percepción del aprendizaje que supere los muros del sistema tradicional.

Buena parte de los problemas que nos ocupan derivan directamente de la falta de comunicación entre los docentes. Llevo más de 20 años en este espacio y conozco muy pocas experiencias de seminarios destinados a discutir una conceptualización mínima de comunicación, a llegar a acuerdos básicos sobre la concepción del aprendizaje, a coordinar esfuerzos entre las asignaturas o áreas de estudios. Y entonces los planes son vividos por los jóvenes en una suerte de experiencia esquizoide consistente en pasar de asignaturas comprometidas con alguna modalidad alternativa de aprendizaje a otras colmadas del más atroz autoritarismo; de vivencias riquísimas ligadas a la alegría de descubrir y de construir conocimientos, a otras donde un discurso tedioso es amo y señor.

Nuestros "cuerpos docentes" no suelen ser precisamente un cuerpo, sino una suma caótica de partes capaz de privar de estructura y continuidad al proyecto más ambicioso.

- Novena recomendación:

Trabajar por todos los medios en la eliminación de la situación esquizoide de nuestra educación, a fin de que los jóvenes vivan en un espacio de aprendizaje coherente y creativo.

## El perfil profesional y el currículum

Escribí hace unos años, palabras más palabras menos, estas líneas:

A nadie se le ocurriría plantear un objetivo como el siguiente:

Al finalizar su carrera los estudiantes serán incapaces de expresarse correctamente y de construir un mensaje con alguna coherencia.

Ni tampoco este otro:

Al cabo de cinco años el establecimiento habrá destruido toda capacidad de trabajo, toda creatividad y entusiasmo en los estudiantes.

Y así sucesivamente.

A nadie se le ocurriría semejante atrocidad. Por eso los objetivos de carrera están llenos siempre de bellas aspiraciones, como si quedara uno capacitado para conquistar el mundo. Y tiene que ser así, sin duda.

Pero si he introducido ese tema se debe a que el problema del aprendizaje está planteado desde la formulación de la filosofía básica de una institución. Y todo el mundo sabe que la misma se concreta en el perfil profesional. Lo que no está reflejado en él no aparece en el plan de estudios ni en la formación misma.

De otra manera: la opción por el aprendizaje, por la libertad de nuestros jóvenes, por el aliento a su creatividad, es una de las primeras en todo establecimiento educativo; una de las primeras para negarla o para proponerla. Basta leer el objetivo inicial, basta asomarse a las propuestas del perfil para reconocer en un establecimiento su opción por un sistema tradicional u otro alternativo.

Muchas veces se ha confundido lo alternativo con la preferencia por determinado ámbito profesional, por la comunicación popular, por ejemplo. Pero lo alternativo en cualquier establecimiento pasa en primer lugar por el sistema de enseñanza-aprendizaje; si éste no se diferencia del tradicional será difícil soñar con un enfoque profesional distinto. "No se puede ser, dicen en México, vegetariano hacia afuera y caníbal hacia adentro". O, como en Guatemala, "candil en la calle, tinieblas en la casa".

Cualquier salida hacia alguno de los espacios profesionales llamados emergentes requiere de una transformación en la manera de hacer educa-

filosofía básica de la institución, de su percepción de la comunicación y de la sociedad.

Dicho de otra forma: no se puede aspirar a un mejoramiento de la educación si no se pone en claro la percepción de quienes conforman el cuerpo docente y la orientación básica de la escuela. Si no cambia ésta, difícilmente cambiará el proceso que nos ocupa. Podremos plantear bellas aspiraciones, pero como la base se orienta a una educación tradicional al poco tiempo volveremos a recaer en ella.

Casi siempre hemos entendido la renovación curricular como una reorientación de los contenidos de las asignaturas y del alcance de la profesión. Pero un cambio pasa necesariamente por las modalidades de enseñanza aprendizaje.

- **Décima recomendación:**

Partir de acuerdos mínimos sobre el perfil profesional y el curriculum, tomando en consideración que desde ellos se pone en juego toda la filosofía de una carrera, toda su línea ideológica.

### **Espacio profesional tradicional y espacio profesional emergente**

Recuerdo las discusiones en los años 81 en la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, en México, sobre los espacios profesionales tradicionales y emergentes. Trabajábamos con Oscar Chávarri un documento para orientar el perfil de las carreras de diseño (arquitectónico, industrial y gráfico), tomando en cuenta las alternativas profesionales que se abrían por entonces. Argumentábamos que los viejos métodos pedagógicos habían servido, mal que bien, para las antiguas salidas profesionales; pero si quieres abrirte a un espacio profesional como el de las organizaciones no gubernamentales por ejemplo, no llegarás muy lejos con estudiantes formados al monótono compás de la clase expositiva.

Cuando se está hablando de alguien capaz de acompañar procesos, de hacer diagnósticos, de leer espacios, objetos, mensajes masivos y comunitarios; cuando se piensa en verdaderos planificadores de la comunicación, no es posible confiar la formación a palabras de ida y vuelta, al registro pasivo de una información envejecida.

El reconocimiento del campo profesional emergente nos había llevado directamente a la discusión sobre los sistemas de enseñanza-aprendizaje.

A ocho años de aquella rica experiencia pienso que ningún campo profesional se merece la oferta de egresados formados en el método tradicional. Pienso que ningún campo envejece tanto como para abandonarlo, que lo comunicacional es demasiado complejo como para decir esto sirve y aquello dejó de servir. Pienso que lo emergente es en nuestra especialidad un proceso de enseñanza-aprendizaje alternativo capaz de preparar a los jóvenes para moverse con profesionalismo en los nuevos espacios de trabajo y para rejuvenecer los viejos.

¿Cómo enseñar y aprender comunicación para trabajar en un periódico? ¿Cómo enseñar y aprender comunicación para trabajar en el espacio de las organizaciones no gubernamentales? Exactamente de la misma manera: enseñar y aprender en libertad, enseñar y aprender investigando y construyendo conocimientos; enseñar y aprender abriendo caminos a la expresión; enseñar y aprender en la alegría y en la creación. Lo demás son especificaciones de contenido, énfasis en tal o cual tipo de recursos. Y, cuidado, no se tome la expresión “lo demás” en sentido despectivo. En comunicación no hay nada in-significante, pero primero las cosas que son primeras.

El último párrafo sin duda constituye una percepción extrema. No es igual formarse para trabajar en un periódico que hacerlo para desarrollar programas de comunicación institucional. Hay áreas de especificación muy claras, nadie lo discute. Pero el primer deber de un comunicador es saber comunicar, el segundo es saber leer, investigar comunicación, y el tercero es saber abordar la realidad desde su profesión. De otra manera, para decirlo desde los jóvenes, el primer derecho es a saber comunicar, el segundo a saber leer, investigar comunicación, el tercero a saber abordar la realidad desde su profesión. Y con esa base todo lo demás, todas las especificaciones hacia lo tradicional o lo emergente.

Seamos prudentes con esa última afirmación. La base es todavía más amplia. Reitero acá propuestas hechas a comienzos de los ochenta.

1. Capacidad de expresión.
2. Capacidad de análisis de mensajes.

3. Conocimiento de la situación social en que se vive.
4. Capacidad de realizar diagnósticos comunicacionales.
5. Conocimiento de la estructura y funcionamiento de los distintos medios de comunicación, con sus implicaciones económico-sociales y sus posibilidades de uso.

A diez años de esas palabras puedo reiterarlas con toda pasión. Añado las que seguían:

No es casual el hecho de que haya colocado en primer término la capacidad de expresión. Quiero proponer a ustedes la recuperación de una palabra que dejamos de lado a medida que nos fuimos alejando de la práctica. Me refiero al término oficio. Me refiero al **oficio de expresarse**, con todas las implicaciones que esto tiene en sentido tradicional. Un oficio sólo se adquiría por la práctica, por la sostenida y cotidiana práctica. En periodismo, en comunicación, la inspiración pasa pronto y la práctica queda. Y en ese campo el tiempo perdido es irrecuperable (Tomado de *Las escuelas de comunicación ante las necesidades sociales, Educación y comunicación*, CIESPAL, Quito, 1983).

Por esos caminos pasaba para nosotros lo emergente. En Centroamérica se viene avanzando en opciones alternativas, en especial en la línea de planificación de la comunicación. La Universidad de Costa Rica y la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas, de El Salvador, han abierto ese espacio de especialización a los estudiantes. En la Universidad San Carlos de Guatemala está en preparación una reforma curricular a fin de dedicar una línea de formación hacia la comunicación institucional, en especial a las organizaciones no gubernamentales. El interés por ese tipo de orientación está presente en otros establecimientos, aun cuando se requiere para avanzar un esfuerzo de diagnóstico de las necesidades comunicacionales y de las posibilidades de la institución para afrontar la nueva formación.

No es casual que en un área del continente como la Centroamericana se estén produciendo estos cambios en el currículum. La realidad llama a las puertas de los establecimientos y no es posible ignorar demasiado tiempo ese llamado. Pero lo importante es que se está trabajando sin precipitaciones. Hace unos años los cambios curriculares corrían a la velocidad de las

de especialidades en comunicación alternativa. Lo alternativo está en primer lugar en la sociedad y uno puede apoyar desde su profesión esos procesos. Pero llamarse especialista en comunicación alternativa bien puede constituir un acto de soberbia. En todo caso, no formamos comunicadores alternativos, sino a lo sumo podemos formar comunicadores de manera alternativa.

Distingamos con toda claridad entre profesiones emergentes y sistemas de educación emergentes. Cuando éstos se hacen realidad en nuestras escuelas estamos preparando a nuestros jóvenes para afrontar los desafíos de aquéllos.

- Undécima recomendación:

Forjar una práctica alternativa de la comunicación desde la alternativa pedagógica.

### La pedagogía universitaria

La práctica pedagógica constituye uno de los problemas más graves de la universidad latinoamericana y nadie tiene en la actualidad una solución a la mano. Nuestras escuelas forman parte de esa realidad: profesores a ratos, por horas, bajos sueldos, escasos recursos, aulas colmadas de estudiantes. Y, sin embargo, hay instituciones con docentes de tiempo completo, buenos sueldos, muchos recursos y grupos pequeños de estudiantes, que tampoco han podido solucionar esa práctica.

En realidad no habrá nunca una solución. La práctica pedagógica constituye un espacio de poder y éste ha sido jugado de distintas maneras a lo largo de siglos. Un acercamiento a la historia de los pedagogos nos permitiría reconocer esa lucha entre un poder casi sin límites en manos de la institución y del profesor y un intento de compartir, de abrir el proceso a la participación de los estudiantes. Pienso en aquello de *letra con sangre entra* y en el método socrático, “el arte del buen partero”. Pienso, desde nuestra América Latina, en la pedagogía de don Simón Rodríguez, en las propuestas de Paulo Freire, en experiencias con sectores indígenas, como las del Instituto Santiago, en Guatemala. Pienso en “El elogio del seminario”, de Roland Barthes.

A todos nos impactó mucho en estos días el filme *La sociedad de los poetas muertos*. Aparece en él con toda claridad esto que trato de expresar: una típica situación educativa donde la corriente pasa por los

amenazas y el método expositivo frente a una alternativa que ni la institución, ni la sociedad, pueden tolerar.

La película me impactó también mucho, pero no pude dejar de lamentar el hecho de que nos enteráramos de una pedagogía distinta a través de una obra realizada fuera de nuestros países, en los cuales las experiencias han sido y siguen siendo riquísimas. A don Simón Rodríguez casi le costó la vida su intento de transformar radicalmente la enseñanza y el aprendizaje en la Bolivia del siglo XIX.

De todas maneras, ¿por qué el personaje del filme, por qué tantos docentes eligen un camino distinto? Es mucho más cómodo, y seguro, continuar en la rutina de las palabras reiteradas ante auditorios mudos.

La dificultad que tenemos para cambiar viejos hábitos de enseñanza no se relaciona sólo con la falta de tal o cual recurso metodológico; tampoco es cuestión de consejos o de materiales oportunos. No niego, por supuesto, el valor de todo eso, pero una pedagogía alternativa constituye una opción personal ante la que poco y nada podemos hacer con denuncias o apelaciones a un deber ser ideal. Elegir el método expositivo es elegir el tedio, la ausencia de creatividad, la alegría de descubrir y comunicarse. El sistema expositivo empobrece al auditorio, es sabido, pero empobrece también al expositor. Una rutina de días, años, termina por envejecer cualquier discurso y a cualquier discursero.

No enjuicio a nadie con esas afirmaciones. La pasión por enseñar y aprender resulta más bien excepcional en nuestras universidades. El maestro, “aquella figura ejemplar, capaz de despertar la curiosidad de los alumnos por su entorno, ampliando su percepción del mundo a través de la pasión para crear mundos nuevos y la capacidad de formarles el deseo de conocerlos...”, no es muy común en las escuelas y facultades de comunicación, afirma Carlos Cortés (“Maestros, profesores y enseñadores”, **Signo y Pensamiento**, No. 14, enero-junio 1989, Bogotá). A decir verdad, se queda corto, no es muy común en el campo de la enseñanza universal.

Todo lo propuesto en este documento pasa por opciones fundamentales a las que sólo podemos aportar algunas experiencias, algunos sueños y muchas esperanzas.

### Síntesis

Reitero todas y cada una de las recomendaciones:

1. Evitar por todos los medios la desprofesionalización.
2. Revisar cuidadosamente los planes y programas de estudios a fin de evaluar la presencia de lo comunicacional en los mismos.
3. Jugar todos los juegos desde la comunicación, preguntar a las otras ciencias desde nuestro espacio.
4. Jugar hasta sus últimas consecuencias el juego pedagógico porque en él se juega el aprendizaje.
5. Construir en primer lugar el ambiente pedagógico, el espacio de encuentro sobre el cual será edificado el proceso.
6. Para la expresión cargada de belleza, la práctica constante, la relación con nuestros autores más queridos, con la buena prensa, que la hay en nuestros países.
7. Para la expresión cargada de sentido, el aprendizaje de la propia situación, el intercambio de experiencias, el descubrimiento de los otros, de la cultura, del futuro.
8. Aprender a investigar comunicación, y aprenderlo precisamente como práctica cotidiana del proceso de aprendizaje.
9. Trabajar por todos los medios en la eliminación de la situación esquizoide de nuestra educación, consistente en la alternancia de algunas sesiones participativas y muchas otras tradicionales, a fin de que los jóvenes vivan en un espacio de aprendizaje coherente y creativo.
10. Partir de acuerdos mínimos sobre el perfil profesional y el currículum, tomando en consideración que es desde ellos que se pone en juego toda la filosofía de una carrera, toda su línea ideológica.
11. Forjar una práctica alternativa de la comunicación desde la alternativa pedagógica.

Estas recomendaciones son apenas una invitación a la reflexión. Las opciones suelen ser personales e intrasferibles.

## **SER COMUNICADOR EN EL FIN DEL MILENIO**

### **ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN**

**SANTA CRUZ DE LA SIERRA  
BOLIVIA**

**25 al 28 de mayo**

#### **El primer deber de un comunicador es comunicar bien**

Tomo la expresión, como lo he hecho otras veces, de una afirmación de García Márquez: el primer deber de un escritor revolucionario es escribir bien.

En América Latina hay más de 300.000 estudiantes de comunicación, entre los cuales están ustedes. La inmensa mayoría tiene dificultades para comunicarse, por la formación recibida en la primaria y secundaria, por la falta de rutinas de trabajo con el discurso oral y escrito, por una tendencia innegable a consumir imágenes, con la consiguiente pobreza en la producción de mensajes. La inmensa mayoría no ejercerá la profesión y quedará o en el desempleo o en otras actividades poco y nada relacionadas con el título conseguido. Y muchos, en algunos países muchísimos, ni siquiera recibirán el título, porque no podrán escribir con coherencia una tesis de 150 páginas.

Reconozco la dureza de ese párrafo, pero la sostengo con toda fuerza. No hay posibilidad de ser alguien en una profesión como la nuestra sin capacidad discursiva, sin una apropiación de los maravillosos recursos expresivos de la palabra, el sonido o la imagen. En ninguna actividad se es alguien sin pasión. Cuando se enfrenta uno con un discurso desapasionado, carente de entusiasmo y de vida, no puede esperar mucho de su autor

discurso pobre en vocabulario y en combinaciones, cuando el autor anda chocándose contra el lenguaje y lo siente como algo pesado, como un escollo para su expresión.

Me refiero, entonces, a la capacidad discursiva, a la apropiación de todos los secretos y posibilidades de un lenguaje en general y de sus códigos diferenciados según los distintos medios de comunicación. Capacidad que a nadie le regalaron nunca. Capacidad que se desenvuelve en la práctica, en la constante producción, en la fatiga de no encontrar la palabra exacta, hasta que surge y baña de significado tu texto.

Una obra de arte, decía Aristóteles, es como un animal hermoso, bien proporcionado. Un buen texto, una buena producción audiovisual, agregado, son como un hermoso animal por la vida que irradian, por la fuerza de lo que comunican.

Aspiramos en cada producto comunicacional, en cada material construido con palabras o con imágenes, a llegar a los demás con la belleza y la claridad que sólo se consiguen con un dominio de los recursos expresivos, con un apasionamiento por el discurso, por sus juegos y sus infinitas formas.

Por eso rechazamos el lenguaje chato, despersonalizado, colmado de estereotipos. Llamo **lenguaje chato** a aquel que se mueve casi a ras del suelo, sin el riesgo de la metáfora, de la espontaneidad, de la creación. Llamo **lenguaje despersonalizado** a aquel en el cual no está presente un ser. La vieja búsqueda de la objetividad ha llevado a ocultar detrás de las palabras al sujeto que las vierte. En comunicación es preciso ser subjetivo, en el sentido de ponerse de lleno en lo expresado, en el sentido de llevar a los demás la propia voz y no un conjunto de frases hechas incapaces de comunicar nada, o bien algo: tedio y pesadez. Llamo **lenguaje colmado de estereotipos** a esa plaga de los medios de comunicación consistente en repetir lo repetido, en cobijarse en el lugar común, en amparar la propia mediocridad en la mediocridad general. Y no me lanzo aquí a una descalificación en bloque de los medios; constato solamente la pobreza expresiva de muchos comunicadores a la vez que reconozco la presencia de quienes disponen de un amplio y variado registro de comunicación.

Empecinarse en ser alguien en comunicación, no es sólo empecinarse en estar informado o en denunciar las llagas de nuestra sociedad; es empecinarse en el discurso, en conocerlo y dominarlo con alma y vida. Y

toca realizar un enorme esfuerzo para apropiárselo. O bien no lo realiza, y se queda en el océano de la mediocridad, comunicando chatura, pesadez, estereotipos, despersonalización.

### **El segundo deber de un comunicador es comunicar de manera constante**

Comunicar un día sí y diez no, es no comunicar. Cuando elige uno una profesión como la nuestra, elige en realidad un oficio, un quehacer cotidiano, una práctica diaria para toda la vida. Hace muchos años leí la novela de Simone de Beauvoir *Los mandarines*. En ella el personaje central es sin duda Sartre, aunque la autora lo disimula bajo otro nombre. Una de sus características, en la cual no deja de insistir Simone: escribir cuatro horas diarias. Comprendí entonces la causa del volumen de la obra de ese querido autor francés.

La escritura, la producción audiovisual, son, como cualquier otro oficio, una cuestión de hábito. No hay creatividad sin rutinas, sin ese esfuerzo de reiterar día a día el esfuerzo. Como Sartre lo sabía muy bien, escribió: “yo no soy las novelas que no he escrito”, es decir, no soy mis obras no producidas.

En comunicación social sucede lo mismo: yo no soy los mensajes que no he escrito, que no he producido. Y mi ser adquiere densidad, en el hermoso sentido del término, adquiere intensidad cuando crece mi producción cotidiana, porque mi nuevo texto se apoya y echa raíces en los anteriores.

Todo esto lo sabe cualquier buen músico. Sin la práctica constante uno puede aprender a soplar un clarinete, pero del mismo brotarán sólo unos pobres sonidos incapaces de llegar a nadie.

Se argumentará en contra de mis afirmaciones los tiempos, las presiones del contexto, la falta de trabajo, los condicionamientos de la redacción. Bien. No olvidamos nada de eso. Pero ningún motivo puede frenar el impulso por comunicar y la práctica cotidiana, por mucho esfuerzo y dolor que eso signifique. No me gusta esta última afirmación. Cuando uno comunica no se trata de dolor sino de un tremendo y constante placer. Retomo una frase de Roland Barthes: *el placer del texto*, el placer de producir y de ver la propia obra frente a uno.

No hay genios de obras esporádicas, no hay comunicadores de fragmentos desperdigados a lo largo de la vida.

**Cada día una línea**, decían los antiguos. Cada día el placer de expresarnos, de volcar en palabras o en imágenes nuestro ser.

### **El tercer deber de un comunicador es apropiarse de las tecnologías**

De comunicación, se entiende. Me refiero a las antiguas tecnologías, impresas y audiovisuales y a todo el universo abierto por las computadoras. Apropiarse significa aquí moverse con soltura en algún o algunos medios de comunicación, sobre la base del conocimiento de sus códigos y de sus posibilidades para llegar a los demás.

Esto también requiere de práctica. No hago buena televisión si me desempeño como reportero y no tengo mayor idea de lo que sucede en los estudios. No hago buena radio si no tengo idea de los formatos y sus reglas de juego.

Las nuevas tecnologías de la información están cambiando nuestro modo de almacenar, recuperar y procesar información. Si nós movemos como hace décadas, a fuerza de lápiz y papel, estamos en desventaja en un mundo donde puede uno contar con recursos preciosos para armar los mensajes, para compararlos con los anteriores, para contar con la memoria a la hora de producir.

Comencé con la computadora en 1987. Uso una portátil en la cual llevo de un lugar a otro todo lo que he escrito en los últimos ocho años: cartas, artículos, libros, programas de cursos, mi diario... todo. Y cuando produzco un nuevo material tengo a mi disposición una buena parte de mi pasado discursivo.

### **El cuarto deber de un comunicador es saber qué comunica**

He dado muchas veces este ejemplo:

Un periodista había lanzado durante una semana una serie de artículos en defensa de la mujer desde una perspectiva tan machista que provocó

reacciones por todas partes. Cuando hablamos de los estereotipos que se le habían colado (“la mujer es débil por naturaleza y el hombre no debe abusar de esa condición de la Creación”, decía para criticar la violencia masculina) intentó alguna defensa y luego terminó por reconocer “es que no me di cuenta”. Se trataba de un hombre con más de 15 años en la profesión.

Claro que hay quienes saben muy bien el sentido de su comunicación. Hace muchos años entrevisté al cantante argentino Sandro. Como teníamos tiempo tomé una revista donde había varias fotos suyas y le hice un análisis de los colores, las poses, las palabras, todas planificadas en función del impacto a los destinatarios. Sandro me dejó hablar y luego me dijo: “tenés razón... ¿y?”. Así titulamos al día siguiente la entrevista. El sabía muy bien cómo se diseñaba su imagen para llegar a la gente.

Está un poco de moda rechazar el esfuerzo que hicimos en la década del 70 para lograr una lectura crítica de los mensajes. Con aquello de que la gente sabe descifrar, porque lo hace desde sus experiencias y desde sus percepciones, se ha puesto en crisis el papel de los medios como recursos de dominación masiva. Ni tanto y ni tan poco, como decimos en mi tierra. Las lecturas diferenciadas existen, pero también gozan de muy buena salud las propuestas masificantes, por mucha variedad de canales de cable y de programas que haya.

Nosotros no hemos dejado de insistir nunca en la lectura crítica, sobre todo en su valor para quienes se lanzan a comunicar. Porque a ellos les toca leer lo ajeno y lo propio, saber, en definitiva, qué están comunicando.

Si tomo de un periódico una página de campo, de las muchas publicadas en nuestros países, y encuentro una insistencia en mostrar al agro sólo como una cuestión de productos y no de productores, como si a ellos les tocara apenas la tarea de servir para mejorar productos e importaciones, sin que interesen para nada su vida y sus percepciones, tengo todo el derecho de criticar una comunicación semejante y de pedirle cuentas a su emisor. Es posible prever en esos casos la misma respuesta: es que no me di cuenta.

*Darse cuenta*, entonces, porque en comunicación, en lo expresado y enviado a nuestros destinatarios **no hay nada insignificante**.

### El quinto deber de un comunicador es saber dónde está parado

Entiendo **saber dónde está parado** en el sentido de situarse en el contexto local, nacional e internacional. Y para ello **la televisión no basta**, por más programas informativos que uno vea.

Los educadores se quejan de las tremendas lagunas de información de sus estudiantes con respecto al acontecer diario y a la historia reciente o lejana. **Tienen toda la razón en su queja.** Si eliges de por vida comunicar y no te mueve la curiosidad por el contexto, el anhelo de preguntar por las causas de los acontecimientos, no llegarás muy lejos en la profesión.

La televisión no basta porque en general se mueve por fragmentos y no nos da lugar a la profundización en determinada situación social. Por más computadoras, por más canales, por más emisoras de radio que haya, un comunicador no puede dejar de lado la lectura. Me refiero a diarios y revistas, me refiero a libros.

La lectura como hábito permite el seguimiento de temas, la conservación y recuperación de la información, el detenimiento en determinados asuntos.

Recuerdo a uno de los grandes periodistas que dio nuestro continente: Gregorio Seltzer. Durante años ese argentino exiliado en México, publicó artículos de fondo sobre América Latina, sobre la base de una información inmensa. Quienes lo visitamos en su departamento en aquel país, nos encontrábamos con un verdadero centro de datos, apoyado sobre todo en diarios, revistas y libros dedicados a cuestiones de actualidad. Gregorio tenía la capacidad de penetrar en la información y rastrear situaciones entre distintos países, pero todo ello se apoyaba en fuentes y, sobre todo, en la lectura de las mismas.

No nos engañemos más. En una profesión en la cual la palabra y la imagen son el eje de la creación, la ausencia de lectura, la falta de curiosidad por la actualidad, llevan a una mediocre práctica, por más que ella se disimule en una aparente seguridad.

### **El sexto deber de un comunicador es respetar a sus interlocutores**

Sobre este tema se han derramado ríos de tinta. No retomaré aquí la cuestión de la ética periodística, tal cual se la veía hace unos años, como si toda la responsabilidad de lo comunicado recayera en el comunicador, sin pasar por la empresa en la que trabaja. Pero tampoco dejaré de ninguna manera de lado la responsabilidad social del comunicador.

Tomo dos ejemplos: a fines de la década del 70, cuando en mi país se enseñoreaba un gobierno militar dueño de haciendas y de vidas, en el exterior, sobre todo en el contexto latinoamericano y también desde Europa, se clamaba por los derechos humanos. Un creativo de una agencia de publicidad sacó entonces el siguiente lema: **los argentinos somos derechos y humanos**. Quien lanza algo semejante, por más que le paguen, por más que se lo haya pedido la empresa, por más necesidad de trabajar, **es responsable** por una burla de tal calibre, es responsable por la agresión a millares de seres que en esos años pasaban por toda suerte de calamidades. No cabe en el terreno de la comunicación, ni en ninguno, la apelación a la obediencia debida.

Desde hace poco más de un mes, se vienen difundiendo en el canal de música y video MTV dos cortos dedicados al libro. Con imágenes terribles (árboles cayendo, deforestación, basureros...) los productores acusan al libro de destruir la naturaleza, de pérdida de tiempo, de factor de deterioro económico. Se llega a afirmar que los conocimientos encerrados en los libros llevaron a la bomba atómica. No me asustan las críticas al libro y los anuncios de que un día desaparecerá. Me asusta tanta falsedad. Me indigna la impunidad con que MTV despacha sus argumentos. Porque es falso que los libros hacen perder 2000.000.000 millones de horas al año, es falso que elevan los costos en salud, es falso que se gastan los impuestos, es falso que eliminan las flores, es falso que provocan bombas, es falso que le hacen algo al planeta.

¿Otra vez la obediencia debida? ¿Le pidieron a algunos productores que llevaran a la imagen y al sonido esos cortos difundidos en un canal frecuentado por millones de jóvenes en todo el planeta? Co-responsabilidad, sin duda, de los productores y del canal. Y, como en el caso anterior, una falta de respeto a los interlocutores.

En tanto comunicadores, nuestra palabra es social, es dicha en público y para un público. No puede uno tomarse a la ligera semejante palabra. Porque no estamos hablando entre amigos en torno a la mesa de un bar, no lo hacemos con el espejo. Nos dirigimos a miles de miles de seres y nos cabe la responsabilidad por la difusión de modelos sociales y de información.

Entiendo **modelo social** en el sentido de cualquier propuesta que sirva para orientar la opinión y la posible conducta de alguien. Al descalificar el libro, MTV difunde un modelo social, el suyo, el de la imagen ligada a la música y al menor esfuerzo en la recepción. Al difundir una frase como la de **los argentinos somos derechos y humanos** se pone por delante una concepción del hombre ligada al ocultamiento, la burla y el sarcasmo. Podría ampliar el análisis a una larga lista: modelos sociales basados en la violencia, en la intriga, en la simulación, en el consumismo, por mencionar sólo algunos.

La responsabilidad por la comunicación de información nos lleva al viejo, y siempre nuevo, tema del ocultamiento, la distorsión, el invento incluso de noticias. La responsabilidad es por todo eso (compartida de lleno con las empresas), pero sobre todo lo es por el conocimiento que se tenga de la información. Volvemos a la cuestión de **saber dónde se está parado**. En el respeto al interlocutor entra de lleno el partir de un dominio de la información que se pretende comunicar.

Retomo para insistir en la concepción del otro, un fragmento de mi libro *La pasión por el discurso, cartas a estudiantes de comunicación*:

Es imposible comunicar sin partir de una concepción del otro, de tu interlocutor. El mercadeo dice: el otro es alguien persuadible, influenciable, digno de ser llevado hacia donde yo lo creo necesario. El concientizador dice: el otro es alguien limitado en su comprensión de la realidad, tiene en sí la potencia de cambio pero no sabe cómo expresarla, no la conoce; es alguien transformable, digno de ser llevado hacia donde yo lo creo necesario. El educador tradicional dice: el otro es alguien capaz sólo de repetir lo que yo y los libros sabemos, nada puede aportar de sí, tiene mucho que asimilar; es alguien perfectible, digno de ser llevado hacia donde yo lo creo necesario. El publicista dice: el otro es un comprador, un consumidor, es digno de ser llevado hacia las mercancías. El propagandista dice: el otro es un voto, un partidario, es alguien a quien

debemos agitar, conmover; es alguien digno de ser llevado hacia donde yo lo creo necesario. El sensacionalista dice: el otro es un manojo de emociones, es alguien impresionable, conmovible; es alguien digno de ser llevado hacia donde yo lo creo necesario. El conductor de un programa circo en la TV dice: el otro es un payaso, lo pongo a actuar y me ahorro los actores; es alguien digno de ser llevado hacia donde yo lo creo necesario. El predicador televisivo dice: el otro es una pobre criatura equivocada, desviada de los caminos del cielo; merece ser impactada, golpeada en su sensibilidad; es alguien digno de ser llevado hacia donde yo lo creo necesario.

Como ven, el texto abre líneas para comprender desde dónde se está concibiendo a los demás, desde dónde damos un sentido a nuestra comunicación.

### **El séptimo deber de un comunicador es comunicar con serenidad**

¿Y esa afirmación? podría preguntar cualquiera. ¿Provendrá de las recomendaciones difundidas en momentos de catástrofe: no alterar a la población, difundir serenidad entre ella?

No precisamente. Me refiero a un **comunicar sereno** porque estoy convencido de la existencia de formas de comunicación destinadas a mantener alterados a los interlocutores, tanto por lo dicho como por la manera de expresarlo.

Asistimos en los últimos años a un rescate caricaturesco del Nietzsche de los desbordes dionisiacos de fines del siglo pasado, como si el ser del hombre y del joven contemporáneo pasara por un ritmo vertiginoso, por una ruptura constante de formas de relación, por el juego de imágenes del video clip. No me inquietan para nada el vértigo y los fragmentos en que se mueven algunos programas e incluso algunas ciudades, pero estoy harto de la prédica en torno a un mundo del frenesí y del paso de un fragmento a otro, como si todos los seres vivieran así.

En ese canto al desenfreno se ubica la obra de Jean Baudrillard *América*, en la cual el autor hace el elogio de una cultura del consumo, del despilfarro y de la ruptura de cualquier lazo de comunicación que no sea el del juego de competencias y de aislamientos.

Frente a esas propuestas seguimos viviendo y comunicándonos como seres que se necesitan y requieren de tiempo para el encuentro y el pensamiento.

Comunicar con serenidad no es vociferar noticias o anuncios publicitarios, no es gritar calamidades sociales a todos los vientos, no es apabullar al otro con torrentes de palabras o de imágenes, no es pegar alaridos a nombre de Dios, como lo hacen tantos predicadores por la radio y la televisión en nuestros países.

Comunicar con serenidad es entablar un diálogo oral o escrito con nuestros interlocutores, es contar siempre con los demás para decir sin invadir, sin golpear la sensibilidad ajena, es dar lugar a la reflexión, al humor suave, a la belleza en todo lo que expresamos.

### El fin del milenio

El título de esta ponencia no se enmarca en las voces de alarma en torno al fin del segundo milenio y de las amenazas que penden sobre la humanidad. Si he aludido a los tiempos es porque ellos vienen cargados de algunas notas muy intensas con respecto al quehacer comunicacional.

Puedo sintetizarlas de esta manera:

la creciente competencia

la creciente complejización

Ya me referí antes a los más de 300.000 estudiantes de comunicación en nuestros países. Pues bien, tanta gente lanzada al mercado no conseguirá fácilmente trabajo. Habrá cada vez más competencia y tendrán lugar los más competentes. La capacidad discursiva, el manejo de tecnologías, el conocimiento de los medios, la destreza en el manejo de información, serán elementos prioritarios a la hora de acceder a un puesto en las empresas o de abrirse camino fuera de ellas.

Por **creciente complejización** entiendo la incorporación constante de innovaciones tecnológicas y la cantidad de seres y recursos que entrarán en juego en la producción de mensajes. A modo de ejemplo: estamos en pleno desarrollo de los sistemas interactivos, que incluyen lo educativo, el juego, las relaciones con los puntos de venta desde la propia casa, entre otras tantas posibilidades. En ellos actúan comunicadores, pedagogos,

La complejización nos lleva de lleno a la relación con otros campos de la práctica profesional y al trabajo en equipo.

### **¿Qué hacer?**

Cuando habla uno para los jóvenes, asume la responsabilidad de referirse al futuro. Y no a cualquiera, sino precisamente al de ellos. ¿Qué hacer en medio de tanta confusión de medios y de tanta competencia? ¿Qué hacer en momentos en que se abren otra vez las incertidumbres económicas? ¿Qué hacer cuando no está claro para nadie hacia dónde vamos con esta sociedad planetaria tan cargada de seres, de odios y de calamidades?

No tengo tantas respuestas. Me detendré en el espacio de nuestra profesión, a fin de insistir en algunos puntos y sugerir otros.

Puesto que hablé de los deberes, paso ahora a referirme a los derechos. Un estudiante tiene derechos en su institución: a que se lo capacite para comunicar bien, a que se le exija una producción constante, a que se le apoye en la apropiación de recursos tecnológicos, a que se le ofrezcan instrumentos de análisis de los mensajes, a que se le ofrezcan caminos para saber dónde está parado, a que le permitan distinguir y reconocer las responsabilidades por la comunicación, a que le enseñen a cultivar la serenidad.

Y esto no se improvisa, y tampoco puede darlo todo el establecimiento. En la mala formación de un comunicador es tan responsable la escuela como el propio comunicador. Si me atengo a llenar los requerimientos de las materias y no escribo ni leo nunca, no puedo andar echando culpas a los demás.

¿Qué hacer? Trabajar mucho en uno mismo, en pulir el discurso, en atesorar información, en conocer con avidez la sociedad en todas sus manifestaciones, en apropiarse de los recursos de los diferentes medios de comunicación. Si uno termina la carrera con las manos vacías, con una formación mediocre, no hay mucho tiempo por delante para remediar tanto vacío.

¿Qué hacer? Aprender a trabajar, desde la escuela, en equipo. Escuchar a los demás, comunicarse mucho, que los solitarios son buenos para alguna tradición literaria pero no para el oficio cotidiano de comunicar. Habituar-

¿Qué hacer? Producir, producir, producir. Desde lo que puedo volcar día a día en el papel hasta las posibilidades abiertas por la grabadora y el video, sin olvidar, cuando se pueda contar con ella, la computadora. Y no vivir la producción como un castigo sino como un gozo. Si se sufre la producción a la manera de algo impuesto, de algo insoportable, se ha equivocado la profesión. No hay nada más hermoso para un comunicador que el placer de crear con imágenes o con palabras. Si no sientes ese placer, te has equivocado de profesión.

¿Qué hacer? Conocer el espacio profesional vigente y emergente. Fre-cuentar los medios, relacionarse con otros comunicadores, formar parte de ese ambiente. O bien, y además, buscar alternativas en la comunicación institucional, desde las esferas del Estado hasta las organizaciones no gubernamentales, donde siempre hay tanto por hacer en nuestra práctica.

Sintetizo: salvo que seas pariente del dueño de la empresa, nadie te regalará un lugar para tu trabajo. Te tocará ganarlo con el esfuerzo y la capacidad. Un comunicador mediocre ocupará siempre un lugar medio-cre.

### **Final**

No soy de los que juegan a sumergirse en el barro del escepticismo. Lejos de estrecharse, como algunos afirman, el espacio de la comunicación social se ha abierto mucho en las dos últimas décadas. El problema no son los espacios sino la preparación para ocuparlos. Conozco el caso de un organismo internacional que buscaba comunicadores para programas de alcance regional. Hacía falta gente con capacidad de moverse en distintos registros discursivos, con conocimiento de medios, con dominio de diagnósticos de comunicación institucional y de planificación de programas para organizaciones no gubernamentales. Lanzada la convocatoria, quienes se presentaron no daban ni para una parte de tales requerimientos.

He aprendido algo desde el año 1965, cuando me inicié como periodista, y desde el 68 cuando comencé a trabajar en escuelas y facultades de nuestra especialidad:

la comunicación, como ámbito de práctica y de reflexión, es muy compleja; no es lícito seguir improvisando estudios, profesores y formación de estudiantes.

O nos tomamos en serio nuestra profesión o seguiremos a las quejas por desorientaciones, falta de oportunidades de trabajo y escasa capacitación.

Y tomarse en serio la profesión es tomarse en serio a uno mismo. Porque por más condicionamientos que haya, por más carencias en nuestros establecimientos, por más limitaciones económicas, le cabe a cada quien la responsabilidad por construirse como mediocre o como un ser capaz de decir su palabra y de abrirse camino en nuestra profesión, la mejor del mundo, como no se cansa de repetir García Márquez.

# PLANIFICACION DE LA COMUNICACION INSTTUCIONAL

DANIEL PRIETO CASTILLO\*

## Fundamentación

**L**a comunicación constituye el nervio motor de cualquier institución, tanto para asegurar su eficacia en lo interno como en la relación con su respectivo contexto. Cuando las rutinas cotidianas van provocando un aislamiento y un distanciamiento entre los miembros, cuando fallan los más elementales sistemas de distribución de información y los puentes para un entendimiento, sufren la eficacia y el entusiasmo en el trabajo.

Y cuando el contexto aparece como algo dado por sabido, sin un claro conocimiento de todos sus matices y de sus cambios, cuando el interlocutor es imaginado y no conocido en sus puntos de vista y en sus relaciones con los mensajes y los representantes de la institución, esta última queda a merced de los vaivenes del contexto, sin ninguna posibilidad de orientarse ni de incidir en el mismo.

Para este punto se requiere de un marco general, que presentamos a continuación.

La comunicación institucional constituye un área

de comunicación, orientadas más hacia los medios de difusión colectiva y hacia la publicidad. Cuando se la practica, la responsabilidad está casi siempre en manos de personas que no han recibido una adecuada formación para enfrentar su complejidad, tanto en lo que se refiere a lo interno como a lo externo de las instituciones.

Tal falta de atención hacia la comunicación, se funda en la creencia de que esta última tiene que ver sólo con los medios y los mensajes dirigidos a la población. Queda fuera la tarea de resolver la comunicación interna y la comunicación interinstitucional, como también una buena relación con los medios masivos.

Parte de lo correspondiente a la comunicación interna de una institución ha sido llenada por relacionistas públicos o por encargados de administración o gerencia de empresas. Sin embargo, estos especialistas no tienen una formación a fondo en cuestiones comunicacionales, con lo que quedan fuera de su trabajo muchos temas.

La Planificación de la Comunicación Institucional abarca los siguientes puntos:

- Diagnóstico comunicacional de las instituciones.
- Diagnóstico de medios.
- Diagnóstico comunicacional de los interlocutores de la institución.
- Diseño de objetivos comunicacionales.
- Diseño de estrategias de comunicación.
- Producción de materiales.
- Validación.
- Seguimiento y evaluación.

Todos estos temas son desarrollados a lo largo del documento. Señalemos, para anticipar las páginas siguientes, que un Planificador de la Comunicación Institucional requiere de una sólida formación en:

Análisis y evaluación de situaciones comunicacionales.

Análisis y evaluación de redes de comunicación al interior de las instituciones.

Recursos para identificar percepciones de los integrantes de una institución con relación a la misma y a su papel dentro de las funciones correspondientes.

Identificación y evaluación de canales y medios de comunicación.

Análisis de mensajes producidos por la institución.

Análisis de las relaciones interinstitucionales, tomando en consideración la imagen de ellas en la institución y viceversa.

Diagnósticos de comunicación de los interlocutores de la institución.

Recursos de validación de materiales y de seguimiento de los procesos de comunicación.

Como puede apreciarse, en la especialización concurren distintos campos de la teoría y la metodología comunicacionales, tales como el análisis de relaciones interpersonales y grupales, el análisis de flujos de información, la lectura crítica de mensajes, el análisis y la planificación de medios, la investigación de interlocutores y de otras instituciones.

Así, nuestra especialidad acude a aportes de la psicología, de la sociología, de la semiótica, de la etnografía, entre otras fuentes del conocimiento.

Esta formación no es común en América Latina. Prueba de ello es la escasa bibliografía existente y la poca cantidad de especialistas que pueden abarcar todos los temas. Sin embargo, hay ya experiencias ricas, como en el caso de las carreras de comunicación de la Universidad Iberoamericana, ciudad de México, y del ITESO, de Guadalajara.

Pero la falta de recursos bibliográficos y de especialistas no significa que no exista una demanda por este tipo de servicios, ya que las instituciones públicas y privadas tienen problemas y necesidades

comunicacionales importantes, sobre todo en estos tiempos de rápidas transformaciones sociales.

Lo dicho implica la necesidad de investigar el contexto comunicacional y los cambios existentes en el medio en que se mueve la institución, ya que los mismos presionan siempre sobre la comunicación interna y sobre las relaciones con los destinatarios.

### **Antecedentes**

En 1979 se realizó en CIESPAL una reunión de directores de escuelas de comunicación de distintos países de América Latina, destinada a reflexionar sobre posibles alternativas de trabajo en el campo de la especialización. Una de las sugerencias del grupo fue la planificación de la comunicación.

En 1981 la institución ecuatoriana abrió una convocatoria internacional con el fin de conformar un equipo de especialistas en el tema, que se haría cargo de preparar un programa destinado a profesores de comunicación de distintos países latinoamericanos. En 1982 comenzó la experiencia, con cursos de cinco semanas en la sede de CIESPAL y talleres cortos en distintos países de la región. El sistema se mantuvo hasta 1987, con una alta participación de comunicadores y educadores, tanto de escuelas de comunicación como de organizaciones gubernamentales y no gubernamentales.

La participación de profesionales de diferentes puntos de Latinoamérica permitió comprobar lo siguiente:

La mayor parte de las escuelas y facultades de comunicación no se ocupa de la planificación de la comunicación institucional.

La planificación de la comunicación institucional es una necesidad de organizaciones públicas y privadas, aunque muchas no hayan tomado conciencia de ello.

La ausencia de planificación de la comunicación en las instituciones provoca problemas, tanto en las relaciones internas como externas. Si se toma en cuenta que muchos organismos se orientan hacia las grandes mayorías de la población, puede reconocerse que los proble-

perjudicadas son esas grandes mayorías. En todo caso, sea cual fuere el carácter de la institución, la falta de planificación de la comunicación incide en su rendimiento y en su capacidad de relación con el contexto.

La planificación de la comunicación institucional no es sencilla. El hecho de su complejidad hace que no siempre las instituciones la asuman. Por lo menos por dos causas: es mucho más seguro moverse en el terreno de los medios de difusión colectiva, por la cantidad de información y de experiencias acumuladas; es mucho más fácil centrarse en opciones profesionales vigentes (la publicidad, las relaciones públicas, los diferentes medios...) que intentar alternativas para las cuales, se afirma, no habría salida laboral.

Este último argumento es desde todo punto de vista erróneo. La mayor parte de los egresados de las escuelas y facultades de comunicación no ejerce dentro de su profesión, precisamente porque el espacio laboral no es suficiente en muchos de nuestros países.

Es siempre más sencillo encontrar docentes para las opciones profesionales tradicionales y no para una alternativa nueva. No abundan los especialistas en planificación de la comunicación institucional.

### **Comunicación y educación**

En un plano ideal, estamos ante una comunicación que:

tiene como protagonistas a los sectores en ella involucrados;

refleja las necesidades y demandas de éstos;

se acerca a su cultura;

acompaña procesos de transformación;

ofrece instrumentos para intercambiar información;

facilita vías de expresión;

permite la sistematización de experiencias mediante recursos apropiados a diferentes situaciones.

La comprobación es clara: buena parte de esas instituciones abocadas a la educación carece de los conceptos y métodos necesarios para realizar su labor con la profundidad y la eficacia que semejante responsabilidad implica.

Para ello hace falta capacitación en:

Diagnóstico comunicacional de las instituciones

Diagnóstico de medios

Diagnóstico comunicacional de los interlocutores de la institución

Diseño de objetivos comunicacionales

Diseño de estrategias de comunicación

Producción de materiales

Validación

Seguimiento y evaluación

Estos temas constituyen el eje de la especialidad, y son válidos para cualquier institución. Los desarrollaremos a lo largo del documento, pero antes presentaremos un diagnóstico de lo que sucede con la comunicación institucional en nuestros países, con especial referencia a Centroamérica.

### **Diagnóstico**

Durante mucho tiempo en nuestros países se confundió el alcance de la comunicación con el de los medios de comunicación. Las escuelas y facultades de la especialidad, por ejemplo, se ocuparon sólo de preparar egresados para ese campo, sin tomar en cuenta otras necesidades de la sociedad. Así, en esta confianza en el poder de la difusión masiva, se acentuaba la falta de capacitación, de investigaciones y de producciones para espacios como los de la comunicación y la salud, la comunicación y la educación, la comunicación y el medio rural, entre otros. Por otro lado, la comunicación institucional, sea educativa, informativa o de otra índole, no se agota en el uso de medios.

Sin desconocer la importancia de la difusión masiva, resulta preciso reconocer que la comunicación es, en términos sociales, mucho más amplia. Además de lo masivo, la trama de las relaciones se entreteje también a través de la comunicación institucional.

Muchos esfuerzos de comunicación institucional se han hecho en nuestros países según los patrones de la difusión de masas, y los errores han estado siempre presentes. En efecto, cuando se generaliza lo masivo a toda forma de comunicación y no son tomadas en cuenta las características de determinados públicos, la relación con otras instituciones, la comunicación interna, la manera en que se centraliza o se descentraliza la información, etc., se deja fuera buena parte de la problemática comunicacional.

Los grupos sociales no constituyen un espacio vacío que vendría a llenarse con los mensajes dirigidos por las instituciones o por los medios de difusión colectiva. Estamos siempre ante seres que viven en situaciones de comunicación, que poseen una cultura (tan válida como cualquiera otra), que han ido conformando la percepción de la realidad y de sí mismos a través de distintas experiencias y representaciones, y que utilizan determinados recursos expresivos para dar cuenta de su realidad.

En ese espacio de la cultura es donde se produce la apropiación de todo mensaje. Por ello un mismo material puede ser leído e interpretado de muchas maneras, y por ello una campaña que busca llevar la conducta en determinada dirección, puede provocar un rechazo.

Esto es válido para cualquier tipo de institución, y en especial para las que se mueven en el campo de la comunicación educativa, la cual parte de la participación de la gente en la generación y apropiación de conocimientos, en el intercambio de experiencias, en el reconocimiento de su propia situación social, en la recuperación de su cultura y de su pasado.

### **La situación**

En experiencias realizadas a través de talleres impartidos en CIESPAL (Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina) y por RNTC (Radio Nederland Training Centre) en la región, se han podido reconocer las demandas y necesidades de personas dedicadas a la comunicación institucional. Uno de los ejercicios iniciales de esos encuentros ha consistido en pedir a los participantes lo siguiente:

- Defina comunicación.
- Defina los conceptos más importantes utilizados en su definición.

Alrededor de 250 respuestas muestran, en líneas generales, lo siguiente:

la clarísima vigencia del modelo tradicional de comunicación, basado en el esquema de emisor, medios, mensaje, receptor y retroalimentación;

la reducción de lo comunicacional a medios de comunicación;

la confianza en el poder de los mensajes para cambiar conductas o para transferir tecnologías;

la concepción de lo comunicacional como un instrumento de solución de problemas sociales más amplios y no como un elemento vital de toda cultura humana.

La vigencia del modelo tradicional tiene su explicación: corresponde a las propuestas de difusión de innovaciones de la década del 60, y se mantiene sin mayores críticas en muchas instituciones.

La permanencia del modelo clásico arroja varias consecuencias para la práctica:

El protagonismo institucional. El modelo acentúa el papel del emisor en el proceso. En muchas de las respuestas a las preguntas por las definiciones se afirma: "el emisor inicia el proceso..." Junto con ese protagonismo, el modelo clásico ha venido a legitimar la *emisión privilegiada*. La sociedad se divide entre emisores y receptores, hay instancias llamadas a cumplir el primer papel y nadie tiene que interferir en ellas. Esa percepción lleva a dejar de lado a los destinatarios a la hora de elaborar mensajes y de ofrecer algún tipo de material impreso o audiovisual.

La reducción de lo comunicacional a medios. Los participantes se mostraron casi siempre preocupados por el conocimiento de los medios más adecuados para llegar a la población, por la mejor manera de diseñar una campaña, por los impactos destinados a lograr un cambio de conductas. Muy pocos se refirieron a otras posibilidades más

La orientación de lo comunicacional hacia el público a “transformar”, sin una toma de conciencia de los problemas de la comunicación interna de la propia organización y de la comunicación interinstitucional. En este sentido puede afirmarse que para nuestros entrevistados, en términos comunicacionales, lo más cercano es lo más lejano. Viven problemas muy grandes de coordinación y relación, pero no les reconocen sus características comunicacionales.

La especialización del trabajo comunicacional. Los puntos anteriores llevan necesariamente a concebir lo comunicacional como labor de unos pocos especialistas. Como se trata sólo de elaborar mensajes y manejar medios, a algunos diseñadores, ilustradores o redactores les corresponde la responsabilidad por estos temas. En la mayoría de las instituciones es clarísima esa división entre quienes saben de comunicación y la mayoría que no sabe.

El otorgar privilegio a la fuente emisora lleva a una confianza excesiva en el poder de los mensajes para cambiar conductas o para transferir tecnologías. Muchas respuestas aluden a la falta de recursos para enviar más mensajes, a lo que podría lograrse si hubiera acceso a los medios.

La preeminencia del modelo clásico lleva a un pobre conocimiento de las características de los destinatarios. En general se confunde dicho conocimiento con alguna información sobre medios de uso más frecuente y mensajes preferidos. Los interlocutores pedían recursos para mejorar esa información, pero fue minoritaria la búsqueda de alternativas para trabajar con lo comunicacional en sentido amplio.

Esto a su vez arroja otras consecuencias: la concepción de los destinatarios como receptores, con todo lo que esa palabra implica: calidad de recipiente, pasividad, ausencia de iniciativas...

En todo caso aparecía la palabra “retroalimentación” como una fórmula mágica capaz de solucionar todos los problemas. En efecto, se indica en muchas propuestas, es preciso acercarse a la retroalimentación como camino para romper la emisión unidireccional, para abrir la palabra del receptor hacia el emisor. Pero no se aprecia una visión crítica con respecto a este concepto.

Existe una despreocupación (dentro de lo recogido a partir de las respuestas de los interlocutores de esos talleres y seminarios) por lo cultural y la comunicación interna. Por ello, son poco frecuentes los diagnósticos comunicacionales entre la población.

Los problemas enunciados inciden directamente en la práctica de la comunicación. La mayor parte de las instituciones analizadas carecen de recursos para organizar su labor en ese sentido, tanto en la fase de producción como en la de distribución y uso de los materiales.

Puesto que lo comunicacional no es percibido como un elemento propio de todo el tejido social, no se conocen, en general, recursos para analizar y mejorar la comunicación interna de las instituciones.

Hay muchas carencias en lo que a elaboración de los mensajes se refiere. Es generalizada en este tipo de organizaciones la falta de recursos para analizar con criterios comunicacionales los materiales, lo que lleva a cometer errores a la hora de diseñar personajes, de narrar historias, de involucrar a campesinos a través de preguntas o de incitaciones a la acción.

Y, además, viene aparejada a esto la tendencia a incluir tecnicismos difíciles de descifrar por la gente. Se cuelan gruesos estereotipos sin que sus autores sean conscientes de ello. No hay capacidad para comprender el alcance de los segundos mensajes, que tan bien manejan, por ejemplo, la publicidad y la propaganda política.

La misma afirmación vale para el tratamiento de los distintos formatos. Poco se sabe en muchas instituciones de la manera de hacer una historieta, un periódico mural, un programa de radio. La presión va siempre en la línea del contenido y hay una despreocupación por la forma, producto del desconocimiento de sus alcances en el trabajo educativo.

En muy pocas ocasiones se realizan validaciones de materiales. Casi siempre se los lanza a la sociedad sobre la base de la opinión de algún especialista o de algún jefe, pero sin consultas con los posibles destinatarios. Tampoco se cuenta con métodos dirigidos a la evaluación y al seguimiento. Muchos mensajes son difundidos sin tener idea de lo que en definitiva sucede con ellos.

Estas consideraciones no valen para todas las instituciones y no pueden ser generalizadas sin más al espacio centroamericano. Hay muchas excepciones y en los talleres y seminarios indicados las mismas han figurado con fuerza. Pero si no tienen una validez universal, al menos muestran claras tendencias. Cuando se reúne gente de distintos países e instituciones y una y otra vez se repite lo mismo, puede inferirse que algo similar sucederá a escala más amplia.

### Las demandas

La experiencia en este espacio de la comunicación institucional, ha mostrado la necesidad de contar con comunicadores capaces de:

diagnosticar situaciones de comunicación interna;

diagnosticar situaciones de comunicación externa;

diseñar estrategias diferenciadas de comunicación según los distintos interlocutores;

diseñar y trabajar en planes de medios, sean masivos o de bajo costo;

apoyar la creación de redes intra y extrainstitucionales;

producir mensajes, tomando en consideración lo pedagógico, con recursos de análisis y con capacidad de lograr una buena forma;

validar materiales con un instrumental adecuado.

apoyar con recursos comunicacionales la labor grupal;

realizar tareas de evaluación y seguimiento;

acompañar los procesos con sistemas de recuperación de la memoria de los mismos.

La presencia del especialista en planificación de la comunicación está orientada a lograr un sistema mediante el cual la institución se convierta en una verdadera **unidad de comunicación** con los movimientos de información, las interacciones, los espacios y momentos comunicacionales

Además, su papel es fundamental a la hora de apoyar lo que se ha dado en llamar la **identidad institucional**, entendida como el sentido de pertenencia y el logro de una imagen de la propia actividad basada en el conocimiento de objetivos y funciones. De allí que sean tan importantes los diagnósticos comunicacionales, sobre todo cuando son planteados cambios en las rutinas de trabajo.

Por supuesto que todo ello es sólo posible si quienes dirigen la institución han tomado conciencia de los alcances de lo comunicacional. Esto se viene dando en nuestros países, sobre todo por las actuales condiciones económicas, que exigen un mejor y más efectivo desempeño.

¿Existen esos comunicadores? Sí y no. Las necesidades de las distintas instituciones han obligado a sacar adelante la tarea, con los problemas que hemos mencionado. Las escuelas y facultades de comunicación se vienen abriendo hace muy poco hacia ese espacio, sea por renovación de planes de estudios (como el caso de las Universidades de Costa Rica y San Carlos de Guatemala) o por iniciativa de algunos docentes o estudiantes. En el terreno de la práctica se ha avanzado, más en las ONGs que en el Estado, y hay experiencias por demás valiosas.

De todas maneras, en el área centroamericana se está atendiendo muy poco, desde las escuelas y facultades de comunicación, ese espacio de trabajo. Ha sucedido, en algunos casos, que los estudiantes se han acercado a instituciones como las mencionadas para abrirse camino sobre la base de la formación general recibida y de la práctica. Pero los apoyos teórico-metodológicos no abundan y la tarea se desarrolla sin mayores referentes.

### **El diagnóstico comunicacional**

Buena parte de la improvisación en el campo de la comunicación institucional proviene del desconocimiento de las propias relaciones internas, de los interlocutores y del alcance y características de los medios con los cuales se intenta trabajar.

No hay mayores alternativas de avance si se parte de cero. El reconocimiento de las propias capacidades para comunicar y de las modalidades propias de interlocutores y de medios, permite planificar a conciencia.

Dicho de otro modo: no hay planificación posible sin un previo diagnós-

Durante mucho tiempo se procedió a realizar **diagnósticos socio-económicos y a trasponer los hallazgos al plano de la comunicación**, sin hacer el diagnóstico correspondiente de este último. De la caracterización socio-económica se infería que la gente se comunicaba de tal o cual manera, se terminaba por presuponer que ciertos mensajes serían efectivos entre determinado público... Esta ausencia de diagnósticos de comunicación se explica porque es mucho más fácil reunir datos socio-económicos, sobre todo desde el punto de vista cuantitativo. Existe la tendencia a evitar un análisis más fino, sea por considerarlo innecesario o simplemente por un desconocimiento del tema. (Daniel Prieto C. *Diagnóstico de comunicación*, Ed. CIESPAL, Quito, 1985, pp. 44-45).

Esta ausencia muestra que lo comunicacional es visto en muchas instituciones como punto terminal del proceso: se hacen grandes análisis generales, y se le piden soluciones a los comunicadores, las cuales vienen a menudo de la mano de la buena voluntad o de la improvisación.

Cuando se cuenta con información sobre la propia institución, cuando se conoce el modo de percibir los materiales y el propio contexto por parte de los interlocutores, cuando uno tiene idea de la manera en que se mueven los diferentes medios, es posible avanzar con pasos seguros hacia una mayor capacidad y eficacia comunicacionales.

Se presentan a continuación los alcances de cada una de las fases de diagnóstico, en las cuales la Universidad busca capacitar a sus estudiantes.

#### Diagnóstico comunicacional de las instituciones

Para comprender el alcance del diagnóstico volcado a las instituciones, es necesario revisar algunos conceptos que permiten una visión global:

entropía comunicacional

co-responsabilidad comunicacional

percepciones

documentos comunicacionales de referencia

memoria del proceso

unidad de comunicación

políticas comunicacionales

### Entropía comunicacional

El concepto de **entropía** fue introducido en nuestro campo por Norbert Wiener (*Cibernética y sociedad*, obra publicada en 1948). Como se sabe, el mismo aparece en el ámbito de la física, segunda ley de la termodinámica, para aludir a la pérdida de energía de un sistema. La entropía total equivale a la muerte de este último. Wiener caracterizó la entropía como la pérdida de información de un organismo, y la relacionó con la capacidad de interactuar con el contexto.

En la actualidad hay autores que hablan de **entropía comunicacional**, para aludir a la pérdida de comunicación de un sistema. La expresión vale para la comunicación de un individuo consigo mismo, para la relación entre dos seres, para los grupos y las instituciones.

En el caso de éstas últimas, se trata de la pérdida de espacios comunicacionales, de oportunidades de comunicación, de entusiasmo en las relaciones, de riqueza en el discurso utilizado para dirigirse a los interlocutores. Cuando las instituciones nacen, sus integrantes viven un clima de interacción permanente, todo se personaliza, todo se comunica y se experimenta la emotividad de crear algo nuevo.

Pero en muchos casos ese primer impulso fundador comienza a perderse, sea por burocratización, por exceso de actividades, por desgaste en los lugares de trabajo, por tendencias al aislamiento. Es entonces cuando la entropía comunicacional avanza. Y no lo hace de manera espectacular ni estridente, sino poco a poco, en un detalle, en otro, hasta invadirlo todo. La entropía comunicacional acecha siempre a cualquier sistema, a cualquier organismo, diríamos en términos de Wiener.

Una de las tareas centrales de alguien dedicado a la planificación de la comunicación institucional, es precisamente la de la lucha contra la entropía comunicacional. Para ello es necesario, por supuesto, detectarla, leerla en las relaciones internas.

### Co-responsabilidad comunicacional

El concepto hace referencia a que

...en cualquier institución el mantenimiento de procesos continuos de

información, el conocimiento de los mecanismos más elementales de la propia organización, la difusión de ideas, la producción de conocimientos, **son responsabilidad de todos los actores sociales integrantes de la misma** (Daniel Prieto C., *Tres experiencias de diagnóstico de comunicación*, Ed. CIESPAL, Quito, 1988, p. 31).

La **co-responsabilidad comunicacional** tiene sentido en el horizonte de una institución concebida toda ella como una **unidad de comunicación**. En las diferentes funciones, y con relación a lo específico de cada una, por supuesto, hay siempre responsabilidades comunicacionales.

Ejemplos: quienes se comunican directamente con los destinatarios tienen responsabilidades en lo que a relaciones se refiere; quienes producen materiales son responsables por el modo de comunicar a través de ellos; quienes sólo se mueven en lo interno, tienen responsabilidades en la comunicación con sus compañeros. Pero, en cualquier espacio de la institución, lo comunicacional es responsabilidad y tarea de todos y cada uno.

### Las percepciones

Una institución consiste fundamentalmente en los seres que la componen. En este sentido, es preciso reconocer la manera en que los mismos se insertan en el proceso, se relacionan con los interlocutores de los diferentes programas, perciben sus prácticas y las de sus compañeros, se involucran en esfuerzos comunicacionales.

Entramos aquí al tema de las **percepciones**, El grado de entropía, o de negación de la misma, y el grado de co-responsabilidad, dependen directamente de la percepción de cada quien, en relación consigo mismo, con cada uno de sus compañeros y con la institución en general.

La percepción condiciona el modo de relacionarse y de actuar con los destinatarios de los diferentes programas. Por ejemplo: no es igual una percepción basada en poca información sobre determinada sección o sobre ciertas decisiones, que otra fundada en un intercambio de puntos de vista y en datos oportunos.

La percepción institucional se construye día a día, sea en sentido positivo o negativo. El acercamiento entre los diferentes actores sociales, la creación de redes y de flujos de información, facilitan una percepción orienta-

Hay, en este ámbito, un importante trabajo comunicacional que hacer, tanto para reconocer percepciones como para colaborar en la construcción de las mismas.

### **Los documentos comunicacionales de referencia**

Estos no suelen ser comunes en las instituciones. Su elaboración responde a la siguiente pregunta:

¿Quiénes somos desde el punto de vista comunicacional?

La respuesta pasa, en primer lugar, por la clarificación de los objetivos de la institución, de su sentido en el contexto en el cual está inmersa. Pero cualquier objetivo (de apoyo al desarrollo, educativo, de servicios...) conlleva una identidad comunicacional.

Todo ello se da casi siempre por sobreentendido. Toca a la institución producir materiales, dar clases, realizar tareas grupales, y eso resulta más que obvio. Y precisamente sobre lo obvio se hace necesario trabajar.

Un documento comunicacional de referencia puede aclarar aspectos como los siguientes:

La institución parte del respeto por la cultura de sus interlocutores, de modo que en la relación con ellos serán tomados en cuenta sus puntos de vista, sus percepciones.

La institución establece con sus interlocutores un compromiso de claridad, de modo que en las relaciones interpersonales y en los materiales, serán evitadas terminologías que resulten inaccesibles para aquéllos.

La institución toma en cuenta los aspectos de género, de modo que en sus relaciones presenciales y en sus materiales cuidará de los detalles que suelen reflejar estereotipos de la mujer.

Esos tres ejemplos son apenas ilustrativos. Un documento comunicacional de referencia puede aludir a la vida interna y a las relaciones externas de la institución. Se trata de un material producido con todo el consenso posible, a fin de lograr acuerdos mínimos sobre los aspectos

### La memoria del proceso

Tampoco ella constituye una práctica muy común. Muchas instituciones se dejan llevar por el ritmo cotidiano de trabajo y casi nadie registra las experiencias ricas, las dificultades, las frustraciones, que se producen en todo proceso. Con el tiempo, la tendencia es a repetir viejos errores o a no aprovechar los aciertos.

La ausencia de memoria es una forma de la entropía. La institución se sujeta a un eterno presente. En todo caso, la memoria pasa por las personas que han vivido determinadas situaciones, pero no existen materiales en los cuales pueda ser leída, trabajada por otros compañeros.

Existen muchos recursos para el registro de la memoria, desde la elaboración de textos paralelos hasta la producción de materiales impresos o audiovisuales. Y la tarea puede estar a cargo de una persona o de grupos que se reúnen en talleres de reflexión a fin de reconstruir la memoria de determinado proceso.

La planificación de la comunicación a lo interno de la institución se ocupa de luchar contra la entropía, del apoyo a la co-responsabilidad comunicacional, de la evaluación y la construcción de percepciones, de la producción de documentos comunicacionales de referencia y de la promoción de la memoria del proceso.

Todo ello se refleja en las relaciones de los miembros de la institución, entre sí y con los interlocutores de la misma; en las situaciones generales de comunicación; en los materiales producidos y la organización para llevar a cabo la tarea.

### Unidad de comunicación

Los pasos anteriores son la base de la concepción de la institución como una **unidad de comunicación**. No se trata, a la luz de este concepto, de privilegiar algún sector para que sea el representante de lo comunicacional, sino de comprender que cada miembro, cada espacio, cada mensaje, cada relación, forman parte de un mismo sistema de comunicación.

Cuando esto no es jugado hasta las últimas consecuencias, se cae en situaciones en las cuales algunos integrantes de la institución dan una imagen de la institución que es completamente opuesta. En cambio, si se

unifican criterios, si se logra una coherencia en todos los aspectos mencionados, las otras instituciones, los interlocutores y demás sectores de la sociedad, van apreciando una misma forma de comunicar, basada en acuerdos y en percepciones comunes.

Esto no quiere decir que no haya una instancia de comunicación, a cargo de una persona o de una oficina, que asume la coordinación de lo comunicacional, pero cada miembro de la institución tiene responsabilidad en este punto.

### Políticas de comunicación

Hemos dejado este punto para el final, pero en realidad es un elemento inicial de cualquier institución. Entendemos por **políticas de comunicación** los grandes lineamientos determinados por sus responsables.

Es posible abrirse a los mismos a través de las siguientes preguntas:

¿Quiénes somos desde el punto de vista comunicacional?

¿Cómo nos relacionamos internamente?

¿Cómo nos relacionamos con las otras instituciones?

¿Cómo nos relacionamos con nuestros interlocutores?

La respuesta depende de cada institución en particular, de modo que no intentaremos aquí contestar las preguntas. Pero nos interesa insistir en que, cuando cuestiones tan elementales no están claras, la unidad de comunicación, la co-responsabilidad, la lucha contra la entropía, entre otras posibilidades, se vuelven imposibles.

Las políticas no constituyen un armazón inamovible. Su presencia es útil para orientar la relación interna y externa, para situar al personal nuevo en las reglas de juego de la institución, para hablar en un mismo lenguaje cuando de comunicación se trata. Siempre es posible reformularlas, sobre todo luego de un diagnóstico de comunicación.

### Pasos del diagnóstico

Una formación como la que la especialidad persigue, requiere de recursos para trabajar en todas esas líneas. Se trata, en primer lugar, del **diagnóstico comunicacional**, que abarca los siguientes temas:

1. Identificación de actores más vinculados a la comunicación dentro de la institución: investigadores, extensionistas, educadores, personas encargadas de atender a los destinatarios, entre otros.
2. Identificación de las relaciones de responsabilidad y de jerarquía existentes en la institución.
3. Análisis de la percepción de su tarea, de su imagen de la institución, de la percepción de los otros miembros de la institución y de sus interlocutores.
4. Identificación y análisis de las relaciones entre los distintos grupos que conforman la institución.
5. Análisis y evaluación de las situaciones de comunicación: espacios, momentos comunicacionales.
6. Análisis de los mensajes producidos por la institución, tanto en relación con el tratamiento del contenido como con el de la forma.
7. Evaluación de los flujos y recursos comunicacionales de la institución: el tratamiento diferenciado de la información, según los destinatarios.

Las técnicas necesarias para cumplir con esas prácticas, son las siguientes, según la numeración anterior:

1. Lectura y análisis de documentos, observación, cuestionarios, entrevistas, sesiones grupales, talleres de reflexión.
2. Juegos de roles, análisis de redes, cuestionario, grupos focales, entrevistas en profundidad, expresión a través de documentos escritos o de recursos audiovisuales, sesiones grupales y talleres de reflexión.
3. Lectura y análisis de documentos, observación, prácticas de simulación, entrevistas, cuestionario, grupos focales, sesiones grupales y

4. Observación, seguimiento de grupos por sectores de la institución a lo largo de una jornada de trabajo, análisis de redes, sesiones grupales y talleres de reflexión.
5. Selección de muestras de mensajes, recursos semiológicos para lectura de formatos, lectura de tratamiento de contenidos, lectura de tratamiento del lenguaje (verbal impreso, por imágenes y audiovisual), formas de interlocución y de involucramiento de los destinatarios, tratamiento de los temas y percepciones difundidas en torno de los mismos.
6. Lectura y análisis de documentos, observación, seguimiento de itinerarios de información, análisis de redes.
7. Análisis de redes, análisis de percepción de los destinatarios.

Estos recursos, como se verá más adelante, se ofrecerán a través de los talleres previstos para la especialización. En todos los casos será de fundamental importancia que la reflexión y la práctica en la Universidad se centren en un caso concreto, a fin de confrontar el aprendizaje con la experiencia de una institución.

### **Diagnóstico de medios**

Está claro en nuestro tiempo el valor de los medios de comunicación colectiva para la difusión de mensajes producidos por las instituciones. Sin embargo, no siempre éstas desarrollan las estrategias necesarias para lograr una permanencia en la prensa y en los medios audiovisuales.

Una buena excepción la constituye UNICEF en algunos países centroamericanos. En Guatemala y Costa Rica, por ejemplo, la organización internacional tiene una presencia constante sin gastar en campañas o en avisos de ningún tipo. Esto supone, de parte de sus oficiales de comunicación, una capacidad de relación y un buen conocimiento de los medios, no sólo de las capitales, sino también de los que operan en el interior.

La tarea de acercamiento pasa por una actividad que ha desarrollado tradicionalmente el relacionista público, y que no es de ninguna manera desechable. Pero a ella es necesario sumar un conocimiento de las diferentes empresas de comunicación, tanto en lo que se refiere a sus espacios de influencia como a sus mensajes.

El diagnóstico de medios puede resultar una tarea ardua en exceso, sobre todo si se toma en cuenta la profusión de los mismos en nuestro tiempo. Pero es posible avanzar poco a poco y, mediante una acumulación de información, llegar a contar con un acervo de datos que pueden orientar la relación con los mismos.

Se trata de mantenerse al día en relación con los lenguajes de los medios, la información que difunden y los temas que privilegian, para reflexionar y planificar la manera de comunicarse a través de ellos.

El camino pasa también aquí por el diagnóstico.

1. Identificación de los medios significativos para los interlocutores de la institución.
2. Cobertura de los medios en la zona y frecuencia de uso por la gente.
3. Análisis general de las secciones o de la programación.
4. Análisis de las secciones o de los programas que tocan el tema al cual se refiere la institución.

La información recogida es útil en dos direcciones: hacia el interior de la institución por los datos que pueden permitirle orientar su reflexión, y hacia el exterior, por la relación de sus destinatarios con los medios.

Las técnicas para realizar esas tareas son las siguientes, siempre siguiendo la numeración anterior:

1. Investigación documental, cuestionario, visitas a los medios, observación y entrevistas.
2. Investigación documental, encuesta a perceptores.
3. Evaluación de la programación en general, tomando en consideración el perfil de destinatarios que se fija el medio y la oferta a lo largo del día, en el caso de la radio y la TV, o las secciones, en el caso de los impresos.
4. Recursos semióticos para identificar y evaluar tratamiento de temas y

La relación constante con los medios y su lectura en profundidad son vitales para cualquier institución, aunque la inmersión en ese espacio dependerá siempre del tamaño de la misma y de su alcance. No es igual el trabajo realizado por UNICEF, por ejemplo, que el de una pequeña organización no gubernamental dedicada a temas de ecología. No obstante, en ambos casos la relación con los medios es necesaria.

En reuniones internacionales sobre el modo de trabajar en este espacio (por ejemplo, PROCISUR, INTA, Buenos Aires, 1989) los comunicadores institucionales han hecho hincapié en la necesidad de la personalización de la comunicación con los medios. Esto supone el envío de materiales diferenciados, según se trate de prensa escrita, radio o televisión, e incluso de material preparado con exclusividad para determinada empresa periodística.

### **Diagnóstico comunicacional de los interlocutores de la institución**

El diagnóstico de los interlocutores ha sido abordado de distintas maneras. Durante mucho tiempo se habló (y la terminología sigue vigente en no pocas experiencias) de **diagnóstico comunitario**, para diferenciarlo del institucional. En esta perspectiva se trató de avanzar en el conocimiento de la cultura de la gente y con la gente, a fin de lograr un autoconocimiento, una toma de conciencia de las relaciones sociales en las cuales se está inmerso.

Tal línea de trabajo supuso el intento de acercarse a lo cultural para, desde allí, producir mensajes adecuados a las características de la gente. Sin embargo, en lo que se refiere a la formación de los estudiantes, se llegó a ciertos excesos en la cantidad de variables exigidas para lograr un diagnóstico. En efecto, la tendencia fue en algunos casos a privilegiar la investigación cultural, con lo que el estudiante debía aprender a investigar casi de la misma manera en que lo puede hacer un antropólogo.

El supuesto era que sólo a partir de una amplia información sobre los códigos de la gente, sobre las relaciones familiares y grupales, era posible comunicar. Pero en la práctica, cuando se lograba al menos parte de esa información, los resultados para el trabajo comunicacional no eran muy brillantes. Uno puede saber mucho sobre tales o cuales pautas de relación varón-mujer en determinada población, pero ello no es suficiente para

Por otra parte, el afán de lograr la participación de la gente, llevó a proponer conceptos y metodologías más preocupados por lo participativo que por las técnicas comunicacionales. Todo parecía resolverse si el grupo opinaba, sacaba conclusiones, tomaba conciencia de determinado problema.

Mientras tanto, la verdadera efectividad comunicacional era, y es, lograda por quienes trabajan para la promoción y venta de mercancías. Las técnicas mercadológicas, orientadas al reconocimiento del valor de los mensajes para determinado sector de la población, fueron siempre más certeras en lo que a conclusiones comunicacionales se refiere, si por éstas se entiende la capacidad de seleccionar lenguajes, formatos y medios adecuados para llegar a los destinatarios.

Necesitamos, en un momento histórico como el presente, un esquema de trabajo que nos permita respetar la percepción y la cultura de la gente, pero que, al mismo tiempo, se funde en los propósitos comunicacionales de la institución.

Una de las críticas a los métodos mercadológicos es que ponen al destinatario al servicio del mensaje. Lo importante es éste y no aquél. Por eso, en las encuestas o en los grupos focales, se habla de **exposición al producto**, es decir, la gente es literalmente **expuesta** al producto comunicacional a fin de reconocer formas de percepción y de comprensión. La virtud que esto tiene, es sin duda la de centrar la atención en el mensaje. El defecto proviene de cerrar el espacio de interpretación a una relación estímulo-respuesta.

Un especialista en Planificación de la Comunicación Institucional preparado por la UCA, no puede perder de vista la relación con la gente, su participación, pero a la vez le toca hacerlo **desde** lo comunicacional, en el sentido que tiene esto para la institución en la cual se desempeña. En esa línea, hablamos nosotros de **investigación de expectativas de comunicación**.

No se trata de someter a alguien a una lectura de unos 15 ó 20 minutos de determinado mensaje, para sacar de allí ciertas apresuradas conclusiones. Pero tampoco de iniciar una investigación con métodos etnográficos, que podría llevar meses y que arrojaría conclusiones válidas para otros campos, pero no para la tarea de comunicar.

### Pasos del diagnóstico

Un punto intermedio está dado por el siguiente esquema:

1. Caracterización de situaciones de comunicación.
2. Delimitación del tema o problema a comunicar.
3. Identificación de actores sociales relacionados con el tema o problema.
4. Percepción del tema o problema por parte de los actores sociales.
5. Percepción del tema en relación a su futuro, por parte de esos actores sociales.
6. Identificación de propuestas por parte de los actores: cómo se les comunica, cómo lo comunicarían, cómo lo solucionarían.
7. Investigación de expectativas de comunicación: medios, formatos, lenguaje.

El primer punto se acerca más a lo que señalábamos sobre el análisis de la cultura de los destinatarios. Pero aquí el planteamiento es comunicacional. Veremos más adelante el concepto de **situación de comunicación**, que nos permitirá reconocer la complejidad de las relaciones en las que cada persona y cada grupo están insertos.

Por supuesto que una conceptualización semejante puede abrir el camino a una investigación interminable. Pero lo que está en juego es una caracterización general de la situación de comunicación. No es lo mismo dirigirse a sectores rurales que urbanos, y, dentro de cada uno de ellos, a determinados grupos, etc. En todos los casos es posible caracterizar en líneas generales la situación de comunicación, tomando en cuenta los medios y mensajes más frecuentados, las instituciones que comunican en la zona, el acceso a diferentes fuentes de información y las características geográficas.

Los puntos 2 a 5 resultan capitales para el destino de un mensaje. Es muy cierta, desde el punto de vista comunicacional, la afirmación “quien no conoce a su interlocutor, termina por imaginárselo”. Ya hemos visto que

sí se hace necesario avanzar en aquello que la gente sabe y no sabe del tema en torno del cual girarán los mensajes.

La etnografía y los trabajos de recuperación de la memoria oral, han permitido reconocer que un tema puede ser analizado, en lo que a su apropiación por parte de la gente se refiere, de dos maneras:

qué sabe y qué no sabe del tema nuestro interlocutor;

cómo percibe el tema.

En el primer caso podemos hablar del lado **objetivo** de la relación con el tema; en el segundo, del **subjetivo**. Por supuesto que la división nunca es tajante, pero no es lo mismo una falta de información que una percepción estereotipada de un asunto.

Los puntos 6 y 7 corresponden a la tarea propiamente comunicacional, la cual no es posible sin el tratamiento de los anteriores. Interesa revisar otras versiones del tema que circulan entre el grupo, cómo son percibidas y evaluadas por éste, qué alternativas de solución son propuestas.

El capítulo de **expectativas de comunicación**, trabajado también con la gente, supone la identificación de medios, formatos y lenguajes más apropiados para elaborar y difundir los mensajes. En relación a estas tres variables entendemos la orientación de las expectativas, y no hacia una comunicación más o menos ideal, como a menudo ha sido propuesta.

Trabajamos siempre desde una institución con propósitos determinados, y a partir de éstos se orienta la labor comunicacional. Ello no descalifica de ninguna manera otras opciones por lo comunicacional, pero en nuestra especialización buscamos ofrecer conceptos y técnicas útiles para la labor de un planificador, sin dejar de lado la participación de la gente.

### Los conceptos básicos

Para apoyar la capacitación de nuestros estudiantes en lo que hace al diagnóstico de los interlocutores, necesitamos partir de algunos conceptos básicos que, desde lo comunicacional, sirvan de base para las propuestas desarrolladas en el punto anterior. Retomamos para ello la propuesta desarrollada por Daniel Prieto C. y Carlos Cortés en la obra *La infancia es*

“Los conceptos que ofrecemos para reflexionar sobre el alcance de lo comunicacional, dentro del objetivo de realizar investigación de expectativas de comunicación y validación de materiales, son los siguientes:

1. Situaciones de comunicación.
2. Emisión y percepción permanentes.
3. Percepción y apropiación cultural.
4. Texto social.

Estamos insertos, desde que nacemos, en **situaciones de comunicación**. La sociedad nos habla a través de múltiples discursos y nos va exigiendo que aprendamos a expresarnos de determinada manera y a referirnos a ciertos temas por encima de otros. Una situación de comunicación no se resuelve a través de algo tan pobre como aquello de un emisor que emite y un receptor que recibe. Estamos siempre insertos en un todo significativo que se manifiesta por medio de distintos discursos, los cuales pueden contradecirse, sin dejar de pertenecer por ello al todo.

Una situación de comunicación va mucho más allá de la presencia de determinados medios de difusión colectiva (recordemos que el esquema tradicional de comunicación nace ligado a ellos y se lo extiende luego a toda la sociedad con la intención de interpretarla). Comprende las relaciones intrapersonales (yo conmigo mismo), grupales, sociales en general; comprende las circunstancias económicas, políticas, culturales; comprende el desarrollo de ciertas tecnologías, de ciertas formas de enfrentar y resolver los problemas de la naturaleza y la sociedad.

Nuestra propuesta es sencilla: leer situaciones sociales desde lo comunicacional, leer entonces situaciones de comunicación. El concepto es útil tanto para analizar relaciones sociales generales como para abordar las que corresponden a instituciones o grupos pequeños. Así, es posible reconocer lo que ha sucedido desde el punto de vista comunicacional durante un régimen autoritario (la censura y la autocensura, por ejemplo), o bien la situación de comunicación de una organización campesina.

Podemos hablar de situación de comunicación de un país, de una institución, de un proyecto, de una comunidad, de una familia incluso. En ellas hay discursos predominantes con ciertos recursos expresivos privilegiados y ciertos temas a los que se presta más atención.

Aprender a leer situaciones de comunicación no es tarea sencilla puesto que lo comunicacional no lo es. Si tomamos una organización, por ejemplo, una lectura completa de su situación de comunicación nos llevará a reconocer su filosofía básica, sus relaciones internas y externas, las características de sus mensajes, el manejo de medios, los métodos de acercamiento a los destinatarios de sus acciones, su memoria, entre otros temas.

Pasemos al segundo concepto. En la medida en que no hay nada humano que no tenga algún significado, en la medida en que todo lo humano significa, todo emite de manera constante. Y en la medida en que es imposible pasar por la vida sin percibir, todo el tiempo percibimos, todo el tiempo actualizamos significados, reconocemos determinadas maneras de representar, de expresar.

Hablamos, entonces, de **emisión y percepción permanentes**.

¿Qué puede aportar a una comunidad quien no es capaz de leer en sus procesos de emisión sus recursos expresivos, sus temas? No hablan, no emiten, sólo los labios. Lo hacen también los gestos, las miradas, los objetos, las ceremonias, las vestimentas, los espacios...

Todo mensaje va a dar a una determinada situación de comunicación, caracterizada por procesos de emisión y percepción permanentes. No es cierto eso que aparece en las definiciones tradicionales de comunicación: "el emisor inicia el proceso". En una situación de comunicación nadie inicia nada porque el proceso se desarrolla siempre, en todo momento. Nunca estamos ante gente preparada exclusivamente para recibir nuestros mensajes. Estamos ante gente en situaciones de comunicación, que emite y percibe a la vez y que está inserta en un riquísimo proceso, mucho más rico que el reflejado en el modelo tradicional.

Precisamente porque nos encontramos siempre en una situación de comunicación, tenemos ciertas maneras de emitir y de percibir. Hablamos de **percepción y apropiación cultural**. Los mensajes no van a

Percibir es percibir significados y no es solamente reconocer que tal o cual estímulo me agrada o desagrada. Percibir es significar seres, objetos, espacios, a uno mismo incluso y ello se funda en un larguísimo proceso de aprendizaje que se prolonga toda la vida.

A ese aprendizaje dedican la casi totalidad de sus esfuerzos educativos la familia y la sociedad en general, a través de la escuela y de otras instituciones. Vía memoria, experiencias, recriminaciones, indicaciones, gestos, se va acumulando una serie de percepciones que conforman nuestra manera de enfrentarnos a los demás, e incluso a nosotros mismos. Este proceso acumulativo constituye en gran medida la biografía de un individuo. Nadie salta por encima de él, nadie abandona de un día para otro el modo en que aprendió a percibir la realidad, a significar.

**Percepción y apropiación cultural**, entonces. Es desde aquélla, desde lo que ya somos, como nos apropiamos de toda oferta cultural de la sociedad (seguimos en estas líneas propuestas de Néstor García Canclini). Por eso un material puede ser leído de muchas maneras y por eso una campaña que busca llevar la conducta en cierta dirección puede provocar un rechazo.

¿Cómo percibe, cómo se apropia alguien de determinado *texto social*? Una campaña, una historieta, una fotonovela, constituyen textos sociales hechos desde cierto punto de vista. En este sentido, cada uno de ellos resulta una **versión** sobre cierto tema. Y todo el mundo sabe que una versión puede ser verdadera o falsa, puede acercarte a un asunto o alejarte de él. Pero, además, puede ser más o menos agradable, más o menos bella, más o menos ágil. Siempre enviamos a nuestros destinatarios textos sociales, esto es, versiones. Y a su vez, aquéllos están rodeados de otros textos, y producen los suyos. La tarea es aprender a leer los textos sociales propios de una situación de comunicación y aprender a cuidar cada detalle de los que enviamos.

Con estos cuatro conceptos buscamos situarnos más en las relaciones culturales que en el estrecho margen del modelo clásico de comunicación. El reconocimiento de situaciones de comunicación lleva al reconocimiento de los diferentes espacios de interlocución, a partir del otro para planificar comunicación y elaborar los mensajes”.

Estos elementos conceptuales se orientan a mostrar lo complejo de cualquier situación de comunicación, **pero funcionan como base de reflexión y no como un esquema que un planificador de la comunicación institucional debiera investigar en los grupos sociales con los cuales trabaja.** Se trata de un punto de partida conceptual y no de un punto de llegada de la investigación. Esta última está ligada a los temas de la institución y a la relación con los mensajes. Si no ponemos estos límites a la investigación, podemos caer en aquello de pedir a un comunicador tanta información como la que puede recoger un antropólogo.

Con tales conceptos no pretendemos agotar de ninguna manera lo que los estudiantes podrían aprender para relacionarse con los interlocutores. Por ejemplo, un tema fundamental es el de la vida cotidiana (véase para esto la quinta parte del libro de Daniel Prieto C., *Diagnóstico de comunicación*), que permite aclarar el modo en que los perceptores se apropian de determinados mensajes, tomando en consideración su historia grupal y personal, sus diarias rutinas, la manera en que se relacionan con los medios, entre otras tantas posibilidades.

### El autodiagnóstico

Existe la posibilidad de trabajar en organizaciones de apoyo al desarrollo en lo que se denomina el **autodiagnóstico comunitario**, pero siempre dentro de su práctica comunicacional.

Al respecto, y sobre la base de una reflexión comunicacional previa, Prieto C. propone una serie de pasos del autodiagnóstico comunitario, directamente relacionados con el manejo de información en un grupo o en una comunidad:

1. Identificación del problema o del tema.
2. Análisis del contexto del problema o tema.
3. Jerarquización de problemas o temas.
4. Información que poseemos.
5. Información que necesitamos.

7. Reunión de la información.
8. Procesamiento de la información.
9. Elaboración de algún tipo de documento con los resultados del procesamiento y del análisis de la información.
10. Distribución de la información.
11. Recepción de puntos de vista sobre la información.
12. Elaboración de documentos finales.
13. Proyección a futuro de lo que anticipa la información.
14. Planificación de pasos a seguir para el tratamiento del problema o del tema.

(Tomado de *El autodiagnóstico comunitario e institucional*, Ed. Humanitas, Buenos Aires, 1988).

Una práctica de este tipo es posible si se mantiene claro el alcance de la acción de un especialista en comunicación. Pasa aquí a primer plano la capacidad de trabajo grupal de nuestro profesional.

### **Diseño de objetivos comunicacionales**

En todo proceso de planificación es necesario llegar al diseño de objetivos. Al respecto, indica Luis Gonzaga Motta (*Planificación de la comunicación en proyectos participativos*, Ed. CIESPAL, Quito, 1984):

“La formulación de objetivos es, quizá, la etapa más importante del proceso de planificación, pues es el momento en el que se define lo que se va a buscar. Los objetivos comunican lo que se pretende alcanzar; orientan el desarrollo posterior del proceso de planificación y sirven de parámetros para medir el progreso del programa y sus logros finales” (p. 102).

Todo esto está claro para cualquier planificador. Lo que no suele estar tan claro es la **formulación de objetivos comunicacionales**. Porque en

comunicacional queda casi siempre como un apéndice; luego de un largo proceso viene, hacia el final, la actuación de los comunicadores.

No obstante, resultan tan importantes los objetivos comunicacionales como los que orientan las grandes líneas de una institución. El hecho de que no se los tome en cuenta se explica porque quienes están en la coordinación de las organizaciones no consideran prioritario lo comunicacional y, además, porque se mantiene la identificación con los medios de difusión colectiva.

Un plan de comunicación institucional requiere de objetivos, los cuales pueden formularse tomando en consideración las opciones fundamentales de la institución, que determinan en definitiva el para qué de la comunicación. Así, según las mismas, se puede comunicar para promover un producto, para informar, para apoyar procesos de aprendizaje, para buscar concientización sobre determinado problema, para entretener, para persuadir..., entre otras posibilidades.

Además de esas líneas generales, entra el detalle de lo que se busca con determinadas acciones o mensajes. ¿Qué se persigue, al interior de una institución, con la realización de talleres de reflexión o con reuniones entre personal de distintas secciones? ¿Qué con determinado mensaje? ¿Qué con ciertas acciones de seguimiento?

La formulación de objetivos comunicacionales permite una toma de conciencia de la importancia de lo comunicacional y una aclaración de lo que se persigue en el trabajo de la planificación institucional. A ello se añade el hecho de que es posible fijar tiempos para la labor a desarrollar.

### **Estrategias comunicacionales**

Diseñados los objetivos, viene la tarea de plantear estrategias comunicacionales para lograrlos. Si el diagnóstico se ha cumplido a cabalidad, las opciones no resultarán difíciles. Pero es en este punto donde se suele improvisar más, a partir de ciertas tendencias que ya hemos mencionado anteriormente.

Vale la pena algún ejemplo. En una región del Nordeste brasileño se había previsto una campaña a través de la radio, sobre la base de que la mayoría de la población destinataria es analfabeta. No obstante, esa estrategia de

debido a un detalle: por cuestiones religiosas lo escrito tenía en la zona mucho más prestigio que lo auditivo, a causa de la constante lectura de la Biblia que algunas personas hacían para quienes no sabían leer. La escritura, por lo tanto, representaba el punto de mayor verdad entre la población. Opción, entonces, por una estrategia equivocada, producto de un mal diagnóstico comunicacional o de la ausencia del mismo.

Las estrategias, es sabido, consisten en la elección entre múltiples posibilidades de acción. En nuestro campo, podemos distinguir áreas como:

- relaciones interpersonales en la institución
- medios de comunicación intra-institucional
- mensajes de comunicación intra-institucional
- sistemas de intercambio de información entre distintos sectores de la institución
- relación con otras instituciones (interpersonales, por determinados medios, a través de ciertos mensajes...)
- medios para dirigirse a los interlocutores
- mensajes de comunicación extra-institucional
- información a comunicar
- lenguaje a utilizar
- formatos

Tales alternativas requieren de decisiones que, como señalamos, se facilitan si existe un buen diagnóstico comunicacional. Este es siempre clave para diseñar estrategias diferenciadas de comunicación, según los distintos grupos de interlocutores de la institución.

Es de suma importancia confrontar todas esas opciones con los propios interesados. Ello nos abre al capítulo de validación, que analizaremos más adelante.

### Producción de materiales

La planificación de la producción requiere de una serie de referentes mínimos, pero fundamentales, para el trabajo.

Podemos ejemplificar esto con lo que en algunos periódicos se denomina el **libro de estilo**. Todo periodista tiene claves para orientar su tarea, sea en el tratamiento de la información o en el manejo del lenguaje. Salirse de ellas es salirse de los acuerdos generales sobre la base de los cuales trabaja la empresa.

En la gran mayoría de las instituciones no existen esos referentes mínimos y sucede que los materiales y los modos de comunicar quedan librados al buen entender de cada persona o grupo. No se trata, por supuesto, de imponer camisas de fuerza, pero sí de ofrecer una misma cara, en lo que a comunicación se refiere. Cobra aquí sentido otra vez lo dicho acerca de los documentos de referencia.

Demos un ejemplo de tales acuerdos, tomado de "*Comunicación, medios y cultura*", de Daniel Prieto C. (IICA, San José, 1990).

Todo material educativo dirigido a la comunidad deberá ser evaluado cuidadosamente por ésta, antes de su edición definitiva.

Todo material educativo deberá acercarse lo más posible a la situación de comunicación de la comunidad, para lo cual será necesario partir siempre de un diagnóstico comunicacional.

Todo material educativo deberá evitar, hasta donde sea posible, el exceso de tecnicismos, sin negar el valor que tienen los conceptos científicos. Es tarea de la institución proponer recursos científicos de manera clara.

Todo material educativo deberá centrarse en problemas vividos por la comunidad y adecuar a ellos la información.

Estos acuerdos mínimos permiten orientar la tarea y resultan de suma utilidad, tanto para los productores como para quienes aprueban en definitiva los materiales.

De un encargado de la elaboración de mensajes en una institución, se espera por lo menos lo siguiente:

- que tenga información sobre el destinatario;
- que conozca el tema sobre el cual trabaja;
- que tenga criterios en relación con el medio seleccionado;
- que se mueva con soltura en los diferentes formatos;
- que posea una capacidad de lectura crítica de sus propios materiales;
- que se acerque a sus interlocutores a través de recursos de validación.

Toca al planificador de la comunicación institucional avanzar en lo relativo a acuerdos mínimos sobre el tratamiento de los materiales (redacción, diseño y formato), y orientar y realizar las necesarias validaciones.

### Validación

Son pocas las instituciones de nuestros países que validan sus materiales. La inmensa mayoría los difunde sin haberlos confrontado previamente con sus interlocutores. Esto lleva a un verdadero despilfarro de dinero, sobre todo si se toma en cuenta que todavía se mantiene firme la confianza en el poder de los mensajes para orientar y cambiar conductas.

Entendemos validación como:

**la puesta a prueba de los materiales con sus posibles interlocutores, antes de su difusión generalizada.**

Así planteada, la práctica aparece como obvia y totalmente necesaria. Sin embargo, en muchas instituciones se considera tal paso como una pérdida de tiempo e incluso de dinero. Por lo que todo queda sujeto al criterio de algún especialista y a la opinión de quienes creen conocer la percepción de sus interlocutores. Con lo cual la improvisación continúa. Como afirmamos antes, quien no conoce a su interlocutor termina por imaginárselo.

A la ausencia de validaciones, ha sucedido el intento de llevarlas a cabo

la mercadotecnia. Se trata de entrevistar gente o de reunirla en sesiones de grupos focales, por ejemplo, a fin de pedirle que opine sobre determinadas características del mensaje: dificultad de comprensión, tamaño de la letra, colores, figuras, sonidos, etc.

Las actividades no van más allá de los 10 a 20 minutos y quien cumple el papel protagónico en las mismas es el producto comunicacional. Por supuesto que todo esto requiere de una cuidadosa preparación, pero el centro es el mensaje y la gente sólo actúa para cumplir con los intereses de los entrevistadores.

Otro tipo de validación es el que se orienta a un trabajo en profundidad con los interlocutores, a fin de llegar a acuerdos sobre el material, pero siempre desde el punto de vista del valor que tiene para ellos, de la utilidad que puede prestarles.

En realidad, lo que está en juego aquí es la percepción que la institución o el comunicador tienen de sus interlocutores. Retomamos un texto de **La infancia es el destino**, obra ya citada.

“En la base de toda esta discusión está la pregunta por el interlocutor, quien puede ser percibido a partir de tres opciones:

1. El interlocutor no sabe nada, lo importante es el mensaje.
2. El interlocutor lo sabe todo, lo importante es el proceso.
3. El interlocutor sabe y no sabe, lo importante son el proceso y el mensaje.

En la primera cae gran parte de las instituciones de apoyo al desarrollo que consideran todo el trabajo educativo como una simple extensión, como una transferencia de tecnología a seres carentes de conocimientos y de cultura. Caen también aquí muchas actitudes ligadas al mercadeo social: lo que interesa saber del interlocutor no va más lejos de sus reacciones ante los mensajes. Se trata, en definitiva, de un interlocutor ausente, por más que se lo nombre o se le hagan algunas preguntas.

En la segunda estamos ante excesos de algunos defensores de la comunicación popular: nada hay que agregarle a la sabiduría de la

preferible descubrir el hilo negro, como dicen en México, y no llevar información y soluciones a las cuales no haya llegado la comunidad por sí sola.

En la tercera se parte de la cultura de los interlocutores, pero también del reconocimiento de que **toda** cultura se compone de aciertos y errores, **toda**, la nuestra y la de cualquiera.

La percepción de lo educativo varía en cada caso. En el primero el polo emisor es rey, el mensaje traerá la conciencia o el cambio de conducta; en el segundo el interlocutor todo lo sabe, él nos educa a nosotros, nada tiene que aprender de nuestros mensajes; en el tercero, la educación se constituye en un acompañamiento, en un intercambio de experiencias y conocimientos dentro del cual cobran sentido los mensajes.

Las experiencias más sólidas que conocemos en investigación de expectativas de comunicación y validación participativa son las correspondientes a la tercera opción, que podemos sintetizar en esta premisa:

### **partir siempre del otro.**

Pero no de manera ingenua, de una idealización, sino a la vez desde la siguiente pregunta:

### **¿qué sabe y qué ignora el otro?"**

Cualquiera de las tres posibilidades indicadas llevará a adoptar distintas maneras de relacionarse con los interlocutores, o incluso llevará a no tomarlos en cuenta.

La validación pasa así de las experiencias puntuales con personas reunidas durante unos pocos minutos, a talleres de reflexión, en los cuales se avanza tomando en consideración los puntos de vista de cada quien, recuperando experiencias, anécdotas, percepciones individuales y grupales. Por supuesto que se trabaja sobre los mensajes, pero con mucha participación, con el tiempo y las reuniones necesarias para lograr un material que satisfaga a la mayoría.

### **Criterios de validación**

Mencionemos algunos criterios para este tipo de actividad:

“En cuanto al tratamiento del tema, es importante considerar aspectos como la cantidad de información, su coherencia y organización a lo largo del texto, el grado de dificultad en la comprensión ligado, por ejemplo, al empleo de tecnicismos, usos no cotidianos del lenguaje, la conexión entre los contenidos y el sentido que éstos adquieren para el destinatario. Estos son elementos que pueden considerarse en el momento de establecer **criterios de claridad-comprensión**.

Los **criterios de reconocimiento e identificación cultural** se relacionan con las representaciones del entorno más inmediato de los destinatarios: la vivienda, los personajes, las formas de vestirse, los gestos, etc. Aquí se juega la clave del proceso, porque el concepto de cultura es lo suficientemente amplio como para abarcar no sólo aspectos corporales, gestuales, espaciales, entre otros, sino también para referirse a la manera de actuar y de significar de determinados sectores sociales, como niños, mujeres, familias, parejas, entre otros.

Los **criterios de capacidad narrativa-belleza** se refieren directamente a la fluidez del mensaje, a su relación con los sentidos, a la manera en que atrae por su trama, por el interés que despiertan recursos como el de un personaje rico en características, una situación que merece ser reflexionada para buscar soluciones, una apelación al humor, entre otras posibilidades.

Por último, los **criterios de formato** aluden al uso de recursos verbales y visuales puestos en juego en relación con las características físicas de los materiales utilizados. En el caso de impresos, a través de la diagramación y la letigrafía (tamaño y disposición de letras). Y al considerar los audiovisuales, elementos como usos coloquiales del lenguaje, presencia de sinónimos, entonación, entre otros. Así mismo, tratándose de imágenes, aspectos como el uso de secuencias, la imagen completa o incompleta, la perspectiva, el uso de la caricatura, el realismo, los detalles, el color” (*La infancia es el destino*, citado).

Podemos añadir que tales criterios son útiles para pensar en materiales impresos y audiovisuales, aunque con las debidas adaptaciones.

### El método

Lo importante es que un planificador de la comunicación institucional deberá manejar herramientas de trabajo grupal y deberá organizar cuidadosamente los talleres de reflexión con los interlocutores.

No es el caso aquí desarrollar todos y cada uno de los pasos correspondientes a la validación, pero daremos prioridad a algunos de ellos, basándonos en el documento de Carlos Eduardo Cortés *Herramientas para validar* (RNTC, San José, 1993).

“Ciertas validaciones, centradas en los efectos de los mensajes, utilizan a las personas como parte de los instrumentos de prueba, a fin de confirmar si los materiales logran resultados como cambios de actitud o comportamiento, opción de consumo, decisión de voto, etc. Estos procedimientos, aplicados al campo de la educación, constituyen un modelo llamado **mercadeo social**.

No obstante, la comunicación educativa se preocupa por procedimientos de validación que asuman a los destinatarios como interlocutores fundamentales en la construcción de los mensajes, no como instrumentos de prueba. Al respecto, hemos propuesto una filosofía de relación con los destinatarios, sintetizada en los siguientes puntos:

La comunicación con la comunidad, destinada a compartir experiencias y a avanzar en un aprendizaje en común, no puede ser equiparada con el consumo de productos logrado a través de alguna campaña. Lo importante no son los mensajes sino la gente; es ésta la que da sentido a aquéllos.

No se busca llegar a la comunidad, reunirla y preguntar, en unos pocos minutos, por preferencias acerca de tal o cual color, forma o contenido de algún material. Cuando se procede de esta manera las personas pasan a ser instrumentos y no el fin último de todo un proceso.

De lo anterior se deriva el tratamiento del tiempo necesario para realizar las validaciones de materiales. Hay una percepción simplista de este trabajo que consiste en agotar todo en alguna experiencia de grupos focales o en alguna entrevista hecha contra reloj. Por el contrario, trabajar en reflexión individual, por parejas, grupal, dando a la

talleres de reflexión, laboratorios y no reuniones o entrevistas dirigidas por un especialista. Esto no quiere decir que no haya una guía mínima, pero la misma es utilizada sólo como punto de partida.

Los talleres no son un fin en sí mismo, sino que forman parte de un proceso más amplio en el cual se involucran los participantes. No estamos frente a una investigación o una validación a secas. El trabajo incluye otros eventos que podrían abrir el camino para elaborar mensajes posibles dentro de un grupo, como por ejemplo títeres, dramatizaciones y juegos, entre otros. Así, investigación y validación pasan a integrarse a una relación más amplia con la cultura y la vida cotidiana de la gente.

Principio fundamental, en esta filosofía de no usar a la población, es el de explicar siempre el sentido de las reuniones y el de devolver a la comunidad el producto de su esfuerzo. Es necesario insistir siempre en que la gente en las comunidades trabaja demasiado durante la semana y que el tiempo dedicado a estas experiencias es tomado del de descanso. Elegir con ellos, entonces, momentos comunicacionales en los que ese valioso tiempo no sea cedido sin más resultado que la misma reunión.

El sentido final está dado por un horizonte de acción que dé valor al esfuerzo realizado. Si se ofrece información y nada sucede con ella vienen las decepciones y los justos rechazos. La investigación es importante como proceso, pero para la población involucrada cuentan también los productos, en nuestro caso comunicacionales. No se trata de gestar un prototipo de mensaje más o menos ideal, sino de producir materiales que lleguen a la población de manera sostenida. Muchas investigaciones en materia de comunicación terminan en una única experiencia, cuando lo importante es lograr continuidad.

Este último punto nos remite a las relaciones con los miembros de la comunidad y con las instituciones que desempeñan actividades en la misma: promotores, la radio, la escuela, los comités, entre otros. La clave de la investigación ligada al contexto es la apropiación de los mensajes por parte de la población, tanto en sus aspectos formales como de contenido. Formales porque sucesivos talleres permiten corregir errores de percepción plasmados en los materiales producidos fuera de la comunidad; de contenido porque en definitiva está en juego una propuesta de revisión de hábitos de vida ligada a la salud de

alimentación, la educación, las relaciones familiares, etc. Para esto es fundamental avanzar en una corresponsabilidad por parte de todos los sectores.

Una validación de este tipo podría calificarse como **implacable**. En otras palabras, exige que los mensajes se defiendan solos, y asume que cualquier problema identificado es importante, porque señala un punto débil que puede mejorarse”.

El texto de Cortés nos centra en la necesidad de respetar a quienes son convocados para la validación, tanto en lo que a su participación en el proceso se refiere como en el sentido que el mismo tiene para ellos y para otras personas. En efecto, si la validación aparece como una suerte de juego misterioso, en el cual no se sabe bien quién saldrá beneficiado, queda fuera la posibilidad de hacer sentir a la gente su participación en una obra que será de utilidad social.

Por ello, la validación no se apoya en el uso de los demás para beneficio del producto o de la empresa en cuestión, sino en la oportunidad de cooperación en un proceso que servirá a todos los involucrados y a otros seres.

### Seguimiento y evaluación

Cuando se trabaja en una institución y desde la misma son promovidas acciones de comunicación con sus interlocutores, la ausencia de seguimiento y evaluación habla con toda claridad de la falta de interés que existe por los resultados de aquéllas. Hay muchos ejemplos, como el de una revista para sectores de la población beneficiados con el agua potable, que se viene reeditando desde hace más de ocho años y nunca nadie se ha preguntado qué sucede con ella.

Son muchos los casos en que la institución considera que ha cumplido su tarea por el hecho de haber puesto en circulación un mensaje, cuando en realidad, eso es apenas un momento de un proceso más amplio.

Realizada determinada acción comunicativa (a través de relaciones interpersonales o de materiales) queda la pregunta por la manera en que la gente se ha apropiado de algo, lo ha criticado o rechazado, se ha mostrado indiferente, entre tantas otras posibilidades.

Un sistema de seguimiento es capital, sobre todo si se busca una real interrelación entre la institución y sus interlocutores. Y sólo a partir de él se puede realizar una adecuada evaluación.

Los pasos para el seguimiento no son complicados. Es posible planificarlo sobre la base de talleres, a la manera de los descritos para la validación, o bien de entrevistas y de consultas periódicas generalizadas (mediante cuestionarios, por ejemplo).

Lo más importante de esta fase es una buena técnica de registro. Así como planteábamos para la memoria de una institución la necesidad de una sistematización, en este caso puede utilizarse el **texto paralelo**. Este recurso viene siendo trabajado en algunas universidades e instituciones no gubernamentales de la región, sobre la base del texto *La mediación pedagógica*, de Francisco Gutiérrez y Daniel Prieto. Se trata de una memoria de lo que va sucediendo en el trabajo con los interlocutores, manifestado a través de un documento en el cual se recogen observaciones, reflexiones, productos de entrevistas y todo lo que se produce en una relación comunicacional.

¿Qué necesidad hay de un registro semejante? La comprobación es sencilla: a menudo quienes trabajan en comunicación pasan años realizando labores de mucha importancia, pero al cabo de los mismos **no tienen dónde leerse**, es decir, no han construido su propia memoria. Y si uno no tiene dónde leerse, no le quedan muchos recursos para evaluar.

La evaluación consiste

“... en revisar lo que se hizo, si se alcanzó o no lo deseado, cómo se alcanzó, por qué el proyecto anduvo de tal o cual manera...” (Eduardo Contreras, *Planificación comunitaria*, Ed. CIESPAL, Quito, 1985, p. 43).

En nuestro caso, todo ello desde el punto de vista comunicacional. El referente fundamental es siempre el de los objetivos planteados para determinado programa o acción comunicacional. ¿Qué perseguimos con una serie de mensajes? ¿Qué con cada uno de ellos en particular? ¿Qué con las relaciones interpersonales?

Y como lo comunicacional no se da solo, porque siempre está relacionado con determinado institución, eso de calidad de educación de transferencia

de tecnología, entre otras posibilidades, la evaluación comunicacional se integra siempre en el marco de una evaluación más amplia.

Pero lo importante es no perder de vista su especificidad. Toca evaluar el modo en que fueron acogidos e interpretados los mensajes, la manera en que se desarrollaron las relaciones presenciales. Y sobre, todo, lo correspondiente a la apropiación por parte de los interlocutores de la información o de las recomendaciones para la práctica que fueron ofrecidas.

Dos alternativas de evaluación:

externa, a cargo del propio comunicador o de una persona ajena al proyecto, que selecciona ciertas variables y las analiza sin el involucramiento de los interesados;

participativa, a cargo del propio comunicador, pero con la participación activa de quienes han estado involucrados en el proceso.

No privilegiamos una u otra. Por el contrario, consideramos que hay momentos para la primera y momentos para la segunda. Resultan, por lo tanto, estrategias complementarias.

“Con gente de afuera o de adentro, la evaluación siempre debe incluir una participación del personal del proyecto de y los ‘beneficiarios’ de su acción. El grado y las formas en que se haga participativa dependerá de cada situación particular. (...) Los lineamientos generales, lo que se quiere lograr con la evaluación, las decisiones básicas, la discusión de cada paso importante, el análisis y la interpretación de la información, la comunicación y el uso de ella, debe ser plenamente participativos. No sólo por cuestiones de principios, sino hasta por simple eficacia del proceso evaluativo: se le hará más caso a los resultados si ha habido transparencia en el proceso y la gente del proyecto ha tenido su palabra y sus decisiones para encaminarlo. Y esto hará que la evaluación se afine más a lo que el proyecto verdaderamente necesita de ella” (Contreras, obra citada, p. 69).

# UN TEXTO PARALELO SOBRE LAS NUEVAS TECNOLOGIAS DE LA COMUNICACION EN LA EDUCACIÓN<sup>1</sup>

MARISOL MORENO A.\*

**E**l título del presente documento responde a la temática central que desarrolló la Cátedra Unesco en el segundo semestre de 1995 y se constituye en un texto paralelo de las distintas reflexiones orientadas por el catedrático visitante, el profesor Daniel Prieto Castillo. Por texto paralelo se entiende el documento que un alumno devuelve a su maestro en respuesta a lo acontecido durante un acto pedagógico (curso, conferencia, etc); es una construcción personal, de lo que queda después del encuentro maestro-alumno.

Este texto paralelo surge al interior del trabajo en grupo, de las conversaciones con maestros y alumnos y de lo que nos está pasando día a día en nuestras instituciones educativas colombianas, especialmente aquellas dedicadas a la educación básica.

---

\*Marisol Moreno Angarita: Colombiana. Graduada en Terapia del Lenguaje en la Universidad Nacional de Colombia, y Magister en Comunicación Social (Universidad Javeriana). Profesora-investigadora de la Universidad Externado y de la Universidad Javeriana, en las áreas de comunicación educativa y comuni-

El tema ha sido tratado ampliamente en la última década, especialmente por parte de educadores y tecnólogos, pero, pocas veces por los comunicadores educativos. A continuación vamos a desarrollar precisamente eso, **un planteamiento comunicacional**.

Daniel Prieto Castillo ha liderado una reflexión que adiciona a la mirada educativa y tecnológica, la perspectiva comunicacional; hoy por hoy, el debate acerca de las mal denominadas **nuevas tecnologías de la comunicación en la educación** pasa necesariamente por la reflexión comunicacional. En esa dirección, el presente texto paralelo pretende rescatar algunos de los múltiples aportes que el comunicador educativo, como él mismo se define, nos ofrece en su obra, para después enumerar algunos de los retos que de la misma se nos imponen.

### **La concepción integral de la problemática**

Tradicionalmente, el saber tecnológico y el saber educativo se han encontrado independientemente en el diálogo acerca de las nuevas tecnologías; de manera superficial la tecnología educativa pretendió, en algunos intentos, articular estos campos. Las instituciones educativas asumieron la entrada de las tecnologías y delegaron su inserción y funcionamiento a una figura en particular que terminó siendo en muchos casos un administrador de equipos. Las poderosas herramientas han estado siempre custodiadas de las mentes y las manos ágiles de los escolares, asumiendo que éstos eran un peligro para aquéllas.

Las comunidades educativas han visto entrar en sus vidas cotidianas las tecnologías, sin que éstas fuesen puestas en diálogo con las prácticas de enseñanza-aprendizaje, los procesos de evaluación o los procesos de acceso y circulación de la información, entre otros. Pero muchos maestros no tuvieron la oportunidad de conocer, manipular y dominar estas poderosas herramientas.

El salón de los equipos, como algunos lo denominan, ha sido rodeado de un mito de sabiduría y poder, pues alberga todas las tecnologías existentes en la institución, desde la tiza hasta la multimedia, pasando por los proyectores de acetatos. Si usted quiere usar un equipo debe dejar cierta cantidad de garantías, comprometerse a transportarlo y responsabilizarse si algo llegase a suceder.

Con el panorama anteriormente descrito, las tecnologías en lugar de estar al servicio de las necesidades educacionales, se convirtieron en prácticas sociales altamente controladas que generan angustia a cualquiera que no sea experto en su dominio. Por todo esto, y algo más, los maestros vieron entrar en sus instituciones unas nuevas tecnologías que en gran número no pudieron relacionarse entre sí, debido a la carencia de una **alfabetización tecnológica funcional**.

Porque las nuevas tecnologías, recalca Prieto, **están en las escuelas para promover el aprendizaje, fortalecer la cultura comunicacional y acompañar los procesos educativos, más allá de la mera exploración tecnológica.**

Prieto nos invita a formular preguntas que cada vez tienen mayor vigencia. ¿Qué ha pasado con las tecnologías en nuestras instituciones educativas? ¿De qué manera promovieron el aprendizaje?

Estas preguntas nos invitan a mirar las prácticas pedagógicas y su relación con el video, la televisión, los sonovisos, las computadoras, etc. Encontraremos que aunque el panorama es distinto en el ámbito rural y urbano, estatal y privado, no ha sido abordado todavía de manera integral en sus aspectos tecnológicos, pedagógicos y comunicacionales; porque las nuevas tecnologías introducen nuevas formas de relación con el tiempo y el espacio, múltiples procesos de aprendizaje y por tanto, instituciones educativas distintas.

Prieto brinda una mirada integral del problema. Nos llama a pensar en administraciones educativas, espacios comunicativos y prácticas pedagógicas que apropien realmente estas nuevas formas de sentir y explorar las tecnologías de la comunicación en la educación.

La tecnología es una actividad social centrada en el saber hacer qué, mediante el uso racional, organizado, planificado y creativo del conjunto de los recursos materiales y la información propios de un grupo humano, en una cierta época; brinda respuesta a las necesidades y/o demandas sociales en lo que respecta a la producción, distribución y uso de bienes y servicios.

Y enfatiza aún más la integralidad de la problemática cuando más adelante continúa el mismo autor reiterando que "la tecnología nace de necesida-

problemas concretos de las personas, empresas, instituciones o el conjunto de la sociedad”.

Esto último nos remite a otro aporte de la perspectiva que nos plantea el autor: **la personalización de la problemática.**

### **La problematización de la temática: de lo lejano a lo cercano**

Cuando el autor enfatiza en el aspecto cultural, global y social de la entrada de la tecnología en las instituciones educativas, también nos está remitiendo a revisar la incursión de la tecnología en la vida cotidiana y personal de los maestros y los alumnos. En este sentido surgen varios interrogantes, que a mi manera de ver, generan significados distintos y facilitan la apropiación de la tecnología.

¿Qué dificultades he encontrado para el desarrollo óptimo de los procesos de aprendizaje que acompaño?

¿Cuáles de estas dificultades pueden verse disminuidas o superarse con ayuda de las nuevas tecnologías?

Cuando el maestro asume de manera directa la decisión sobre si las tecnologías pueden o deben incursionar en el aula, y de qué manera hacerlo, en su ámbito personal se da un enorme giro sobre la comprensión, los usos y el sentido de las tecnologías de la comunicación en la educación.

Así mismo, cuando ve interrogada la acción de las tecnologías en la institución y en el aula, se siente más liberado para establecer una relación cotidiana con ellas y acceder fácilmente al proceso de alfabetización tecnológica. La tecnología, parafraseando a Prieto, debe responder a problemas concretos de las personas, de las instituciones o del conjunto de la sociedad. Si no es así, se convertirá sencillamente en equipamiento que se desactualiza día a día.

Desafortunadamente este último aspecto ha sido descuidado o malinterpretado en algunos casos, especialmente en las instituciones educativas tradicionales. Cuando pienso en alfabetización tecnológica

hago referencia a “saber hacer qué” a “cómo saber hacer qué” y “para qué saber hacer qué”.

Conocer una tecnología no es solamente realizar ciertas operaciones con ella. Dominar la tecnología implica conocerla, solucionar problemas nuevos que ella me genera y ser capaz de aplicarla creativamente, incluso para operaciones que no se habían planteado.

Muchas veces hemos asistido a eventos nacionales e internacionales, incluso algunos sobre temáticas relacionadas con las nuevas tecnologías, donde los conferencistas no pueden resolver problemas básicos para la puesta en escena de lo que quieren presentar. Siempre debemos acudir al ‘experto’, porque él es el único que sabe cómo poner a funcionar los equipos, reduciendo lo tecnológico a lo técnico.

De alguna manera los técnicos han sacado provecho de la aureola que se les ha otorgado, en la medida en que su preocupación no está relacionada con los usuarios y la interacción con la tecnología, sino con el funcionamiento de la máquina. A esto se le suma el hecho de que no leemos manuales, catálogos, instrucciones y que en los cursos de entrenamiento nos concentramos exclusivamente en las funciones que podemos realizar con las herramientas.

La reflexión anterior sirve para llamar la atención sobre el hecho de que conocer una tecnología, pasa por hacerla parte del espacio cotidiano. Esta familiaridad surge del conocimiento profundo de lo básico, de lo que la caracteriza, de sus bondades y deficiencias. Porque hay que desmitificar la sapiencia de los dueños y administradores del equipamiento. Debemos ser aliados preocupados por aprovechar al máximo los potenciales que las nuevas tecnologías de la comunicación nos brindan en el camino de los aprendizajes.

### **Los inventarios tecnológicos: un pretexto para otras cosas.**

Otro aspecto que surge de la propuesta de Prieto y que también ha sido ampliamente explicitada por otros entendidos en el tema, como Gómez Mont<sup>2</sup>, es el relacionado con los inventarios tecnológicos que sirven para pensar desde ahí muchos otros problemas centrales a la inserción de las tecnologías de la comunicación en la educación. Se pueden explorar

¿Cuáles tecnologías de comunicación tenemos en mi institución?

¿Cómo llegaron a mi institución?

¿Cuál fue mi participación, y la de la comunidad educativa en general, en el proceso de adquisición de esta tecnología?

¿Considero que la tecnología me permite acercarme a la solución de alguna necesidad sentida?

¿Para qué uso las tecnologías?

¿Qué resultados he obtenido?

¿Qué expectativas tengo de las tecnologías en el aula?

¿En cuáles prácticas pedagógicas he vinculado las tecnologías que tengo?

Estos y muchos otros interrogantes facilitan una revisión del estado actual de las nuevas tecnologías en nuestras instituciones educativas, que se encuentran también en la misma dirección que el problema de la personalización, lo cercano y lo lejano.

Esto nos lleva a pensar en ¿cuál es el valor del inventario, más allá de la cuantificación de unos recursos?

En charlas con algunos maestros<sup>3</sup> encontrábamos cómo la entrada de las tecnologías en su institución obedeció a diversas razones de orden interno y externo. Donaciones, influencias de la moda, impacto de cursos a los que habían asistido directivos de las instituciones, etc. En fin, en la gran mayoría de los casos no se había pensado institucionalmente ni se había convocado a la comunidad educativa a pensar la pertinencia y el sentido de involucrar las nuevas tecnologías de la comunicación en los procesos educativos.

Los procesos de capacitación, llámense mejor **alfabetización tecnológica**, generalmente se agotan en el dominio específico y concreto del software, obteniendo resultados deficientes y despersonalizados. Además, no se han identificado los distintos niveles de aprendizajes de la

herramienta, que se diferencian por el grado de complejidad, duración y aplicabilidad entre otros.

No es lo mismo introducir al directivo, al administrativo, al maestro de cualquier disciplina en el ámbito de la tecnología, que acompañar al estudiante en el proceso de exploración de la misma.

Si vamos a concebir institucionalmente las nuevas tecnologías, debemos acceder a ellas, usarlas y conocerlas de una manera auténtica, personalizada y acorde con los contextos culturales locales. Con sorpresa encontramos en un periódico de circulación nacional el comentario de un lector que se “aterraba” de que en una visita a una escuela, después de su presentación acerca de los equipos multimedia, un profesor se le acercó y le preguntó: ¿qué es eso de un C.D., ¿para qué sirve?

Irónicamente comentaba este señor, “no es posible que un maestro no sepa que es un C.D.”.

Y nosotros también nos aterrizaríamos de la ingenuidad de quien hacía estos comentarios. Veíamos en actitudes como éstas, las que han favorecido el fracaso en la apropiación de las tecnologías en la educación.

Otro aspecto puesto en evidencia en las discusiones, es la ausencia de una cultura comunicacional de la que formen parte las tecnologías. De igual manera se encontró que el concepto de “información” en lo relacionado con su acceso, uso, distribución y circulación ha sido muy desdeñado en las culturas institucionales educativas.

Salió también a escena la brecha generacional entre maestros y alumnos y la manera como unos y otros piensan lo educativo, la enseñanza y el aprendizaje. Las lógicas audiovisuales que mueven a los adolescentes de los noventa son todavía desconocidas e inexploradas por nuestras comunidades educativas, sin tomar en cuenta aún las lógicas audiovisuales de los preescolares de la presente década.

De ninguna manera intento valorar negativamente la inserción de las tecnologías en las instituciones; más bien, llamar la atención sobre el desarraigo de las mismas, el distanciamiento entre éstas y los proyectos educativos institucionales. Es decir, la interacción de los saberes y las prácticas tecnológicas, con los saberes y las prácticas socioculturales locales.

Desde estos lineamientos, también se explica en parte el fracaso de las tecnologías en las instituciones; si éstas no llegaron en respuesta a necesidades sentidas por los alumnos, los maestros y los directivos, tampoco han sido aprovechadas por éstos de la mejor manera.

### **El sentido: la pista central para leer a Prieto.**

En la obra general de Prieto, el “sentido” es la clave. Cuando algo me significa, pasa por mi cotidianidad y es cuando me apropio de ello. Igualmente con la computadora, el televisor, la grabadora, sucede que si no me apropio de ellas no puedo llegar a que acompañen mis procesos de aprendizaje de la forma en que yo lo deseo.

El problema, anotamos nuevamente, está en **el sentido**. ¿Para qué mi institución decide involucrar en las prácticas pedagógicas a las tecnologías de la comunicación, a las nuevas y las viejas, a las blandas y a las duras? Prieto respondería: para **promover el aprendizaje** del alumno, del maestro, de la institución y de la sociedad en general... para poder hacer con ellas lo que no ha podido hacerse antes, para mejorar la calidad de la comunicación, para hacer más productivo el aprendizaje... y muchas otras cosas.

Porque para Prieto es evidente que la comunicación juega un papel fundamental en las prácticas pedagógicas, en toda la educación. Por eso, es precisamente en el marco de una reflexión tecnológica donde lo comunicacional es estructurante y estructura, donde se vislumbra la incidencia de una cultura comunicacional que demanda a todos los lenguajes el despliegue de sus más sutiles bondades para acompañar una de las más arduas, difíciles y complejas acciones humanas, la de acompañar a otros en su aprendizaje.

A manera de conclusión, encontramos que la incursión de las nuevas tecnologías de la comunicación en la educación es una propuesta válida siempre y cuando tenga sentido para quienes pertenecen a la comunidad educativa. Por eso, es un asunto comunicacional de intercambio y negociación de significados en contextos específicos. Es, en últimas, un acto comunicacional.

Y aquí volvemos a una gran paradoja. Gracias a mi relación con la tecnología redescubro la importancia de la comunicación como espacio,

el reto de renovar mis discursos, llenarlos de vida, de contexto, de memoria colectiva, de relato íntimo, de eso que la máquina no podrá hacer. ¡Sentir!

## NOTAS

- 1 Un texto paralelo es un documento que se construye como reacción, en respuesta, en diálogo, como confrontación a lo propuesto y desarrollado por un maestro en un espacio pedagógico. Es, en otras palabras lo que un alumno, devuelve a su maestro, después de conocerlo. Este concepto, es uno de los aportes que más ha transformado las practicas pedagógicas, dentro del marco de trabajo de Prieto Castillo.  
\*\*\*\*\*e 1995. Véase su propuesta en la primera parte de estas memorias.
- 2 Tuve la oportunidad de socializar el trabajo de Prieto con maestros de educación básica y secundaria, de zonas rurales y urbanas de los Departamentos de Norte de Santander y Santander del Sur. Muchas de las discusiones sostenidas con ellos son recogidas en el presente documento.





«Comunicación, tecnologías y nuevos modos de adquisición, producción y difusión del conocimiento» es el tema de la CÁTEDRA UNESCO de Comunicación Social desarrollada durante 1995 en la Pontificia Universidad Javeriana.

La cátedra, auspiciada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), se ha constituido en un espacio de reflexión e investigación interdisciplinaria sobre la comunicación humana. Con ese objetivo, y el tema general de «comunicación, tecnologías y nuevos modos de adquisición, producción y difusión del conocimiento», en 1995 se desarrollaron diversos eventos académicos relacionados con tres subtemas:

*Perspectivas culturales de las nuevas tecnologías.*

*Nuevas tecnologías de la comunicación y sociedad.*

*Nuevas tecnologías de la comunicación y mediaciones pedagógicas.*



PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE  
PROGRAMA DE POSGRADO



FUNDACION  
SOCIAL