



Tecnologías / Identidades / Culturas



Postítulo en
Periodismo y Comunicación
Lic. en Periodismo

Facultad de Ciencia Política y RR.II.
Escuela de Comunicación Social.
Postítulo en Periodismo y Comunicación
Universidad Nacional de Rosario

AÑO 2007



Ilustración de tapa:

Composición a partir de la obra “Rueda de Bicicleta”
(1913) de Marcel Duchamp.
Fotografía de la tercera versión de 1951
perteneciente a la colección
del Museo de Arte Moderno de Nueva York.



**creative
commons**

**Atribución-CompartirDerivadasIgual 2.5 Argentina
mediante la cual:**

Usted es libre de:

- copiar, distribuir, exhibir, y ejecutar la obra
- hacer obras derivadas
- hacer uso comercial de la obra

Bajo las siguientes condiciones:



Atribución. Usted debe atribuir la obra en la forma especificada por el autor o el licenciente. “Cuadernos de Comunicación. Tecnologías/identidades/culturas. Año 2007. Editada por el Postítulo en Periodismo y Comunicación y la Escuela de Comunicación. Universidad Nacional de Rosario.”



Compartir Obras Derivadas Igual. Si usted altera, transforma, o crea sobre esta obra, sólo podrá distribuir la obra derivada resultante bajo una licencia idéntica a ésta.



CUADERNOS DE COMUNICACIÓN

Esta es una publicación de la Escuela de Comunicación Social y el Postítulo en Periodismo y Comunicación, Facultad de Ciencia Política y RR.II., Universidad Nacional de Rosario.

Facultad de Ciencia Política y RR.II – UNR –

Decano: Lic. Fabián Bicciré.

Escuela de Comunicación Social.

Directora: Lic. María Inés Suidini.

Postítulo en Periodismo y Comunicación.

Coordinadora Académica:

Mg. Silvana Comba

Dirección editorial: Edgardo Toledo y Silvana Comba

Entrevistas: Leticia Giaccaglia, Mauricio Manchado, Eugenia Reboiro, Edgardo Toledo y Silvana Comba.

Redacción: Edgardo Toledo y Silvana Comba

Corrección: Male Sánchez

Diseño editorial: Germán Villarreal

Impreso en Editorial Amalevi. Mendoza 1851. Rosario. Tirada 700 ejemplares.

SUMARIO

La innovación en el campo de la comunicación 4

ENTREVISTA A HÉCTOR SCHMUCLER

“La tecnología es orgánica al proyecto del capitalismo contemporáneo.” 5

ENTREVISTA A MARCOS PALACIOS

“Internet plantea más potenciaciones que rupturas.” 12

ENTREVISTA A CLAUDIO AVENDAÑO

“Tecnologías y escuela: de tensiones, placeres y controles.” 24

CONFERENCIA DE ELISEO VERÓN

“Regreso al futuro de la Comunicación” 35

La innovación en el campo de la comunicación

Silvana Comba y Edgardo Toledo

En los últimos años, se ha escrito mucho sobre las promesas de las tecnologías digitales de comunicación e información. No obstante, los usos que se han venido experimentando en distintos ámbitos nos recuerdan la complejidad y los tiempos más largos que conlleva cualquier innovación sociotécnica. Así lo expresan, desde distintas perspectivas, los investigadores convocados para este tercer número de los Cuadernos de Comunicación.

En el ámbito del periodismo, el investigador brasileño Marcos Palacios nos señala que las características de Internet en cuanto soporte –hipertextualidad, multimedialidad, memoria, personalización– más que rupturas son potenciaciones de características que estaban en soportes anteriores. En la red la verdadera ruptura sería la de los límites espacio-temporales. Según Palacios, por primera vez se puede hacer periodismo sin problemas de límites.

Claudio Avendaño, estudioso chileno, focaliza su análisis en las dificultades de la escuela para incorporar este tipo de tecnologías. Para el investigador hay dos temas claves: uno es seguir pensando el proceso de enseñanza situado exclusivamente en el tiempo y el lugar de la clase, cuando las tecnologías digitales van en una concepción del tiempo y del espacio distinta. El otro tema importante es el cambio del rol del docente.

Con una amplia y sólida trayectoria en la investigación en el campo de la comunicación, Eliseo Verón y Héctor Schmucler aportan sus reflexiones sobre la presencia cada vez más extendida de las tecnologías digitales. Verón analiza el tema de la convergencia de las tecnologías de las comunicaciones desde la óptica de la producción y la recepción de medios. Y Schmucler nos habla de que el espectro de lo que hoy se denominan estudios de comunicación es infinito porque estamos viviendo el fenómeno de la globalización, estrechamente vinculado a los sistemas tecnológicos de manejo de información. ■





Entrevista a Héctor Schmucler*

La tecnología es orgánica al proyecto del capitalismo contemporáneo



Héctor Schmucler ha venido investigando sobre la comunicación y la cultura desde hace más de treinta años. Reunió parte de esas reflexiones en su libro *Memoria de la Comunicación* publicado en 1997, una referencia ineludible para los interesados en este campo de estudios. Publicó, además, innumerables artículos en revistas especializadas. Actualmente desarrolla su actividad académica y de investigación en la Universidad Nacional de Córdoba y dicta cursos y seminarios en distintas universidades del país. En el 2006 dictó la conferencia de cierre en el acto académico de los cuarenta años de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Rosario.

* Entrevista realizada por Edgardo Toledo y Silvana Comba.



Como investigador pionero de la comunicación nos gustaría saber cómo ve usted hoy los estudios de comunicación.

Schmucler: Uno se siente tentado a decir cómo los ve hoy en relación a hace cuarenta años, si bien yo no conozco qué es lo que se hacía aquí hace cuarenta años, pero son ya varias décadas las que uno está transitando en estos temas. Si uno tuviera que comparar diría que lo que nos movía a estudiar los fenómenos de comunicación masiva hace treinta años, es decir cuando uno empezó en esto, tiene puntos de contacto y puntos de distancia bastantes notables en relación a lo que hoy se llaman estudios de comunicación. Por un lado, habría que puntualizar previamente lo siguiente: el espectro de lo que hoy se llama estudios de comunicación es infinito. Podríamos decir que ya casi nada deja de ser un tema vinculado natural o artificialmente a la comunicación, es decir, que la comunicación es algo así como el estudio de todos los fenómenos sociales que hoy tienen lugar en nuestro mundo. Esto no era necesariamente así hace tres o cuatro décadas, y no lo era no por una limitación de la comunicación en aquellos momentos sino porque los fenómenos de orden social, institucional, tecnológico que han acontecido a lo largo de estos años han modificado sustancialmente el funcionamiento mismo del sistema social en todas partes del mundo. Para decirlo sintéticamente, estamos viviendo el momento de la

globalización, hoy el mundo gira alrededor de este fenómeno tan discutido, tan cuestionado o tan elogiado. Pero lo cierto es que, en la práctica, lo que se llama globalización fundamentalmente tiene como núcleo la economía globalizada. Sería casi inconcebible sin los sistemas tecnológicos vinculados al manejo de información que hoy existen; no quiero decir con esto que la globalización es consecuencia de estas tecnologías de manejo de información, pero se dan juntas, no podríamos concebirla de otra manera a lo que concretamente se llama hoy economía globalizada.

Castell en uno de sus libros dice que la tecnología viene a plasmar este proyecto.

Schmucler: Exactamente. La tecnología es orgánica al proyecto del capitalismo contemporáneo, eso es lo que se llama globalización, es el proyecto actual de las formas del capitalismo.

Y eso fue siempre así.

Schmucler: Siempre fue así, efectivamente. Las tecnologías siempre han sido orgánicas al sistema que se está montando o que se está desarrollando; más aún yo diría se desarrollan determinadas tecnologías porque el modelo socioeconómico las hace posible, las hace necesarias.

Podríamos decir que las tecnologías son dispositivos socio-técnicos.

Schmucler: Exactamente. Y esto es importante destacarlo porque si no pareciera que las tecnologías tienen una especie de rumbo propio, y se les hecha mano cada uno como quiere. No. Son parte de una construcción.

Y pareciera que son neutrales, que están despojadas de toda ideología e interés. Es muy común verlas como un instrumento, como si fueran sólo un artefacto.

Schmucler: Exacto, como sólo instrumentos neutros, es decir, instrumentos que se usan para un caso y para otros no. No es así, porque el mundo va teniendo formas orgánicas, es decir, no hay tal autonomía sobre todo de estos procesos. Puede haber alguna autonomía en otras formas de la creación humana; seguramente es más difícil pensar el mundo de la creación artística, como necesariamente orgánico pero tampoco separado.

¿Qué entiende usted por comunicación?

Schmucler: Me parece que confundimos mucho, a todo se le llama comunicación. Yo creo que hay otro aspecto que a mí me interesa fundamentalmente, que es el de las relaciones entre los seres humanos. No es un simple manejo

de información sino que hay formas que se llaman de comunicación y que tienen que ver con

«Las tecnologías siempre han sido orgánicas al sistema que se está montando o que se está desarrollando; más aún yo diría se desarrollan determinadas tecnologías porque el modelo socioeconómico las hace posible, las hace necesarias.»

los espacios, los lugares, los lugares comunes que establecen los seres humanos entre sí, y que están al margen o no dependen por lo menos de determinados instrumentos que se usan para la vinculación que se establece entre uno y otro. Más aún, uno podría pensar que a veces el exceso de instrumentos para la conexión entre la gente son una falla, un déficit en la comunicación en el otro sentido que yo esbozaba recién. Esta me parece que es una diferencia fundamental, pero también es una diferencia visible en la época en que vivimos cuando creció de manera sensible el estudio de la comunicación, por lo menos en el caso de América Latina. Todos los estudios donde uno mismo participó, las investigaciones en el desarrollo de este campo, tenían una trabazón inmediata con los proyectos sociopolíticos de la época. Pensemos en el primer desarrollo de las carreras de comunicación en la Argentina, vinculado a los modelos de desarrollo que se habían instalado para toda América Latina y que tenían un lugar también importante en la Argentina. Es decir, esos grandes modelos de desarrollo preco-



nizados, estimulados por la Organización de los Estados Americanos, por Estados Unidos, básicamente. El desarrollo tuvo diversos nombres, la revolución verde, estoy hablando de hace cuarenta años, justamente, cincuenta.

En los años sesenta.

Schmucler: Claro, exactamente. En aquellos años, gran parte de los estudios vinculados a los medios masivos de comunicación - se llamaban más así que estudios generales de la comunicación- tenía casi siempre como eje en cualquier título la palabra desarrollo: la comunicación para el desarrollo. Este es un tema largo, complejo, no lo vamos a conversar ahora. Se estudiaba la comunicación desde el punto de vista de una forma de desarrollo, llamémosle modernizador capitalista, para América Latina. Pero pronto, y al calor también de los procesos políticos sociales que vive en la época América Latina, aparecen otras maneras de sostener los estudios de comunicación y es justamente la crítica a lo anterior. A tal punto que, muchas veces, se habla de los estudios críticos, pero en realidad son estudios situados políticamente en otro lugar; política, ideológica conceptual y socialmente en otro lugar.

En otro contexto.

Schmucler: Exacto, y entonces muchos de los que trabajamos en aquella época nos inscribimos acá, nos iniciamos como críticos, contra el modelo de desarrollo que quería establecer,

«...para los que trabajamos a fines de los sesenta, el trabajo en la comunicación era parte de este gran esfuerzo de los estudios vinculados a la sociedad, a la historia, a los procesos nacionales.»

legitimar, consolidar, la modernidad capitalista. Todo esto no muy claramente, tal vez quede de manera confusa para nosotros mismos, tal vez de manera rudimentaria. Pero lo cierto es que estábamos alentados por otros puntos de vista; un punto de vista que, insisto, tiene un eje esencialmente político. Es decir, para los que trabajamos a fines de los sesenta, el trabajo en la comunicación era parte de este gran esfuerzo de los estudios vinculados a la sociedad, a la historia, a los procesos nacionales. Estudios que aspiraban no a

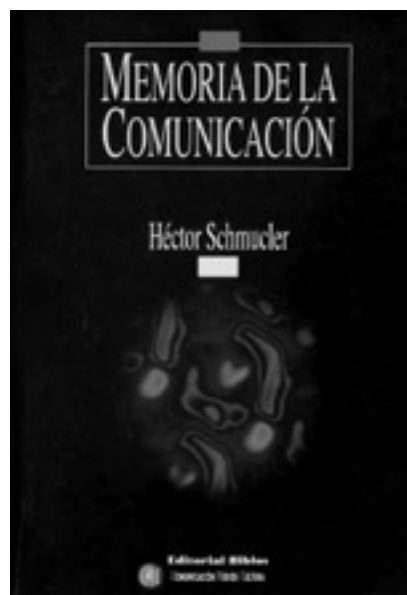
la consolidación de una modernidad que aparecía como dependiente de un sistema mundial o de un sistema por lo menos liderado por Estados Unidos. Sino que, por el contrario, era un esfuerzo también desde este campo por la emancipación, la liberación y, en algunos de los actores, por cambios sustancialmente revolucionarios. Vivimos las épocas de la ilusión o la construcción de las ideas y de las prácticas revolucionarias en América Latina y estos

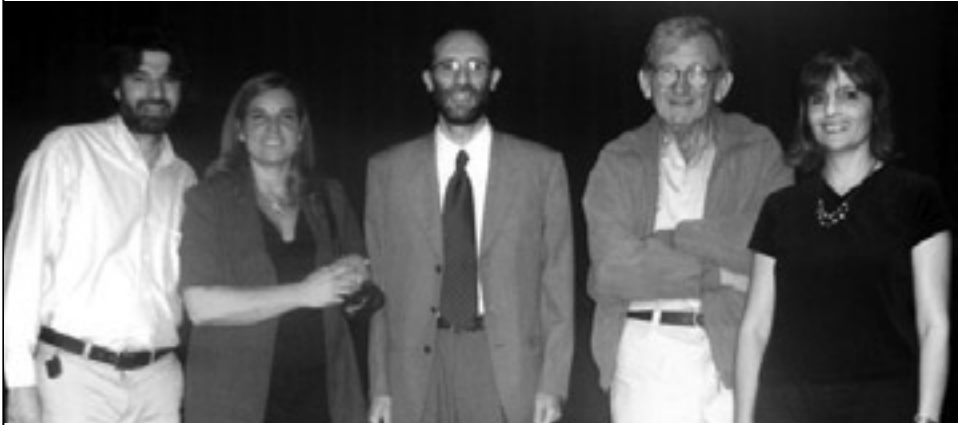
son básicamente los años setenta, con la deriva de esos años y todo lo que es conocido. Esto también marca una diferencia, no porque antes los estudios fueran peores o mejores que ahora. Hay una circunstancia que estimula, condiciona un tipo de poder, de búsqueda en los estudios de comunicación. Entonces yo diría que si uno lo describe de esta manera, sin duda, hay distancias. No me animaría a decir si lo de ahora me gusta mucho menos o me gusta igual que lo anterior. Porque es poco objetivable esto, es difícil decir antes había preocupación por esto y ahora no. Y sí, es verdad que ciertas preocupaciones no existen ahora. Pero esto no quiere decir que los estudios de antes fueran necesariamente más rigurosos que los de ahora. Yo lo que puedo decir es que lamento que el mundo hoy sea como es. Sería muy difícil querer hacer lo de antes en un mundo como éste.

En un contexto sociopolítico, económico distinto.

Schmucler: Entonces yo digo, si uno tuviera que lamentar algo, a mí me ocurre que lamento el mundo, lamento que se haya estructurado un mundo cada vez más homogéneo, un mundo donde la cultura del capitalismo, más que el sistema económico, se haya instalado globalmente. El universo es este modelo, con la incorporación de esta forma de pensar, de prácticas individuales, colectivas congruentes con este mode-

lo. Entonces, yo diría que hacer una crítica puntual no me llevaría muy lejos. Lo que importa, si uno lo piensa así, es la crítica, el no beneplácito con lo existente y, tal vez, el plegamiento de muchos del pensamiento comunicacional a esto. Existe, seguramente, un pensamiento más crítico pero así como estoy insistiendo en la crítica a lo global, también no son muchas las voces que sostienen esta posición crítica. Es tal la capacidad de hegemonía del sistema, en el sentido de establecer pautas aceptadas por la mayor parte de la población, que no resulta fácil ni





resulta conveniente en muchos sentidos la postura crítica, es como estar fuera de la realidad. A algunos, es mi caso pero claro uno ya tiene muchos años, ya ha vivido la vida, nos gusta la idea de estar fuera de la realidad para poder ver esta realidad y destacar lo que creemos adecuado, y lo mucho que creemos inadecuado para la vida de los seres humanos. Es lo único que nos interesa.

Lo que usted dice se observa en la promoción que se hace hoy de las tecnologías de comunicación y determinados estilos de vida.

Schmucler: Sí, hoy aseguramos que estamos mucho mejor. Tal vez escaparse un poco de esta trampa de la realidad, si uno le llama realidad a lo dominante, pueda ayudar a reflexionar sobre si realmente estamos tanto mejor con este mun-

do que se ofrece casi como el logro de la armonía y la perfección justamente a partir de los modelos llamados comunicacionales.

Quería hacerle una pregunta en relación con lo que usted mencionaba antes, lo que se estudiaba en los setenta desde una posición crítica. Analizándolo hoy, ¿el Pato Donald era tan malo y tan perverso como decían?

Schmucler: Visto desde hoy yo creo que habría que hacerle varias observaciones a ese tipo de análisis ideológico.

Para la época fue fantástico, en todas las escuelas de comunicación se leyó ese texto, “Para leer al Pato Donald”, de Dorfman y Mattelart.

Schmucler: Ningún libro de comunicación se

vendió tanto como ese libro, todavía sigue siendo uno de los mojones aunque ya no se lee. Yo lo prologué. Seguramente tiene innumerables defectos de rigor, tal vez, o de exagerada significación otorgada a algunos textos pero creo que, en lo sustancial, es reivindicable. No porque sea malo el Pato Donald. El problema en realidad no era el Pato Donald. Si ahí en el Pato Donald, en esa figura, esa imagen, ese personaje y los que lo rodean, estuviera centrado lo negativo del mundo, no sería muy difícil cambiar el mundo. El problema es que también el espíritu como las ideas que están en este tipo de historietas son parte de algo mucho más grande que domina la vida cotidiana. Entonces no es el Pato Donald, yo creo que a veces se ridiculizó ese texto queriendo decir que ahí estaba el enemigo. Seguramente que no, de un lado y del otro se exageraron las posturas.

La ideología estaba en lugares tan ingenuos que pasaban desapercibidos.

Schmucler: Claro, pero ahí hay algunas verdades sustanciales que están en el campo de la construcción de las ideas o de lo que se llamaba o se puede llamar ideología. Yo veo que una de las virtudes del libro es señalar que también hay ideas allí en las zonas de aparente inocencia y neutralidad, como el mundo infantil. Ese hecho me parece que rescata el valor del libro, al margen del estudio puntual que se hace. Justamen-

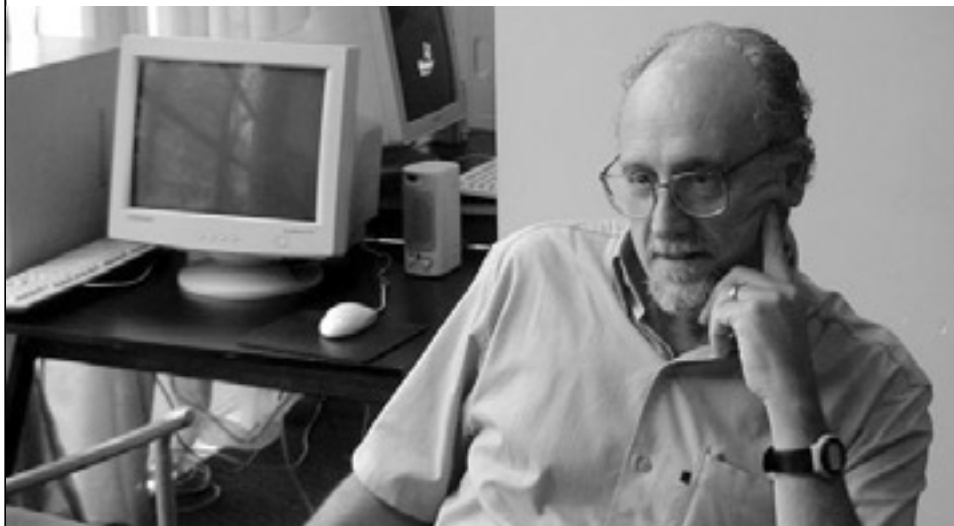
te como hablábamos recién de las tecnologías que parecen neutras, también la literatura sobre la infancia es percibida, era percibida ahora ya menos porque han cambiado las cosas, como la zona de la ingenuidad, de la inocencia.

En nuestra época podríamos observar algo similar con el uso más masivo de la computadora en los niños y adolescentes, a través de los juegos, el chateo y el espacio de socialización que representan los cibers. Se había intentado introducirla en el hogar, en la escuela, pero el uso más masivo vino por otro lado, el del entretenimiento.

Schmucler: Así es, exactamente y me parece que esto es importante al margen de los contenidos de los juegos. Ya el hecho de que los niños se socialicen con la computadora es significativo. Algunos podrán decir que está bien, otros dirán que está muy mal, pero no deja de tener significación, no es neutro. ■



Internet plantea más potenciaciones que rupturas



Marcos Palacios es profesor titular de Periodismo en la Universidad Federal de Bahía, Brasil, donde integra el Grupo de Investigación de Periodismo On-line (Gjol, Grupo Jornalismo On-line). Es Doctor en Sociología por la University of Liverpool (1979) y realizó estudios de pos-doctorado en la Universidad de Aveiro, Portugal (2002). Ha publicado numerosos artículos sobre la innovación tecnológica en el campo del periodismo en las redes digitales.

¿Cómo describirías la convivencia entre los nuevos canales de producción de información y los tradicionales?

Palacios: Yo creo que hubo un momento inicial en que se habló mucho de la sustitución de una tecnología por otra, se habló mucho de que el periódico en papel iba a desaparecer, de que todo iba a ser digital, que la pantalla de la com-

putadora sería la superficie de la cultura. Esto es apenas parte del impacto, hay de hecho un impacto muy fuerte, emergente de las tecnologías digitales en la cultura contemporánea. Yo diría que este impacto de la digitalización, en ge-

* Entrevista realizada por Leticia Giaccaglia, Eugenia Reboiro y Silvana Comba.

neral, es un impacto que afecta no solamente el presente y el futuro sino que va hacia atrás, hacia el pasado y toda la cultura se va digitalizando. A través de la digitalización se va posibilitando el acceso de una manera mucho más rápida y simplificada a todo un acervo cultural que hasta entonces había sido muy difícil de acceder.

Hoy día puedes, a través de Internet, ir a documentos que están en el museo de El Cairo y mirar los papiros, y si puedes, leer los jeroglíficos. Puedes, por ejemplo, tener acceso a manuscritos muy preciosos, que ni siquiera pueden ser tocados porque se deshacen. Hay archivos que están guardados en condiciones muy especiales y que ahora se están tornando disponibles, accesibles gracias a los procesos de digitalización. Por eso, decía que es un proceso que está en el presente, va hacia el futuro pero también va hacia atrás en dirección al pasado. Pero esto no significa que los foros culturales desaparezcan y mucho menos que desaparezcan instantáneamente o rápidamente. Es posible pensar que en un futuro los periódicos ya no sean producidos en papel, pero esto, claro, no pasa de inmediato. Me parece que es la tendencia general en este tipo de procesos de transformación, de introducción de nuevas tecnologías. Hay ciertas tecnologías que desaparecen, por ejemplo, una cinta de grabadora es una cosa en desaparición, seguramente, yo diría que en 5 años esto va a desaparecer, va a ser una cosa de museo; toda-

vía se utiliza pero muy residualmente.

Lo que pasa, por lo general, es que hay una convivencia, por un largo rato muchas veces, de las formas anteriores y las formas nuevas. Hay un proceso de complejización de las formas anteriores y una complementación entre estas formas. En el periodismo, que es lo que yo trabajo más a menudo, es evidente que cuando surge la radio la gente decía “bueno, va a desaparecer el periódico en papel” y no pasó. Luego, con la televisión igual, “va a desaparecer el periódico en papel y la radio”; pero estas formas no significan que estén estáticas y que las tecnologías no impacten en las formas anteriores, sí que impactan. Si pensamos en el presente vamos a ver que Internet ha impactado en tecnologías anteriores, no han desaparecido pero seguro que han recibido el impacto, tanto en términos de complementación mediática como en términos formales. Hay algunos canales de cable que son pura Internet, con ventanitas y cosas pasando, es un efecto formal. Las revistas semanales ilustradas han sido influenciadas muy fuertemente, uno mira y parece que está mirando también un site, es un impacto formal. Pero además de la modificación de la forma, también se modifica el contenido. Es claro que Internet produce cada vez más una rapidez de informaciones que hace que, a medida que más gente tiene acceso a este tipo de periodismo, la noticia que está en el periódico impreso no puede ser la misma



porque pierde interés. Entonces se piensa cada vez más en términos de complementación, de profundización, de discusión, una cosa más crítica, más analítica, más interpretativa. Son formas de hacer, de producción que se van modificando por las nuevas tecnologías. Lo que hay es una convivencia y una complejización, el conjunto se torna más complejo y una cosa tiene efecto sobre la otra.

¿Cómo evoluciona lo que llamás el formato discursivo periodístico al ingresar a la red, con estos nuevos medios?

Palacios: Yo creo que hay una serie de cosas a considerar. En primer lugar hay momentos dis-

tintos de la entrada del periodismo en la red, de la producción periodística en la red. Este proceso afecta al periodismo en todos los subniveles, en la producción, la circulación, el consumo; y el propio modelo de negocio periodístico también es afectado. Lo que se da en un primer momento en el periodismo en Internet es pura transposición, una nueva forma pero el contenido es el medio anterior simplemente transpuesto, como ya lo señalaba McLuhan. Esto también puede verse hacia atrás, la radio cuando empieza es el periódico leído. Después se va desarrollando un lenguaje que es propio del soporte, hay un periodismo radiofónico. En Internet es igual, en un primer momento hay



una transposición y entonces se empiezan a buscar muy lentamente formas más apropiadas al soporte. Junto a esto, creo yo, hay un punto de delimitación muy importante que es la banda ancha porque Internet es un soporte que tiene características muy específicas:

- Hipertextualidad: se pueden hacer enlaces.
- Multimedialidad: se pueden usar todos los medios, hay una convergencia de los soportes.
- Personalización: es decir, una gestión de la actualización continua, con instantaneidad, rapidez.
- Memoria: un aspecto muy importante.
- Interactividad

Todas estas características eran, en verdad potencialidades hasta la llegada de la banda ancha, promesas porque ¿cómo puedes meter un video, una foto, si la gente está conectada por teléfono? Es lentísimo.

En 1995, cuando empezamos a trabajar con periodismo digital en la Universidad Federal de Bahía, hicimos un periódico de laboratorio porque era un momento inicial. Fue el primer periódico en Internet de Bahía, pero lo interesante es que no había editores de textos, se hacía todo en HTML. Entonces, la primera parte de un curso de periodismo era un curso de HTML. Produjimos un manual de periodismo en Internet, ahí se recomendaba tener mucho cuidado con el peso, entonces, había que pensar dos o tres veces si la foto era realmente necesaria, o poner la más pequeña. Porque si la gente se impacienta,

se va a otro lado. Todas las indicaciones que había ahí era en el sentido de hacer una cosa con mucho texto y poca ilustración. Claro, ni pensar que se podía poner un audio o un video. Todas eran promesas o potencialidades que pueden ser generadas después de la banda ancha.

¿Hay rupturas con los soportes anteriores?

Palacios: En lo que se refiere a las características de Internet en cuanto soporte, como hipertextualidad, multimedialidad, actualización continua, memoria, personalización, mucho más que rupturas yo pienso que son potenciaciones de características que estaban en soportes distintos, anteriores. Vamos a tomar un ejemplo: personalización. Hoy se puede hacer personalización a niveles muy específicos. Algunos sitios permiten esto, los propios periodistas utilizan esto para personalizar simplemente la noticia o la publicidad. Por ejemplo, en un periódico como New York Times uno recibe una publicidad personalizada. El otro día recibí un mail de un amigo que hablaba de un vino que había probado y al lado había varias publicidades que vendían vino o cursos de degustación de vinos o cosas por el estilo, eso es personalización. Pero la personalización en soportes anteriores ya existía porque la fragmentación del público es una forma de personalizar. Cuando un periódico crea un suplemento infantil o automovilístico, es una forma de personalización. Lo



que hay entonces es un potenciación. Lo mismo sucede con la televisión por cable.

La hipertextualidad también está en un índice de un libro que está al final. Una enciclopedia es un hipertexto, vas a una palabra y te remite a otra y a otra, nadie va a leer una enciclopedia de la A a la Z; la enciclopedia se usa hipertextualmente. Y yo diría más, el periodismo impreso también es hipertextual, avant la lettre, porque nadie lee un periódico de letra a letra como la enciclopedia, nadie empieza ahí por la fecha y el nombre del periódico y después va bajando lee todo, después va a la página dos, después va a la tres, nadie hace eso. Yo diría que no hay ruptura sino que todo se potencia.

¿Habría alguna ruptura, entonces?

Palacios: Yo creo que en la red se da una ruptura de los límites espacio-temporales. Es la primera vez que se puede hacer periodismo sin problemas de límites, para efectos prácticos no hay límites. Claro que hay límites como la memoria de la computadora; hay límites de la gente que trabaja, la gente tiene un tiempo de trabajo. Todos son límites que se imponen, pero no el soporte, el soporte es ilimitado. Esta es la diferencia fundamental que yo considero que es una ruptura. Yo

trabajaba como editor del noticiero nacional que tenía tres páginas, pero tres páginas con las publicidades, entonces las tres se reducían a dos y media o a dos, porque podía haber una publicidad de página entera, localizada y que no se podía mover. Y había, naturalmente, material durante el día

para hacer seis u ocho páginas.

Pues claro entra ahí una de las funciones del periodismo que es seleccionar y jerarquizar, los criterios de noticiabilidad que son históricos dentro de la actividad del periodista. Determinar qué es más importante y hacer una jerarquización y, a partir de ahí, sacás lo que no interesa o interesa menos. Internet en esto marca una ruptura. Si tengo un equipo adecuado y recursos puedo poner todo el material. Entonces si

el Papa viene a visitar Rosario se puede poner una noticia más o menos breve de lo que pasa y después una serie de “lea más”, donde se va profundizando la información y ofreciendo opciones hasta llegar al sermón íntegro que ha predicado en la Catedral de Rosario. Entonces una persona que es muy católica se va a interesar y otra no, ahí entra la personalización de la selección desde el usuario. Para mí la gran ruptura sería por ahí.

«Yo creo que en la red se da una ruptura de los límites espacio-temporales. Es la primera vez que se puede hacer periodismo sin problemas de límites, para efectos prácticos no hay límites.»

Si se habla de potenciaciones, ¿cuál es el límite de potenciación antes de que se transforme en otra cosa?

Palacios: Ahí entraríamos en una visión más dialéctica de transformación de cantidad y calidad. Esto creo que se puede pensar o explorar un poco con la cuestión de la memoria, específicamente, porque es tal la potenciación de memoria con la digitalización y la informatización que, quizá, podemos hablar de un salto de calidad. Porque los libros han existido, los periódicos impresos siempre han tenido sus archivos pero esto es muy distinto. Para un usuario hacer una investigación en un archivo de un periódico es complicadísimo, hay que ir al periódico, hay que tener previsión para hacer eso, ahora ya no; igual para el productor de la información. Ahora es mucho más simple, tanto para el que produce como para el que consume la información. Puedes acceder a todo lo que se habló de un funcionario de gobierno en el periódico, por ejemplo. En la medida en que estamos hablando de redes, no es solamente la memoria del periódico es la memoria de la gente. Entonces si yo estoy trabajando periódicamente sobre un hecho o sobre una figura o una persona, yo puedo ir a la memoria de la gente, una memoria creciente, construida socialmente, colectivamente. Entonces, yo no sé si seguimos hablando más del mismo fenómeno cuando hablamos de memoria en los lenguajes tradicionales. Hoy

en día la memoria está tan potenciada que me parece que es otra cosa.

Lo que estás comentando plantea también nuevas maneras de estudiar a las audiencias de estos nuevos medios. ¿Cómo podemos pensarlas hoy?

Palacios: Yo diría que ésta es una de las áreas menos estudiadas en el periodismo en Internet y el periodismo digital. La gente por lo general repite cosas que me parece que son totalmente equivocadas a estas alturas. Yo creo que una diferencia básica entre las audiencias on-line y las audiencias tradicionales es que, anteriormente, la gente leía un periódico, el lector del Clarín, el lector de La tarde, el lector de Folha de San Pablo, el lector del New York Times, entonces era como una comunidad de “los lectores de”. Esto en Internet no existe. Puede existir una preferencia o preferencias, pero la gente transita, la tendencia en la gente es mirar muchas cosas y la propia tecnología se encarga de hacer agregaciones. Entonces vas a una página como Google News y tienes agregaciones o la sindicación. Por un lado hay movimiento, utilización de múltiples fuentes de información, no hay lector de un periódico, hay lector de muchos periódicos. Por otra parte, además de que la gente circula por muchos periódicos, hay esta otra esfera, que es la esfera del periodismo cívico, la esfera del periodismo participativo y ahora, con los



blogs, la constitución de otra esfera comunicacional. Hoy día podríamos hablar de dos cosas, por un lado la “mediaesfera” y por el otro lado, la “blogoesfera”, que están en contacto, yo diría, en un contacto de tensión. No están opuestas una a la otra, están en un contacto tensionado. Los medios tradicionales, la mediaesfera, utiliza la blogoesfera como fuente, va a la blogoesfera, saca cosas. Los propios medios tradicionales tienen sus blogs, podríamos discutir si esos son blogs, cuál es la definición de un blog. El blog no es simplemente una herramienta, la herramienta es el sustrato del blog, pero el blog es más que esto, hay una dimensión social del blog...

Una forma de producción del conocimiento...

Palacios: Exactamente, una forma de producción del conocimiento, que muchas veces no está presente en la mediaesfera. Está presente la herramienta pero no ese tejido que permite la producción de este tipo de periodismo o de conocimiento. La blogoesfera puede funcionar simplemente como una caja de percusión, de eco de lo que se hace en la mediaesfera. Pero también funciona como crítica, como fuente y como una especie de monitor, está acompañando lo que pasa en la mediaesfera. El monitoreo puede llevar a una crítica y a una producción de información nueva que, a veces, es apropiada por la mediaesfera y se transforma en periodismo de los medios tradicionales. Todo esto está pasando, esto

es nuevo, lo que no quiere decir que entonces el periodismo vaya a desaparecer. En aquel libro, Cibercultura, Pierre Levy llega a decir que el periodismo va a desaparecer, va a llegar un punto en el que va a desaparecer. Si existe toda esta producción social de información, entonces ¿para qué el periodista? Esto no es así. Si pensamos históricamente la función del periodista, qué es el periodismo históricamente, entran otras dimensiones como la depuración del dato, del evento, de la noticia, los criterios de noticiabilidad (lo que es noticia, la jerarquía, el interés público). Todos estos criterios de noticiabilidad que son del área del periodismo no necesariamente son tomados en cuenta en la blogoesfera. Muchas cosas que circulan en la blogoesfera no han sido chequeadas, no tienen ninguna credibilidad, porque también hay que pensar que estas empresas periodísticas de la mediaesfera funcionan como un rastro de credibilidad. Si se publica una noticia en Clarín o en el New York Times tiene una credibilidad que está dada por la empresa periodística que está ahí. Estos medios tienen que ir con mucho más cuidado que una persona que tiene un blog y si dice hoy una cosa, mañana dice “no, mira esto que he dicho ayer, no pasa” y ya está. La reputación existe también en la blogoesfera, pero la reputación de una persona y la reputación de una empresa periodística con 150 años son cosas difíciles de medir, de comparar una con la otra.



Los sistemas de reputación en estos nuevos medios, de los que también Rheingold ha hablado bastante en *Multitudes inteligentes*, quizá tendrían una lógica distinta a la de los medios tradicionales. Porque si bien se publica algo sin chequear la fuente en un blog, a lo mejor es la misma comunidad la que luego va a descartar o no un hecho como probable, verdadero o más fiable.

Palacios: Claro, esto pasa a instituirse, como en Slashdot. Esto es interesante porque es como un paso más. Una cosa es la producción de la información, otra cosa es la edición de la información socialmente hecha. Una página como Slashdot ya permite que este proceso sea compartido. Entonces, la gente mira y si una noticia no tiene credibilidad la pone abajo, y dice “esto no tiene ninguna credibilidad, hay 50 comentarios negativos”. La gente vota, entonces, la jerarquía es decidida colectivamente. Esto es interesante porque pasa no sólo en la producción de la información sino también en la edición.

Este también es el caso de Wikipedia.

Palacios: Claro, también.

Debido a estos cambios, ¿qué características tendría que tener hoy día un periodista? ¿Es distinto del periodista de antes, el tradicional?

Palacios: Hicimos alguna investigación de campo en periódicos y los resultados son bastante variables. Hay periódicos en que el periodista va acumulando funciones, entonces sale con una cámara y capta imágenes, hace pequeños videos y los envía. En otros no. Yo creo que en los más grandes hay una división del trabajo más grande también. Hay un fotógrafo que sale y hace fotos, y hay un reportero que hace el texto. Pero en periódicos menores sí, las funciones se van agregando aunque no las retribuciones. Ahora estás haciendo las fotos y el texto, pero te están pagando sólo el texto. Le estás sacando el empleo al fotógrafo y esto crea muchos problemas. Pero hay que tener cuidado de no caer en determinismos tecnológicos. La tecnología per-



mite que esto pase, pero socialmente esto no es interesante. Por ejemplo, por la cuestión tecnológica ningún ómnibus de la ciudad de Salvador, donde yo vivo, debería tener cobrador, no se necesita, ¿para qué? Se pone una tarjeta o una moneda y listo. Sí, pero esto no es posible socialmente, por la presión de los sindicatos, porque va a desemplear a 2500 personas, etc. Pero esto está pasando y va a pasar. Hay un autor, creo que Castells, que dice: “Todo lo que puede ser hecho por una máquina, será hecho por una máquina. Es una cuestión de tiempo.” Pero esto se da en escenarios concretos, históricos, sociales, culturales, con actores, con tensiones, con luchas, conflictos de todo orden. Entonces, no es simplemente que la tecnología está. El uso va a depender de las configuraciones de fuerzas, sigue existiendo una sociedad... por suerte.

Seguimos teniendo conflictos...

Palacios: Claro y todo esto se traslada a Internet. Internet es un sitio donde hay conflictos, donde el mal está presente, donde está la gente del bien, también. Todos están ahí, Internet puede servir como palanca para todo tipo de actividades criminales, la pedofilia, el terrorismo, la difusión de noticias falsas, al servicio de intereses totalmente oscuros. Pero también tiene una utilidad social inmensa en situaciones de crisis o atentados. Durante el reciente episodio en San Pablo, cuando hubo rebeliones en

los presidios, hubo un día en que la ciudad se vació totalmente y esto fue por causa de Internet, donde circularon cosas totalmente falsas de que iba a pasar esto y aquello, y que tenían como intención vaciar la ciudad, y vaciaron la ciudad...

Lo que pasó en San Pablo me parece una cuestión muy paradigmática del crecimiento del uso de tecnologías de comunicación e información que viabilizan o hacen más fluidos determinados procesos que no podrían haberse dado de otra manera, si no se formaban esas redes...

Palacios: Exactamente, porque hay que darse cuenta de que las redes no la constituyen solamente la gente que accede a la tecnología. Esa gente que accede conoce a otros que tal vez no accedan pero reciben la información, “mira, ha salido en Internet que esto es así...”. Entonces, basta que uno mire, y cada uno hable para diez que no han mirado en Internet. “¿Y de dónde sabes esto? Ha salido en Internet. Ah, ¿sí? Bueno”. Entonces va y le dice a otro “mira, me vuelvo para casa porque se va a parar el metro, a las dos de la tarde”, “¿pero quién te ha dicho esto?”, “Oh, sí está en Internet, va a parar”. Sólo basta uno que ha dicho, y a lo mejor ni miró en Internet, se inventó esto, y ya alcanzó. La fuerza de la tecnología es que llega también al que no tiene acceso, al que no consume

directamente. La gente a veces dice “no, porque la tecnología digital no es accesible a toda la población”. No, cuidado. Primero que no es así por esta cuestión de las redes que se conjugan con otras redes, entonces, la sociedad está toda en red. Pero no es solamente la red virtual, son las redes de la gente, las redes sociales, comunitarias.

¿Cómo se podría pensar, entonces, el tema del acceso a la tecnología?

Palacios: Muchas veces el tema de incluir a la gente en el uso de tecnología es pensado de una manera muy limitada. Entonces, para incluir a la gente en Internet hay que meter una serie de telepuestos, en cada esquina un telepuesto y ya está, o una computadora en la escuela... Yo estoy haciendo una investigación en un proyecto “Aveiro, ciudad digital”- Aveiro es una ciudad pequeña de Portugal. Es muy interesante porque han pensado solucionar la cuestión tecnológica, técnica, del acceso. Entonces, metieron una serie de telepuestos, está lleno de computadoras, puedes entrar gratis y acceder. Y la gente no entra, porque no es así... Una cosa es que las máquinas estén disponibles, otra cosa es la motivación, ¿por qué van a entrar? Entran

los que siempre ya entraban, que son los jóvenes, que tienen acceso en la escuela, en la casa, en el centro de juventud, y cosas así. Los otros

«... es tal la potenciación de memoria con la digitalización y la informatización que, quizá, podemos hablar de un salto de calidad. Porque los libros han existido, los periódicos impresos siempre han tenido sus archivos pero esto es muy distinto.»

no, los miraban. “Bueno, sí, están ahí, ¿para qué serán?”. Y si vas a una persona y le dices “mira, pero puedes ir ahí y hacer el pago del impuesto”, te responde “pero yo para pagar voy allá y está el señor Miguel, que es mi amigo y charlamos y después vamos a tomar un café y pago ahí”. La dimensión de la ciudad no hacía necesario el pago virtual. En una ciudad como San Pablo o Rosario, sí... Es interesante que se tenga la posibilidad de hacerlo a través de Internet, no está “el señor Miguel” para pagarle, hay una persona anónima y colas, colas... Entonces, ya no haces cola y lo pagas virtualmente y todo va muy bien. Hay que pensar el uso de tecnología en su con-

texto. Además, la inclusión no es simplemente esto, para estar incluido en las tecnologías digitales no es necesaria Internet...

Ya estamos incluidos. Una persona, por ejemplo, que necesita usar un cajero automático, ya está incluida en la lógica digital, porque tiene que tocar una pantalla...



Palacios: Claro, exactamente, esta es la otra dimensión que tiene que ser tomada en consideración. No es simplemente acceder a Internet, es la incorporación de estas tecnologías a los equipamientos colectivos, cotidianos, que ya está ocurriendo. Pero esta es una cuestión política a ser trabajada, que estas tecnologías sean crecientemente incorporadas a los equipamientos colectivos, aunque la gente sea analfabeta va a estar incluida. Porque la gente va a un hospital, en una villa, una ciudad pequeña, y puede hacerse ahí una radiografía, que será enviada a un centro, donde un experto, el mejor especialista, va a mirar y hacer un diagnóstico y mandárselo. Entonces, esto es inclusión. O cuando estas tecnologías se incorporen a los sistemas del control del transporte en la ciudad, van a hacer que los autobuses circulen mejor, que la gente tenga un servicio mejor de transporte, ésta es una forma de inclusión.

En un artículo hablás de Internet como ambiente, más que como medio...

Palacios: Claro, como sistema, como ambiente de acción. Entonces la gente va a Internet y puede usar la red como un ambiente de acción, pero éste es un nivel de la existencia de las tecnologías digitales. El otro nivel es el que hablamos que va más allá del acceso a Internet, y se incorpora a las cosas, a los objetos, al día a día de cada uno. La gente tiene su tarjeta, va a

la caja, saca su pensión. No es un letrado que va a Internet a leer literatura, no, va ahí para sacar su pensión y ésta es una forma de inclusión que facilita la vida de la gente. Ya no tiene que ir al centro de la ciudad al banco, no tiene que estar en la cola, nada de eso. Todo esto creo que es inclusión y hay que pensarlo políticamente, demandarlo. Para que se multipliquen los usos, hay que demandarlo políticamente.

En este tema de la inclusión también interviene la facilidad o no del uso, la posibilidad de desarrollar interfaces que realmente ofrezcan soluciones en lugar de agregar problemas. En el caso de los blogs, por ejemplo, se pueden gestionar contenidos de manera simple sin tener que aprender html, aunque aún existen muchos problemas técnicos.

Palacios: Claro, estas interfaces cada vez más amigables facilitan mucho la utilización. Pero de cualquier manera hay un límite, que es el nivel cultural, si la persona no lo tiene, por más que sea simple, no lo va a poder usar...

Buscar información, seleccionarla, no es una cuestión de apretar unas teclas, sino de determinados procesos cognitivos que tienen que estar más o menos desarrollados.

Palacios: Sí, es muy simple hacer un blog, pero hay que tener cosas para meter en el blog.

¿Qué es lo que valorás más de los blogs, lo que te parece más rico para trabajar? ¿Qué es lo que tiene que tener un blog para que digas “bueno, este blog funciona”?

Palacios: Bueno, yo creo que no hay una receta de lo que tiene que tener, yo creo que en esto de los blogs vale mucho el dicho de Mao Tse-Tung, “que florezcan mis flores”. Yo creo que lo que llama la atención es justamente esta dinámica de funcionamiento, que es una dinámica social. Si no hay enlaces, el blog no existe, nunca va a ser visto. Entonces, cuanto más enlaces se van produciendo, más visible es el blog. Esto fuerza a que la persona que tenga un blog, tenga sus listas de RSS, y esté paseando por la blogosfera y haciendo enlaces. Porque si no haces el enlace, puedes simplemente robar, sacas la información de ahí, la pones acá y no dices de dónde la sacaste. Pero si no haces el enlace, no creces. No se crean comunidades, no va a ser encontrado por los buscadores. Porque los buscadores te van a encontrar cuanto más enlaces se hacen. Esto fuerza la cosa de la comunidad, la dinámica está dada por la lógica de la herramienta. Porque como dije, si se usa la herramienta en el periódico, la lógica no tiene nada que ver. El mejor ejemplo en Brasil es el blog de Noblat, que es un periodista. Él tenía su blog en un portal, después fue contratado por el periódico *Estado de San Pablo* y pasó a ser un blog allí. Claro, que esto tiene efectos sobre el periódico *Estado*

de San Pablo, sobre la mediaesfera. Hay un blog en primera plana, ahí en el más tradicional periódico de Brasil. Muchas veces el titular del periódico sale del blog, muy interesante. Muchas veces, un posteo que él pone en su blog tiene 500 comentarios, hay una cosa de esfera pública ahí, muy interesante. Pero, este blog no está “linkeado” a la blogoesfera, es una herramienta que permite que él tenga su columna como tenía antes. Tenía una columna donde hacía comentarios, ahora tiene una columna donde hace comentarios muy ágiles, por la actualización continua, que es una característica del periodismo on-line, permite la participación, está la interactividad que es otra de las características de ese periodismo. Pero no hay esta conectividad propia de la blogoesfera, porque cuando él hace algún enlace, lo hace con la mediaesfera, o está enlazando con artículos, noticias, del propio *Estado de San Pablo*, o noticias de la revista *Veja*, del periódico *Folha de San Pablo*. Entonces, él no participa de la blogoesfera. Utiliza la herramienta, tiene la forma de blog y el idioma, pero si piensas en la dinámica, no es la misma. ■



Tecnologías y escuela: de tensiones, placeres y controles



Claudio Avendaño es Licenciado en Sociología, Universidad de Chile, y Doctor en Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona. Actualmente es Director del Magister Internacional en Comunicación de la Universidad Diego Portales, de Santiago de Chile, donde también se desempeña como Profesor-Investigador en la Facultad de Comunicación y Letras. Es, además, Presidente de la Asociación Chilena de Investigadores en Comunicación. Ha publicado “Comunicación: la televisión desde los niños.” donde analiza la interacción entre los niños y los medios de comunicación con énfasis en la televisión. Se especializa en temas de comunicación y educación.

¿Qué estás investigando actualmente?

Avendaño: Estoy en un proyecto de investigación sobre el uso de Internet en círculos populares. Básicamente, la pregunta que nos hacemos es cuáles son los usos que hacen los pobres de las tecnologías digitales. Ya hemos tenido acercamientos etnográficos a familias de sectores populares. El tipo de acercamiento es partir de organizaciones que están en la población, en los barrios y después llegar a las casas. En este momento, estamos en la primera etapa de trabajo, con organizaciones que, de alguna manera, tienen que ver con el tema de las tecnologías digitales.

¿Con qué tipo de organizaciones sociales trabajan?

Avendaño: Con grupos de vecinos, con grupos vinculados a la iglesia. Por ejemplo, trabajamos mucho con un centro de educación de la Iglesia Católica de La Quintana, que es un barrio muy popular, donde daban cursos de Internet a las mujeres. Una señora del barrio que tenía cierta habilidad organizó el curso abierto y gratuito, consiguieron computadoras con banda ancha. Incluso tuvieron muchos problemas con eso, porque ellos querían usar banda ancha y no llegaba al barrio. Lo que nos llamó la atención, conversando con las mujeres que asisten a los cursos sobre su percepción, su valoración, es que nos decían que lo más interesante del cur-

so es haber encontrado un lugar en el cual conversar sobre un tema en común. Iban al curso, fundamentalmente, porque querían saber de qué se trataba, porque los hijos la usaban, etc, para ayudarles a hacer las tareas o para actualizarse. Pero la gratificación más importante era que habían encontrado un espacio de sociabilidad en el cual conversar. Hicimos una observación en poblaciones de cibercafé, en general, era observación y entrevista. La pregunta era por qué las personas deciden gastar su dinero, que no es muy abundante, en pagar una hora o media hora de conexión a Internet. O sea, qué hace que destinen ese tiempo en un ciber, tiempo que probablemente podrían ocupar en otra cosa. La mayoría de la gente no va por eso de abrirse al mundo y ver lo que pasa en otro lado sino para relacionarse con gente que ellos conocen. No era esto de que vamos a navegar por el mundo... y en ese estado estamos de la investigación.

Se crean nuevos espacios de comunicación que refuerzan o amplían las socialidades o las posibilidades de encuentro. Esto me hace acordar a las actividades de alfabetización en poblaciones marginales, donde el espacio de la alfabetización más tradicional tenía que ver

* Entrevista realizada por Edgardo Toledo y Silvana Comba.



también con poder hablar de temas que les interesaban y que, fuera de ese ámbito, resultaban muy difíciles de tratar. Por ejemplo, precisamente en los grupos de mujeres, salían problemas de violencia familiar y otras cuestiones relacionadas con la vida del barrio.

Avendaño: Sí, sería una reconstrucción de la misma idea. El proyecto debería terminar en los próximos cuatro o cinco meses.

En los ámbitos de educación más formal ¿como ves la introducción de tecnologías digitales?

Avendaño: Allá en Chile existe una tradición bastante importante desde comienzos de los 90, con un proyecto nacional que se llama Enlaces que, en principio, era básicamente la introducción del computador y luego, al final de los 90, el convenio con empresas de servicios de Internet. El Estado decidió que ésta era un área prioritaria y por lo tanto genera las condiciones y recursos para que se desarrolle este tipo de proyectos. Posteriormente, se han ido agregando los portales que ofrecen los elementos básicos como para justificar su uso o incentivar su mayor uso en la escuela. La impresión que yo tengo, en general, y después de ha-

ber leído resultados de estudios, es que, finalmente, las promesas “Bill Gates” de que la instalación de esta tecnología iba a mejorar la ca-

lidad del aprendizaje no parecerían cumplirse. Yo creo que hay varios temas, uno tiene que ver con el profesor, ahí hay un mediador que puede facilitar o puede obstaculizar el desarrollo de la tecnología. En un primer nivel de análisis uno podría decir que tiene que ver con la predisposición del profesor respecto al mundo tecnológico. En parte puede ser eso, pero un factor importante tiene que ver con la definición del nuevo rol del profesor a partir de estos cambios. Entonces, eso significa en la práctica que el tema de tecnología aparece en el medio de un debate que no sólo tiene que ver con la escuela sino con el sentido finalmente de su rol. No es simplemente asociable al saber de las tecnolo-

gías. Después hay un tema también técnico, yo creo que en los colegios, en general, los alumnos tienen escaso tiempo para utilizarlas y, además, es un uso muy escolarizado. Esta tecnología, a diferencia del televisor que se instaló en la familia, está en distintos lugares, en la escuela, en la casa. Algunos chilenos dicen “sí, yo tengo

«Y llegan estas tecnologías, con otro tipo de significaciones, con otro tipo de propuestas simbólicas, con una cultura de la imagen, de lo afectivo y lo lúdico que entran justamente en tensión con la cultura escolar, que es una cultura predominantemente letrada.»

Internet aquí en la casa pero es muy lento”. Entonces, los sujetos se mueven como nómades en distintos espacios donde van encontrando elementos. Por ejemplo, en el caso de Chile existen tres tipos de financiamiento para la educación: particular paga, particular subvencionada y pública. En gran parte, el país se mueve en el sistema público y en el particular subvencionado. En un mismo barrio existen dos colegios uno particular subvencionado y uno público y tienen que competir por la matrícula. Entonces, tienen que ofrecerle a la familia algo que los diferencie y ahí la tecnología digital se ha transformado en un recurso de seducción, de persuasión. “Esta es una escuela moderna, diferenciadora, mire tenemos una sala de Internet.”

A mí me llamó la atención que otra vez la escuela entra en contradicción con lo que pasa afuera, en el mundo. Como vos decías, las tecnologías se usan distinto, poco tiempo, muy estructurado, muy escolarizado. ¿Por qué será que siempre que pasa algo por afuera, la escuela no lo puede canalizar, vehicular? Siempre tiene que ir con una lógica distinta a lo que pasa. También ocurrió con otras tecnologías, por ejemplo, cuando se introdujo el video en la escuela, no resultó. Pero no por el video, por la herramienta, sino por el uso o la implementación pedagógica que se le dio al video.

Avendaño: Un caso distinto fue el del cine. Yo





me acuerdo cuando era pequeño, en mi escuela, una escuela pública de barrio, nos daban una función de cine, en el gimnasio. Pasaban una película cualquiera, daba lo mismo. Pero era distinto, porque yo creo que ahí la relación que tenía la escuela con esta tecnología se podría sintetizar en “éste es un espacio en el cual les vamos a mostrar a estos niños algo distinto que está pasando en el mundo, que son las películas.” Pero estas películas no estaban en ninguna tensión con el currículum, no se transformaron en una amenaza, sino que era un espacio muy circunscrito dentro de la escuela, adonde llegaba un señor de afuera con el proyector y daba una película y por lo tanto no pasaba nada.

Es como que en la relación con el cine todos seríamos espectadores, no es una tecnología de la que uno se apropia para producir cine.

Avendaño: Exactamente. El video no, el video es “hacer video”. Y ahí la cosa empieza, entra en tensión.

La tecnología del video no es para ser receptor solamente, sino también, siguiendo el modelo canónico, es para ser emisor.

Avendaño: Claro, y ahí se produce la tensión porque básicamente yo creo que la escuela todavía, en gran parte, tiene esa matriz ilustrada, “moderna”, salvadora, transformadora del bárbaro en civilizado. Entonces se ubica en un lugar

de saber autorizado, que la sociedad le ha dado, y que fue parte importante de nuestra historia en América Latina. Y llegan estas tecnologías, con otro tipo de significaciones, con otro tipo de propuestas simbólicas, con una cultura de la imagen, de lo afectivo y lo lúdico que entran justamente en tensión con la cultura escolar, que es una cultura predominantemente letrada.

Y una cultura del control y la uniformidad. Se trata de equiparar los ritmos de aprendizaje, los contenidos, y estas tecnologías, por el contrario, me parece que permiten más diversidad.

Avendaño: Y permiten una cosa que es fundamental, que es el placer. Todas estas tecnologías implican una cuota de placer para el que las utiliza y la escuela pareciera pensar “si la pasamos bien, no es educativo”. El placer tiene ese elemento que al profesor le molesta. Y bueno, hay muchos otros factores relacionados con la introducción de las tecnologías, pero yo creo que por ahí viene la dificultad y que, probablemente, no tiene mucho que ver con el acceso. Porque los datos en Chile son que los profesores tienen acceso a Internet en sus casas, tienen computadoras. Así que ya no es el viejo tema, de que no sé de qué se trata. Entonces ahora el problema tiene que ver con que finalmente hay una tensión entre dos formas de estar insertos

en mundos distintos, el profesor por un lado y el estudiante por el otro. Los alumnos se instalan de una forma distinta en la sociedad y lo más interesante pasa por fuera de la escuela. Lo que pasa es que antes no pasaba nada por fuera, ahora todo pasa por fuera.

¿Y cómo ves en el ámbito del periodismo el uso de este tipo de tecnologías?

Avendaño: Bueno, ahí soy bastante más ignorante, te puedo contar lo que yo he escuchado allá conversando con los colegas, qué es lo que pasa en los medios. El trabajo del periodista básicamente es dar forma a cosas, es estructurar y dar sentido al mundo, informar finalmente. En-

tonces, claro, aparecen estas tecnologías como extremadamente pertinentes a su trabajo, porque justamente le permiten buscar información, reportear. Pero el problema está en que se produce el efecto perverso de que ahora no reportean, sino que todo es a través de Internet. O sea, ya no está el hecho de ir a producir la nota, hacer la entrevista. Entonces, nos quedamos con que todo está en Internet.

Vos me enviás un correo con lo que estás haciendo y yo de ahí refrito un poco y armo la nota. O lo levanto de tu página, pego en la mía, y sigue el círculo...

Avendaño: Claro, exactamente. Puede ser un





poco de nostalgia, también, el viejo periodista que salía, con la grabadora, con la libretita y se paraba en la esquina y veía qué estaba pasando en la sociedad. Hay un dejo de nostalgia en eso, pero también es cierto que, por otro lado, no todo está en Internet. Tampoco puede ser que finalmente el periodismo se transforme en una práctica que tenga que ver con aquello que los actores más importantes logran situar en Internet. Eso también se puede “estrategar”, se puede lograr que tu discurso en Internet sea algo importante, hay formas para aparecer en Google, por ejemplo.

Las estrategias de visibilidad y también el fenómeno de los blogs que abren espacios.

Avendaño: Claro, y el fenómeno de los blogs es relativo, porque en este momento las empresas, por ejemplo, instalan muchos blogs, para testear productos, para saber, para investigar, etcétera. Entonces, cómo sabes tú quién está detrás del blog, quien lo está produciendo.

Cuál es la fuente de información, porque nacieron como una resistencia, con un espíritu revolucionario, de alguna manera, pero ya el mundo de los negocios los está incorporando.

Avendaño: Exactamente, en cualquier plan de comunicación en una empresa tiene que estar el tema de los blogs. O sea ya no se puede pensar sólo en los medios tradicionales.

«Los alumnos se ins-
talan de una forma
distinta en la socie-
dad y lo más intere-
sante pasa por fuera
de la escuela. Lo que
pasa es que antes no
pasaba nada por fue-
ra, ahora todo pasa
por fuera. »

E inclusive hay empresas que tienen, gestionan blogs como negocio, y le pagan a contentidistas. Una cosa es quizás el origen, del que hablábamos recién, y otra cosa es cómo fue derivando el uso de la herramienta.

Avendaño: Así es, hay muchos interrogantes. Por ejemplo, un colega catalán me contaba que tenían dudas en empezar a investigar para los tipos que tienen los blogs más importantes. Su análisis era, es-

tos tipos invierten una cantidad de tiempo del día para poder producir un blog, y ¿quién los financia? O sea, no estamos en la teoría conspirativa, pero por lo menos es válido hacerse la pregunta. Estos tipos están generando opinión, están generando movimiento, van generando convergencias, condensando puntos de vista. Bueno, pero y, ¿quién está detrás?

Retomando la relación educación – tecnología, ¿cómo te imaginás en el futuro su uso en la escuela? Porque hoy la tecnología no le pidió permiso a esa estructura escolar tan cerrada, orto-

doxa, es como que entró, se coló por abajo, por distintos lugares. Antes el maestro no aceptaba que bajaras algo de Internet para hacer un trabajo práctico, hoy ya no.

Avendaño: Los docentes de mi generación se quedaron hace muchos años atrás pero yo creo que hay algunas claves, algunos temas que hay que pensar. Uno de esos temas es que nosotros pensamos la escuela y los aprendizajes, el proceso de enseñanza, situado en un tiempo y un lugar. O sea, yo voy a la universidad a estudiar, me traslado físicamente desde mi casa y estoy en la sala en un horario determinado y por lo tanto hay una idea de tiempo y espacio asociado al proceso educativo y ése es el modelo que nosotros tenemos de escuela, con las críticas que uno puede hacerle. Claro, el problema que existe ahora es que los estudiantes están ahí físicamente, pero uno no sabe adonde están. Los que damos clases sabemos que captar la atención de los jóvenes durante una hora y media es un esfuerzo. Tú ves que 10 minutos, 15 minutos antes de que termine la clase, se desconectaron, se fueron y se acabó.

E incluso durante la clase la atención es compartida.

Avendaño: Claro, entonces la clase de una hora y media se reduce.

Es todo un desafío mantenerla.

Avendaño: Yo la pienso ahora en trozos de media hora.

Hay que tener muy en cuenta la motivación porque media hora de hoy en día es mucho tiempo... para nosotros quizá no es nada porque venimos del siglo pasado.

Avendaño: Exacto, ése es uno de los temas donde probablemente más cambio exista, porque estas tecnologías van en una concepción del tiempo y del espacio distinta. No probablemente en los temas de soporte, yo creo que por ahí no va el tema porque, finalmente, esto del “copiar y pegar”, que es tan criticado, es una práctica también histórica. O sea, yo recuerdo cuando chico, que muchos de nosotros hacíamos lo mismo, de copiar y pegar, lo copiábamos de la enciclopedia, nos pedían algo y copiábamos o parafraseábamos, pero tampoco era una actividad de aprendizaje, o sea, no todo necesariamente es una actividad donde el sujeto se involucre en el aprendizaje, también hay simplemente procesos de reproducción.

Quizá estas tecnologías facilitan algunas cuestiones y crean otros ritmos...

Avendaño: Pero son prácticas de siempre, no desconocidas, no nuevas. El otro tema importante tiene que ver, a mi juicio, con el docente, con el cambio del rol del docente. Uno comienza a observar que el trabajo docente no está circunscrito a ese tiempo y a ese espacio de la clase. El trabajo docente normalmente está asociado a hacer clase, a esa actividad, yo voy a hacer



clase, voy a la universidad y doy mi clase, después probablemente reviso algunos trabajos.

Ahora no, tú necesitas estar permanentemente conectado con tus estudiantes.

Ellos están requiriendo cosas, pidiéndote información, haciendo consultas, etc. Y, por lo tanto, ahí hay un tema importante en el cual el rol del docente necesariamente está cambiando. Y tiene que ver con un cambio más general que veíamos con el cambio del sentido de la escuela en este proceso. Yo creo que el tema hoy no necesariamente está bien asimilado todavía, el tema de pasar de una generación como la nuestra, en que el punto fundamental era buscar información, a una generación donde el tema es procesar la información, validarla, etc. En estos momentos, ¿cómo sé yo que el que está escribiendo un blog, o el que tiene un blog, es el que dice ser? Entonces es otro tipo de preguntas.

Claro, ahora ¿es tan importante quién dijo? Es que nosotros venimos de una cultura de autor muy fuerte.

Avendaño: De la propiedad y todo ese cuento, ¿no?

Y ahora la producción puede ser más colectiva...

Avendaño: Claro, entonces, yo creo que ese tipo de área, ese tipo de formación, es fundamental en lo que uno hace, eso necesariamente obliga a estar permanentemente revisando críticamente lo que se está produciendo. Yo creo que por el lado del profesor viene otro cambio importante. Y, el otro, el tercer elemento de la escuela, es que no hay que ir a buscarlo en el futuro, es lo que está ahora. El cambio en la escuela es lo que están viviendo los niños ahora, o sea, no me situó en la perspectiva del futuro, sino que digo, ¿quiénes son los estudiantes hoy día? De partida ya no son alumnos, en el sentido que alumno significa “sin luz”, que era la idea de la Ilustración de que el docente realmente es el que le da la luz a los estudiantes, sino que son sujetos con otras luces y con luces que no necesariamente son las luces que la escuela requiere. Las nuevas prácticas educativas

hablan del significado de darse cuenta, o de asumir la subjetividad y el contexto del otro,

«¿quiénes son los estudiantes hoy día?

De partida ya no son alumnos, en el sentido que alumno significa “sin luz”, que

era la idea de la Ilustración de que

el docente realmente es el que le da la

luz a los estudiantes, sino que son sujetos con otras luces

y con luces que no necesariamente son

las luces que la escuela requiere. »

y esto probablemente nos suena muy bien en el discurso, pero como práctica es muy complicada, es muy difícil. Yo digo, con cursos de 45 alumnos, en las escuelas públicas, es muy difícil hacerse cargo de ese tema. A mi juicio no habría que hacer un trabajo prospectivo respecto del estudiante, sino estudiarlo ahora. Por eso, el tema del movimiento secundario en Chile y sus formas de protesta me parece muy interesante porque justamente revela muchas cosas de lo que son los jóvenes hoy en día, y que no conocemos. Los estudiantes hablaban a los medios como los medios querían escuchar y eso, obviamente, tiene que ver con que ellos son hijos de los medios, han nacido con la televisión, saben cómo se habla en la televisión. Si quieren hablar lo pueden hacer normalmente, no necesitan “mediatraining” como los adultos. Es su ambiente, no los inhibe hablar frente a una cámara, algunos de ellos en sus escuelas hacen videos para las asignaturas, entonces es una tecnología que en general a ellos les resulta familiar.

Los docentes tenemos muchos prejuicios con respecto a los alumnos, esperamos siempre otra cosa. Ellos tienen otros modos de expresarse, de usar el cuerpo, una dimensión hasta más lúdica, más de recombinação de elementos. Creo que nos faltan herramientas como para poder aprender qué podemos ha-

cer con eso, qué otro tipo de cosas se pueden hacer para incorporar esas otras luces.

Avendaño: Exacto. Por ejemplo, una de las cosas que yo siempre pensaba es que la escuela básica es menos reaccionaria que la universidad. Pero la universidad es lo más conservador que existe, somos los más lentos. Yo creo que también hay un tema que tiene que ver con cómo logramos dar cuenta de la diversidad del mundo de hoy. Nosotros tenemos muy presente la idea de la homogeneidad en nuestra práctica educativa, todos tienen que responder lo mismo en la prueba, saber lo mismo. Y lo que nosotros vimos en el movimiento estudiantil es una gran diversidad, o sea dentro de un colegio había muchos grupos, había muchas músicas, había muchas formas de vestirse, y eso salió en la toma y no salía en la escuela. ¿Por qué? Porque la escuela todavía viene con la idea de lo universal, como proyecto de la modernidad, como valor de la modernidad, y aquí estamos en algo distinto.

Entre los docentes hay determinados mandatos, esta cuestión de que hay que evaluar de tal forma, que todos tienen que producir igual o con determinado estándar. A mí me da la sensación de que cuando se intenta innovar, en general, hay rechazo o lo nuevo es considerado como poco riguroso, poco

serio. Cuando, en realidad, a veces implica mucho más esfuerzo trabajar con esta diversidad y evaluar de otra manera, arriesgar, tener otra pedagogía.

Avendaño: Exactamente, entonces al profesor le pasa lo mismo porque, por ejemplo, le piden que innove, lleva una metodología activo-participativa, etc., pero al final lo evalúan con los criterios tradicionales. Entonces, ahí hay complicaciones no resueltas y yo insisto en esto del estudiante, porque creo que lo que estudiábamos en los '90 era más bien el adolescente. Acá en la Argentina ha habido investigaciones muy interesantes sobre el adolescente, pero no vimos al adolescente probablemente en la escuela y, además, está esa idea de que el adolescente pobre era el sujeto de estudio. Pero, también, ¿qué pasa con las clases medias? En la universidad nosotros trabajamos fundamentalmente con gente de clase media, y eso nadie lo investi-

ga. O sea que aquí tenemos mucho trabajo todavía.

Lo comunicacional es una dimensión que está muy presente en la conformación de la subjetividad, de las relaciones...

Avendaño: Sí, muy presente porque, volviendo a lo que decía, yo veo que cuando los profesores trabajan con medios en el aula, hacen unas guías muy desabridas, cuando tú sabes que el trabajo con el cine, con la televisión, con el diario, tiene un gustillo que está asentado en el placer; pero las actividades que diseñan están asentadas en la cosa aburrida. En este proceso de pedagogización del medio, de escolarización del medio, le sacan justamente el elemento vital que tiene y que hace que justamente nosotros lleguemos a casa, cansados del trabajo, y prendamos la tele o nos pongamos a leer el diario, un libro o a chatear en Internet. ■



Regreso al futuro de la Comunicación

En el año 2006 la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Rosario cumplió 40 años. Como parte de la celebración de ese aniversario, se le entregó el título de Dr. Honoris Causa a Eliseo Verón quien, luego, dictó la conferencia “Regreso al futuro de la comunicación.” de la que, a continuación, reproducimos algunos pasajes.



El título de esta charla, “Regreso al futuro de la Comunicación”, no es título, no es una síntesis, es lo que quiero decir. Lo que ocurrió fue que en el año 2000, justo en el momento de cambio de milenio, Bolonia fue declarada capital cultural de Europa, y la ciudad de Bolonia organizó un ciclo de conferencias en los últimos tres meses

del milenio que se llamaban conversaciones sobre el futuro de la comunicación. Y ése fue también el lugar donde se llevó adelante el peligroso ejercicio de hacer ficción sobre lo que vendría.. Ese fue un momento muy especial por-

* Cobertura periodística: Mauricio Manchado



que, ustedes se acordarán, en la entrada al nuevo milenio todo el mundo necesitaba tener algún pensamiento relativo al futuro. Lo cierto es que yo tuve el privilegio de hacer la conferencia de apertura de ese ciclo, después Eco el cierre. Ahí hubo una especie de primer momento en que me tocó tratar de imaginar alguna cosa en relación con lo que estaba pasando en ese momento, respecto de algún tipo de hipótesis sobre lo que podía ocurrir en los próximos años.

Esto fue hace seis años, en el 2000, y la verdad es que me da la sensación ahora de que en estos seis años, en términos de lo que está pasando en torno a las tecnologías y la comunicación, ha ocurrido más que en los veinte años anteriores. Pero ¿qué conceptos recuerdo de esa primera conferencia de apertura junto a mi amigo Paolo Fabbri? El hablaba de mutaciones. En ese momento, recuerdo también, todavía me parecía un poco exagerado hablar de mutaciones. A seis años de distancia le doy la razón a Paolo, porque creo que estamos acercándonos a cambios bastante radicales.

En el mismo grupo, recuerdo que cuando había presentado el resultado del cambio de la comunicación, había una especie de síntesis: en ese campo ha habido tres grandes fases del problema, el problema de la significación, los problemas de la transmisión y el problema de la eficacia.

Esa trilogía me venía bien, yo la formulo de otra manera pero más o menos corresponde, yo hablo de la producción, la circulación y el reconocimiento.

Fabbri decía, en ese momento, que la problemática actual, de lo que había que ocuparse, era el punto de la eficacia. Yo ahí estaba en desacuerdo con lo que decía, y proponía que la causa central es la cuestión de la circulación. Yo había pensado esa presentación con un enfoque en el campo de los medios, entonces me había centrado fundamentalmente en la relación oferta-demanda en el campo de la comunicación.

Podríamos distinguir, para discutir este tipo de cuestiones, varias cosas que son bastante distintas. Está el tema de los soportes técnicos, que tienen una historia, en general, la historia social, yo voy a hablar de las técnicas de comunicación, eso es el soporte.

Después, se suele confundir soporte con un medio, un soporte no es un medio. Para mí un medio de comunicación es un soporte inscripto en modelos sociales, un medio es un soporte utilizado bajo ciertas modalidades en su producción, en su circulación y en su recepción, eso es lo que llamo un medio. La fase que estamos viendo actualmente tiene que ver con los soportes,

vamos a ver qué pasa con los medios después.

Voy a hablar de los soportes técnicos que mucho tienen que ver con lo que llamo fenómeno mediático. A partir de la emergencia de un soporte técnico, ese soporte en general genera dos fenómenos que son: persistencia y autonomía de relaciones. La característica de esa persistencia y de esa autonomía estaría dada por el soporte pero, como ustedes saben, el primer hecho histórico, que fue el primer fenómeno mediático en el sentido de un sistema único con función primaria en la comunicación es la escritura, más o menos seis, siete mil años antes de Cristo, que transformó a los hombres en homo sapiens, pero eso es un proceso bastante conocido. Entonces, fenómeno mediático para mí es el fenómeno de ver los soportes técnicos de comunicación considerando su persistencia y autonomía.

Mediatización es la secuencia histórica de los fenómenos mediáticos desde muy lejos hasta acá. El fenómeno que se llama mediatización surgió hace muchos años, ahora, qué se ha usado en este tiempo, puede ser variable.

Me parece que hay una relación muy íntima entre lenguaje y técnica, y en realidad se hace semiosis en el momento en el que emergen los primeros instrumentos. Para mí la semiosis empieza en el momento en que las especies anteriores





a los sapiens comienzan a tallar flechas. Eso hace que el proceso de mediatización se pueda medir con bastante precisión porque ésta es una cualidad, aparentemente, única desde los homo sapiens: la exteriorización de los procesos cognitivos. No hay otra especie, no hay otro mamífero que exteriorice con autonomía y persistencia sus propios procesos cognitivos.

Entonces ahí hay una historia de miles de años, yo me voy a referir al último segundo de esa historia que son los últimos 50 años.

Hay una tesis de la historia de los últimos, treinta, cuarenta, cincuenta años, que habría insistido en tomar los grandes medios y focalizarlos en la interfaz oferta-demanda. La fuerte convergencia oferta-demanda en los grandes medios es inmediatamente posterior a la Segunda Guerra Mundial. Y, enseguida, el comienzo de la televisión en los años cincuenta, ése es un momento de fuerte convergencia entre oferta y demanda en el campo de los medios, teniendo en cuenta que la oferta era mínima cuando surgió la televisión, dos o tres señales de cada país. Entonces, fuer-

te convergencia en la inmediata posguerra, pero con una banda concentrada en audiencias muy grandes, y una oferta escasísima en el caso de la televisión.

«... se suele confundir soporte con un medio, un soporte no es un medio. Para mí un medio de comunicación es un soporte inscripto en modelos sociales, un medio es un soporte utilizado bajo ciertas modalidades en su producción, en su circulación, en su recepción, eso es lo que llamo un medio.»

En ese momento, al que Umberto Eco llamó la “paleotelevisión”, la mitad de un país miraba una de las cadenas y la otra mitad miraba la otra, gran audiencia. Mi argumento en aquel encuentro en Bolonia era que poco a poco se había producido una crisis de divergencia entre oferta y demanda, que había tenido sus primeros síntomas a mediados de los años setenta y todo a lo largo de los años ochenta. Toma una conciencia fuerte en la crisis de la empresa gráfica, por ejemplo, y no por casualidad en los años ochenta se empieza a hacer marketing de medios. Entonces los grandes diarios se comienzan a dar cuenta de quiénes son sus lectores, qué es lo que quieren

o no quieren, etc. El marketing de medios se da a principios de los 80 cuando se empieza a sentir la fuerte crisis, la creciente crisis de la prensa gráfica. Toda una serie de elementos de este tipo, el surgimiento también de esta situación social de marketing en el campo de la comuni-

cación política, esa emergencia de la lógica de la imagen está indicando turbulencias en un campo determinado, en el campo de los medios. En el caso de la televisión va a ser igual, una oferta cada vez más completa por el cable y entonces la relación oferta-demanda era cada vez más problemática.

En ese momento, también, a principios y mediados de las 80, empiezan todos los estudios de recepción. Todo el mundo se ponía a estudiar a los receptores de los medios, qué les pasa, qué quieren, qué no quieren, entonces, ¿qué es lo que está pasando en este momento? Porque en última instancia se podría pensar que lo que se estaba discutiendo en ese momento parecería estar en contradicción con esta idea de un proceso y se orienta hacia una crisis de divergencia.

El tema de la convergencia en el campo de las tecnologías de las comunicaciones, yo diría que se da hace dos años o tres, ¿de qué se trata? Se trata, en primer lugar, de un fenómeno que afecta el desarrollo de los soportes tecnológicos. Tres sectores de industrias de servicios, vamos a decirlo así, que han tenido hasta hace poco historias separadas y en conflicto, empiezan a unificarse. Hay por lo menos tres sectores centrales: las telecomunicaciones, la informática, y el audiovisual, que son como tres grandes sectores tradicionales que tienen una historia bastan-

te larga. En los últimos treinta o cuarenta años, en cada uno de esos sectores pasaron cosas diferentes. El campo de las telecomunicaciones es un campo muy sensible políticamente. El campo de la informática es un campo mucho más sereno donde se fueron produciendo innovaciones tecnológicas sin mayor problema. Y el campo audiovisual fue ese campo que era considerado, hasta hace muy poco, como el núcleo central del medio de comunicación, la cuestión central donde está basado todo lo esencial.

Uno podría pensar que hay un cuarto sector, que es el sector de los fabricantes de dispositivos, que fue y es un mercado importante. Por dispositivos entiendo la video casetera, el control remoto, etc. El ruido, el pequeño ruido, empezó con la video-casetera, y el consumidor tuvo una mínima libertad de poder grabar algo y verlo no necesariamente en el momento en que estaba en el aire. El control remoto permitió el zapping, entonces ahí hubo pequeñas perturbaciones en la relación pautada entre la producción de los medios y el consumidor. Por ejemplo, hoy los fabricantes de celulares están tomando la palabra como actores importantes en el proceso.

Ahora, de esos tres sectores, el que está sufriendo más es el audiovisual, es probablemente al que le van a pasar las peores cosas. Esto es lo



que se llama la convergencia, lo que hoy Internet hace posible, la transmisión de absolutamente cualquier cosa que uno se pueda imaginar a través de cualquier red. En realidad, lo que va a pasar es que va a haber una sola red, en el sentido de que poco importa por dónde pase, que sea con o sin fibra óptica, por satélite, o donde fuere. Al consumidor no le importa, lo que le importa es tener, en ciertas condiciones, todos los elementos.

Entonces, ahí hay convergencia, en esa dirección, y ha producido un fenómeno bastante nuevo en el sentido de que, imaginen ustedes, los ingenieros operadores de redes -es todo un universo cultural el de los ingenieros de redes- se encuentran súbitamente teniendo que administrar contenidos. En principio no saben hacer eso, pero hay fenómenos bastantes importantes que se van produciendo en esas direcciones.

Lo que hay que comprender es que lo que es convergencia en producción es creciente divergencia en recepción. Puede parecer paradójico, cuanto más selección de los mensajes, de los mismos mensajes en una sociedad, tanto más compleja se vuelve una sociedad, no tanto más simple. Es por eso que al tomar la profecía de los años 40 y 50 se fueron al diablo, porque se an-

ticiparon a la sociedad, de gente alienada, etc., pasó exactamente lo contrario de lo que predijo la Escuela de Frankfurt, que es que cuanto más

«Lo que hay que comprender es que lo que es convergencia en producción es creciente divergencia en recepción. »

mass-media tanto más compleja se vuelve la sociedad, si uno no puede explicar esto, hay un problema de interpretación de lo que está pasando. Entonces, esto no es nuevo, el hecho fundamental de la convergencia tecnológica en producción es que no va a hacer más que acentuar la tendencia que ha estado generándose en recepción.

Cierto modo de construcción del vínculo entre producción y recepción viene de la época de la prensa de masas de fines del siglo XVIII. Hasta ahora, la programación del consumo de los medios fue hecha por productores que siempre programaron mi consumo. Y la televisión, en cincuenta años, hizo negocio con ese modelo de producción: a las dos de la tarde, la telenovela para la señora de la casa, a la seis de la tarde ya hay que cambiar un poco porque lleguen los chicos del colegio, a las ocho el noticiero junto a toda la familia. Esa grilla de programas fue una grilla que se proyectó sobre la vida cotidiana, la cotidianidad social de la gente, así creció y se desarrolló el tele-público. El marketing de la televisión histórica que es “yo sé que mira usted en este momento”, eso es el produc-

tor programando mi consumo, se acabó. La audiencia como se dio, acabó y la programación la va a hacer el consumidor. Y ahora no se sabe muy bien cómo se va a hacer para hacer negocios en esta situación.

Pero esa convergencia va a hacer que los consumidores de medios consuman lo que quieran, como quieran, y en el momento que quieran. Eso es lo que va a hacer posible esta convergencia, y esto va a generar aún más heterogeneidad en la recepción. Nadie sabe muy bien cómo se va a hacer, probablemente habrá que hacer perfiles de comunicadores, perfiles de modos de programación, etc. Un ejemplo claro es el i-pod, hace dos años que comenzó la generación de i-pods, un mp3 que tiene 150 horas de video, y uno puede bajar el último episodio de la serie Lost, ésa es la convergencia.

Y yo me dije, bueno, ¿cuándo Apple va a fabricar celulares? Es lo único que falta, y efectivamente, en abril creo, dijeron, se lanzan los celulares Apple. Esa es la convergencia.

Hay un fenómeno central que es ese deslizamiento de la programación de los productores a los usuarios. La prensa grafica, con su larga historia, también tiene programación de los productores. Porque yo leo el diario a la mañana o a la tarde, y hay dos tipos de diarios, uno que sale a la mañana y uno que sale a la tarde. Eso es





la gestión por parte de los productores del tiempo cotidiano de la gente. Eso es lo que se va a romper cada vez más. Hay muchos puntos sobre este tema, pero uno que me parece interesante es que si esto es así, y se van configurando lógicas que enfatizan la recepción, uno puede tal vez anticipar que las culturas locales van a cobrar mayor importancia. Porque la vida cotidiana de un francés no es la misma que la de un argentino, el tiempo social está organizado de manera diferente y, además, la cultura es diferente. Por lo cual es posible que esa programación en recepción le de un peso que no tenía antes a lo local. Porque cuando era producción, ahí sí que era global, la grilla de programas del cable viene de Estados Unidos esencialmente. Si es el receptor el que va a programar ahí yo creo que pueden emerger fenómenos importantes que tienen que ver con la cultura local y nacional. La televisión, que es el centro del proceso de los últimos

cincuenta años, la televisión histórica, esa televisión que es ese mueble que está en el living de la casa de la gente, y está programado con un grilla que dice canal 9, eso murió.

En abril salió un libro en Francia que se llamó “El fin de la televisión”. La televisión se acabó, no sé si los pone contentos o tristes, pero ese fenómeno histórico que conocimos creo que está condenado.

Yo creo que puedo terminar aquí, diciendo simplemente que me da la sensación de que lo que está pasando obviamente necesita de un análisis bastante fino, y además tiene zonas de incertidumbres muy grandes. Me da la sensación de que todos aquéllos que estuvimos trabajando en los últimos veinte o treinta años sobre la prensa gráfica, la televisión, nos hemos convertido en historiadores. ■





www.postituluoperiodismo.com.ar



CUADERNOS DE COMUNICACIÓN 3



Postítulo en
Periodismo y Comunicación
Lic. en Periodismo

Universidad Nacional de Rosario. Facultad de Ciencia Política y RRII
Escuela de Comunicación Social. Postítulo en Periodismo y Comunicación

www.postituloperiodismo.com.ar

Centro Universitario Rosario, Riobamba y Berutti. Te: 4808521/22.

Escuela de Comunicación: interno 110 comunicacion@fcpolit.unr.edu.ar

Postítulo en Periodismo: interno 112 comunica@postituloperiodismo.com.ar