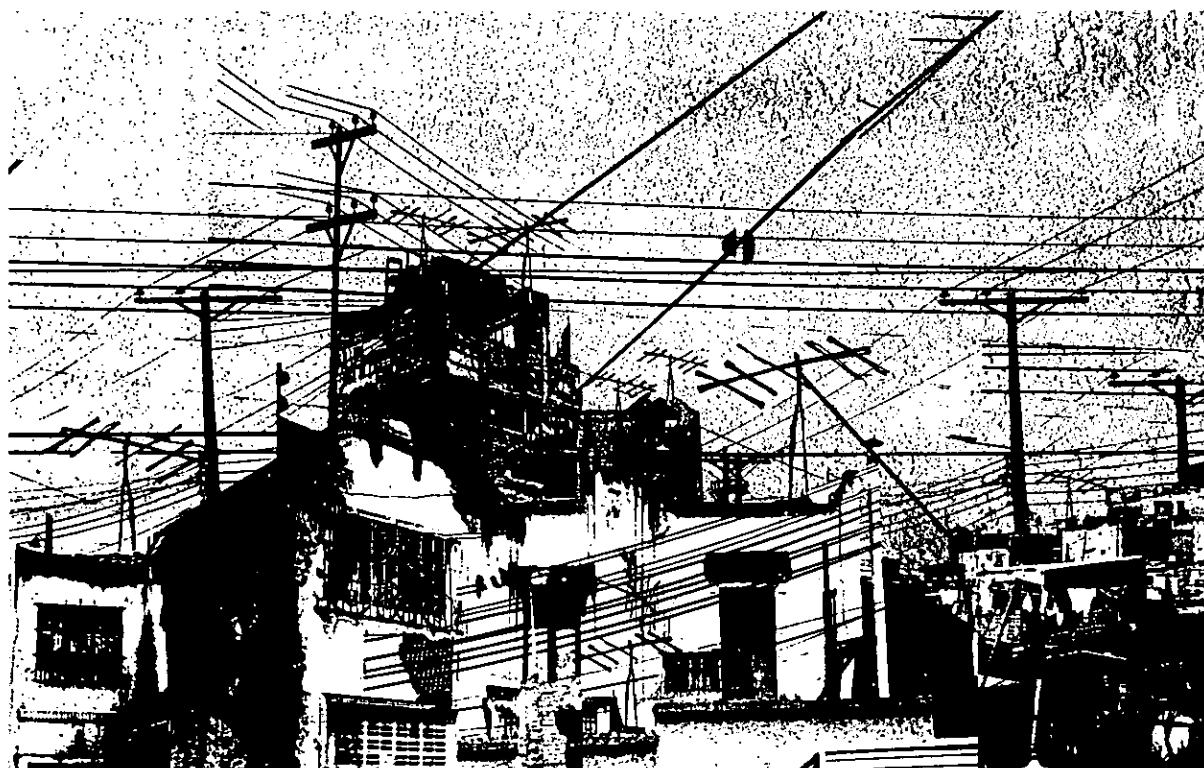


Mediaciones tecnológicas y des-ordenamientos comunicacionales**



Un punto de partida: espejismos tecnofílicos

Persiste actualmente una fuerte tensión entre dos perspectivas que abordan la relación entre lo tecnológico y lo comunicacional. Por una parte, está la mirada tecnocéntrica que otorga un gran peso específico a la tecnología como motor principal de las transformaciones socioculturales y comunicacionales que estamos presenciando, y aun como causa de lo que para muchos sería una revo-

.....
* Investigador del Departamento de Estudios de la Comunicación Social, adscrito al Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad de Guadalajara.
Correo electrónico: gorozco@udgserv.cencar.ugd.mx

** Una primera versión de este artículo sirvió como texto base de la Conferencia Inaugural dictada por el mismo autor en el Cuarto Congreso Internacional «Comunicación, Universidad y Sociedad del Conocimiento». Universidad Pontificia de Salamanca, España, enero de 2002.

lución informacional. Desde esta perspectiva, son los emisores o los productores de información de los referentes mediáticos los que marcan el progreso, definen y deciden la historia. Por otra parte, está la perspectiva que privilegia una comprensión de la comunicación y de la misma producción de conocimientos a partir de las re-producciones que realizan los actores sociales sobre los referentes informativos con los que interactúan. Re-producciones éstas siempre situadas e interesadas y culturalmente contextualizadas. Pero sobre todo, re-producciones mediadas desde múltiples fuentes macro y micro estructurales (incluidas por supuesto —pero siempre sólo como una fuente más— las de los mismos referentes informativos y la tecnología). Esta sería una perspectiva sociocéntrica.

En este contexto de tensión, el propósito de estas páginas es explicitar un cuestionamiento de algunos supuestos que son habitualmente dados por hecho, sobre todo desde el primer mundo, o desde enclaves primermundistas en otras regiones, como aquel que afirma que «nos enfilamos irremediablemente a una sociedad del conocimiento». Como punto de partida, me parece importante acotar una afirmación que se ha puesto de moda en algunos autores, como Manuel Castells¹, cuando aluden a la disolución de la tensión entre las perspectivas mencionadas. Según estos autores, la contraposición entre ambas perspectivas —tecnocéntrica y sociocéntrica— se encuentra en extinción, en tanto que en la sociedad del conocimiento se diluirían los productores y los usuarios de lo producido, ya que todos podrían jugar los mismos roles indistintamente. Sostener que debido precisamente a la tecnología informacional y sus convergencias se eliminan las diferencias de roles entre los sujetos sociales, que es lo que está en el fondo de esta afirmación, ya que los usuarios juegan también el rol de productores es, por decir lo menos, una consideración polémica y falsamente optimista.

.....

1 Castells, Manuel, *La era de la información*, Madrid, Siglo XXI Editores, 1998.

2 Martín-Barbero, Jesús, *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, Santiago de Chile, Fondo de Cultura Económica, 2002.

3 Martín-Barbero, Jesús y Rey, Germán, «Editorial», en *Revista de Estudios Sociales*, No. 5, Bogotá, Universidad de los Andes, Fundación Social, enero de 2000, pp. 5 y 6.

Si bien esa afirmación idealmente conlleva un sentido aspiracional, en la realidad, por lo menos hoy en día, no se sustentaría. No, en la medida en que lo que estamos presenciando «en vivo y en directo» en el ámbito de la comunicación no es tanto la disolución de los roles sociales de los usuarios frente a las tecnologías de información (que no obstante las posibilidades que ofrecen siguen reflejando inercias y patrones tradicionales) ni la disolución, por lo menos no todavía, de las condiciones frente al conocimiento (que también siguen reflejando autoritarismos e imposiciones) sino solamente la disolución de algunos de los criterios tanto de producción como de circulación y consumo que enmarcan al conocimiento. Sobre todo de esos criterios cognoscitivos, de legitimidad y autoridad que se encuentran trastocados.

Por eso, con la exuberancia tecnológica contemporánea, más que la amplificación concomitante del poder de todos para producir y poner a circular conocimientos —lo que para algunos sería una democracia cibernética y ciertamente para todos podría ser un gran objetivo a lograr— hoy asistimos con el cambio tecnológico a un creciente *despoder* social que se acrecienta geométricamente en sociedades como las latinoamericanas, justo por medio de la tecnología de la información. La vieja tesis propuesta por Martín-Barbero² de que es a través de la comunicación que se ejerce la opresión y la hegemonía (en vez de la liberación como se creía) adquiere aquí más contundencia que nunca, ya que es justo un *despoder* particularmente comunicacional lo que se expande y lo que desafía los intentos de *empoderamiento* para fortalecer las ciudadanías y hacer posible el desarrollo de la democracia. Un *despoder* que hay que entender en su complejidad para no ser idealistas con las grandes cosas que promete la tecnología.

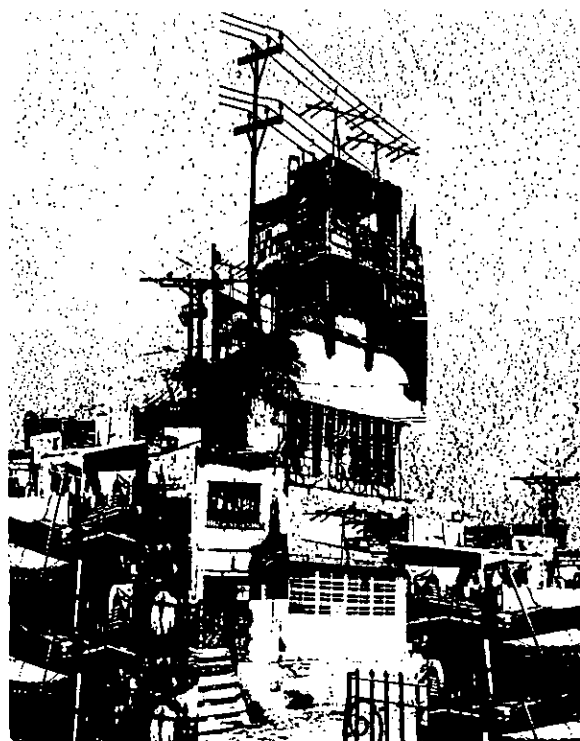
En este contexto de «des-ordenamientos» es importante avanzar en una comprensión de la *mediación tecnológica* como una mediación sin precedentes, pero dentro siempre de otras mediaciones, que entretejidas, están contribuyendo de manera contundente a que vivamos más que en una época de grandes cambios, en un «gran cambio de época»³. Pero al mismo tiempo, hay que precisar que

muchos cambios que estamos presenciando actualmente y que seguiremos presenciando en el futuro inmediato en el ámbito de la comunicación social no se deben todavía al potencial tecnológico más reciente que se desprendería de las últimas tecnologías o de la racionalidad tecno-informática como tal, sino a la extendida presencia de los medios y tecnologías menos nuevas nacidas en la modernidad. Son este tipo de cambios, como el tránsito de un paradigma de la literalidad a otro de la imagen, los que están principalmente prefigurando las transformaciones futuras posibles, por lo que hay que acabar de entenderlos para no caer en el terreno de las especulaciones o los futurismos idealistas.

La nueva centralidad de lo mediático en la sociedad del conocimiento

Crear que los medios y tecnologías de información gestados al amparo de la modernidad e insertos socialmente durante el siglo pasado como la televisión abierta o la televisión de abonados, en sus diversas modalidades de recepción, han perdido relevancia frente al cambio o conjunto de cambios tecnológicos más recientes⁴ o hasta han muerto, como afirmarían algunos⁵, sólo confirma un espejismo tecnocrático. Creencia como tal insostenible por aquellos que no aceptamos ese evolucionismo tecnológico reduccionista que automáticamente va haciendo obsoletas las tecnologías anteriores.

Todos los medios, viejos y nuevos, así como las diversas tecnologías videoelectrónicas y digitales que los hacen posibles, coexisten, conformando o no convergencias en sentido estricto, pero sí constituyendo *ecosistemas comunicativos* cada vez más complejos. La llegada de un nuevo medio o tecnología no supone necesariamente, ni tampoco inmediatamente, la suplantación del anterior. Y esto por varias razones. Primero, porque cada medio o tecnología es mucho más que eso. Su transformación involucra otros factores más allá de los estrictamente técnicos o instrumentales. Segundo, porque cada tecnología demanda un tiempo de aprendizaje y apropiación por parte de los usuarios. Al



momento de su introducción e inicial aceptación por lo general se usa de manera parcial, desperdiciando su cabal potencial y hasta su principal aportación. El extendido caso de los computadores que son simplemente usados como máquinas de escribir que permiten mayor productividad y eficiencia, es un clásico ejemplo de este fenómeno. Tercero, porque las tecnologías demandan una diversificada atención para gratificar a sus usuarios. Ni siquiera en países donde el uso sistemático y doméstico del computador está muy extendido, como es el caso de los Estados Unidos, han bajado significativamente las horas dedicadas a ver televisión⁶. Siguen existiendo televidentes que continúan viendo mucha televisión y disfrutando con sus *tele shows* noticiosos y de ficción, al tiempo que también incursionan en las navegaciones cibernéticas. Cuarto, porque cada tecnología cubre mejor la satisfacción de una o más necesidades que las ante-

.....

- 4 Piscitelli, Alejandro, «Paleo, Neo y Post-Televisión», en *La metamorfosis de la TV*, Cuadernos del PROICOM, No. 8, México, D.F., Universidad Iberoamericana, 1995.
- 5 Perez de Silva, Javier, *La Televisión ha muerto*, Barcelona, Gedisa, 2000.
- 6 Orozco, Guillermo, *Televisión y audiencias*, Madrid, Ediciones de la Torre, Universidad Iberoamericana, 1996.



riores, pero no de todas. Así, las viejas tecnologías siempre conservan un grado de distintividad irremplazable. Y quinto, porque cada nueva tecnología provoca otros cambios aledaños, que también requieren reajustes y reacomodamientos variados por parte de los usuarios. Y hablando desde sociedades donde los recursos son muy limitados y las mayorías se han empobrecido de manera creciente y alarmante, el sexto motivo que retrasa los cambios es obvio: simplemente no hay poder adquisitivo para ir a la par del desarrollo tecnológico que se oferta en el mercado.

Todo lo cual conlleva, a la vez, un *síndrome de recomposición*, y no sólo de des-ordenamiento, de las agendas cotidianas de los actores sociales, lo que supone a su vez un *periodo de apropiación o acostumbramiento* (que se puede prolongar por largos periodos) a las últimas tecnologías, aunado a un fenómeno emergente que bien puede concepcuarse como de «migración digital»⁷ por el cual cada vez más sectores van incorporándose a, e incorporando otras tecnologías, y van pasando de un entorno a otro, pero sin acabar de abandonar el entorno de partida.

En todo este tránsito, lleno de hibridaciones y motivado por los cambios tecnológicos, hay que subrayar que los resultados no son inmediatos; tardan en manifestarse, justamente porque no sólo lo instrumental está involucrado en ellos, sino sobre todo lo sociocultural y en el caso que nos ocupa, también y especialmente lo perceptivo.

La rapidez del desarrollo tecnológico no va a la par de su asimilación perceptiva, como tampoco política, aunque sí mercadotécnica, ya que como afirmaba Raymond Williams, ninguna tecnología llega a ser tal hasta que no es rentable en el mercado⁸. Un cambio (socio) cultural supone un cambio de sedimentaciones en la producción simbólica, lo que requiere su tiempo. En esta dirección lo que quizá estemos experimentando en el ámbito de la comunicación social más bien son una serie de *destiempos*, que corren atropelladamente a lo largo de la vida cotidiana. Destiempos que suponen reajustes y procesos de aprendizaje sustantivos (que casi siempre son inconclusos) por parte de los actores sociales; y que requieren por parte de los Estados y las instituciones de una formulación adecuada de políticas públicas que permitan a todos ir transitando de un medio a otro, de una tecnología a otra, de una ritualidad a otra.

Un ejemplo de destiempo es aquel que se manifiesta entre el ecosistema comunicativo —y particularmente entre los cambios tecnológicos en el ámbito de la información— y los sistemas educativos y la educación en general que van quedando rezagados frente a los primeros. Otro ejemplo de destiempo es el caso de los Zapatistas en el sur de México, que a través de internet dieron a conocer al mundo sus reclamos ancestrales por salud, alimentación y reconocimiento básico de derechos, negados a lo largo de quinientos años de soledad.

La superposición de temporalidades, modernas, premodernas y postmodernas que subsisten y coexisten nutriendo de hecho las cotidianidades de millones de actores sociales, a la vez que definen en mucho el sentido de los cambios, también definen su adaptación a ellos y contextualizan su vinculación a otros procesos sociales y a la producción

7 Viches, Lorenzo, *La migración digital*, Barcelona, Gedisa, 2001.

8 Williams, Raymond, *The Year 2000*, Nueva York, Pantheon Books, 1983.

de la cultura. Esa cultura del bricolaje, hecha de retazos de elementos propios de diferentes etapas es quizás una manifestación visible de las interacciones, adaptaciones y fusiones que diversos sectores sociales hacen de lo nuevo, lo viejo, lo impredecible.

Es importante enfatizar aquí, que si los cambios tecnológicos conllevaran solamente cambios instrumentales en la comunicación, quizá fuera más fácil y rápida su asimilación y hasta podrían verse con claridad relaciones de causa-efecto. Pero los cambios tecnológicos en el ámbito de la comunicación social además suponen transformaciones sustantivas en las *prácticas sociales* que generan, dentro de las cuales luego tienen lugar. Estas prácticas dentro de la comunicación, o prácticas comunicativas, conllevan algunos componentes de los cuales hay que destacar dos: la socialidad y la ritualidad⁹.

Por *socialidad* habrá que entender ese conjunto de negociaciones que llevan a cabo los actores sociales entre los referentes y los otros actores en el proceso comunicativo y de gestación de significados. La predominancia de unas comunidades interpretativas frente a las otras, las competencias comunicativas de los actores diferencialmente desarrolladas, así como las circunstancias o situaciones específicas más o menos favorables (o desfavorables) a la producción simbólica, se entremezclan en circuitos y acciones de resistencia y confrontación, pasividad y aceptación, proposición y debate.

Me interesa recalcar que precisamente es la socialidad lo que más se está trastocando con los cambios tecnológicos, no de manera directa, sino a través de o a partir de las nuevas determinaciones que en ella suponen esos cambios tecnológicos. Como sostiene Echeverría, la provisión de los nuevos servicios telemáticos *on line* que el cambio tecnológico permite, supone nuevas dependencias de los usuarios que para ejercer con libertad sus diversas «interactividades» tienen que conectarse a las grandes redes e infraestructuras, las cuales no gobiernan ni controlan, ni tampoco crearon¹⁰. Así, la asimetría que ya caracterizaba las anteriores dependencias entre los usuarios de los viejos medios,

como los televidentes y los dueños de la industria de la televisión, ahora cambia de color y de estilo, pero no desaparece. Por el contrario, se amplifica disolviéndose en innumerables actos que aparentemente reflejan total libertad. Actos que finalmente se anclan en una capa epidérmica de opciones sobre las cuales los decisores parecen tener algún tipo de control.

La paradoja aquí es que mientras más se amplifica una capa de opciones, las otras capas más profundas quedan más centralizadas. Fenómeno que se vive ya con relación a los «medios viejos», donde se aprecia una creciente tendencia de proliferación homogeneizante y que prefigura su extensión en el futuro, dadas las todavía más centralizadas fuerzas que controlan las nuevas tecnologías¹¹.



9 Martín-Barbero, Jesús, «De los medios a las prácticas», en *La comunicación desde las prácticas sociales*, Cuadernos del PROICOM, No. 1, México, D.F., Universidad Iberoamericana, 1990.

10 Echeverría, Javier, *Los señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*, Barcelona, Destino, 1999.

11 Wolton, Dominique, *Internet ¿y después?*, Barcelona, Gedisa, 2000.

Ahora bien, las prácticas comunicativas generan hábitos y promueven regularidades que los actores sociales desarrollan, a veces hasta de manera automatizada, en la medida en que han interiorizado comportamientos y modelos o patrones de reacción frente a los referentes comunicativos. A veces lo más difícil de modificar son precisamente estas costumbres colectivas e individuales frente a los referentes informativos, mediáticos y no mediáticos, que son los que sustentan la ritualidad comunicativa. Esta *ritualidad* generada en relación con medios, los géneros programáticos y, por supuesto, con las tecnologías es la que, en todo caso, va reflejando grados de apropiación o de abandono de esos referentes. Procesos que suponen habituación y tiempo.

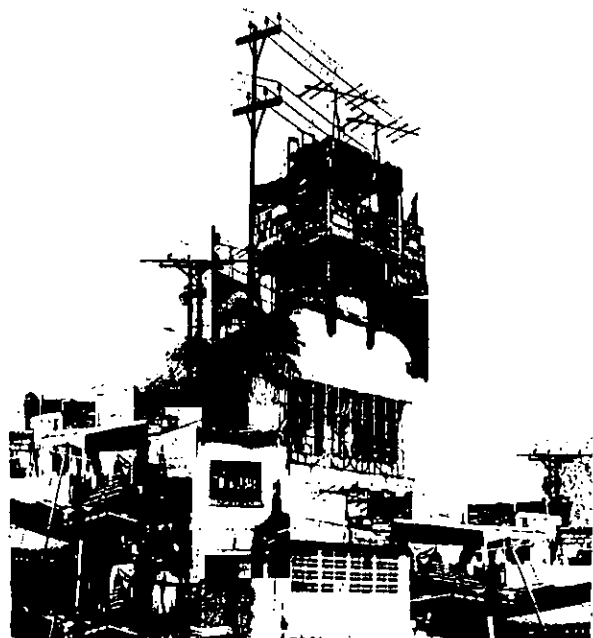
Explosión contemporánea de mediaciones

Originalmente el concepto de mediación en el ámbito de la comunicación social fue inaugurado como propiedad exclusiva de los medios¹². En inglés o francés es más sencillo ver esta derivación de *media* a «*media-tion*». Posteriormente, y con otra intencionalidad, Martín-Barbero¹³ usa el concepto para significar el descentramiento de la comunicación de los medios, de eso que él llamó el *mediacentrismo* en este campo de estudios. La cultura, entonces, vino a ser asumida como la mediación principal o «*mediación con mayúsculas*» y posteriormente derivó en diversas mediaciones más específicas¹⁴.

Entender el juego actual de la mediación supone entonces como punto de partida abandonar la idea de que las mediaciones vienen solo de los medios y que son en cierta manera su extensión. Las mediaciones hay que entenderlas como proce-

esos estructurantes provenientes de diversas fuentes, que inciden en los procesos de comunicación y conforman las interacciones comunicativas de los actores sociales.

Con este entendimiento sobre las mediaciones, lo que actualmente estamos presenciando es un interjuego distinto de su peso específico en la comunicación social. Si antes las mediaciones institucionales propias de las diversas instituciones sociales a las que las audiencias pertenecían eran muy importantes en la definición y orientación de las producciones de sentido, como la escuela o el Estado por ejemplo, ahora esas instituciones típicas de la modernidad y del siglo pasado han perdido fuerza. Que haya sido la globalización o el mercado, o el estadio específico del capitalismo lo que contribuyera más decisivamente a este desordenamiento, no importa tanto en este punto de la discusión ya que lo que se desordena es justamente el ordenamiento tradicional de las mediaciones. En este interjuego, la tecnológica adquiere una importancia quizá desmedida, al tiempo que otras mediaciones casi desaparecen, o se atrincheran en fundamentalismos desde donde buscan tener alguna oportunidad de incidencia en el intercambio societal en su conjunto.



12 Martín Serrano, Manuel, *La Comunicación social*, Cuadernos del CONEICC, Guadalajara, ITESO, 1982.

13 Martín-Barbero, Jesús, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México, D.F., Gustavo Gili, 1987.

14 Orozco, Guillermo, «La mediación en juego: TV, cultura y audiencias», en *Revista de Comunicación y Sociedad*, No. 10, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, 1991.

Las mediaciones cognoscitivas, como la misma capacidad de percepción, se alteran debido a las posibilidades tecnológicas de la transmisión y el consumo de información, principalmente de imágenes. Con la tecnología audiovisual y la convergencia tecnológica entre lo digital y lo televisivo, la percepción adquiere dimensiones insólitas, que incluso trastocan el mismo sistema nervioso y las habilidades visomotoras. Desde el caso de los efectos de epilepsia en niños que en Japón vieron programas de Pokémon en 1997, hasta el paroxismo que envuelve la visión en pantallas líquidas o en pantallas de tres dimensiones, la percepción está en el centro de las transformaciones presentes y futuras en el ámbito de la comunicación, cada vez más estimulada por la mediación tecnológica.

Junto con lo perceptivo, otro de los mayores des-ordenamientos comunicativos vigentes es la autolegitimación de la imagen y en particular de la imagen en movimiento, de esa imagen que constituye una visualidad tecnificada, ya que se está convirtiendo en un principio o criterio esencial de autoridad, vía la enorme verosimilitud que alcanza con las más recientes tecnologías. Los simulacros de realidad que a veces resultan más reales que la realidad misma que simulan, son ejemplos de la explosión de lo que podemos considerar la mediación visual en las creencias de los usuarios y en los criterios de verdad¹⁵.

La audienciación como escenario y estímulo a la emergente formación de redes

Si primero fue el pueblo y luego la masa, después de la modernidad son quizás las redes las estructuras a través de las cuales las sociedades contemporáneas se organizan e interactúan. Por lo menos esto es lo que profetizarían varios autores. No obstante otras profesías optimistas, en el ámbito específico de la comunicación de la masa se está pasando a las redes, vía la *audienciación*, que es quizás el fenómeno o tendencia contemporánea más generalizada, aun en sociedades primer mundistas. Audienciación que es en sí una estancia, no sólo el

paso hacia un estadio diferente, y por tanto confiere estatus concreto a los sujetos que la experimentan. Entender esta característica es fundamental para comprender posteriores cambios socioculturales estimulados por la mediación tecnológica.

En la medida en que se ha realizado una *mediatización tecnificada*, que otros llamarían «massmediación», y que este fenómeno sin precedentes del intercambio societal en su conjunto haya caracterizado la segunda mitad del siglo XX y aún continúe en este siglo, también se ha gestado paralelamente una audienciación masiva de las sociedades. Esto significa que uno de los atributos que mejor caracteriza a las sociedades de hoy es justamente que éstas han llegado a ser audiencias múltiples y simultáneas de diversos medios y luego de diferentes tipos de referentes mediáticos y tecnológicas.

Por lo menos en América Latina, la audienciación de las sociedades está en su pleno apogeo con la llegada de algunos servicios comunicacionales como la televisión de abonados en sus distintas modalidades. Y no obstante las transformaciones mediáticas que teóricamente son posibles o se pronostican en el corto plazo, siguen y seguirán siendo las interacciones mediáticas con los viejos medios las dominantes en amplios sectores de la mayoría de los países, por lo que se hace necesario entenderlas mejor en todo lo que implican.

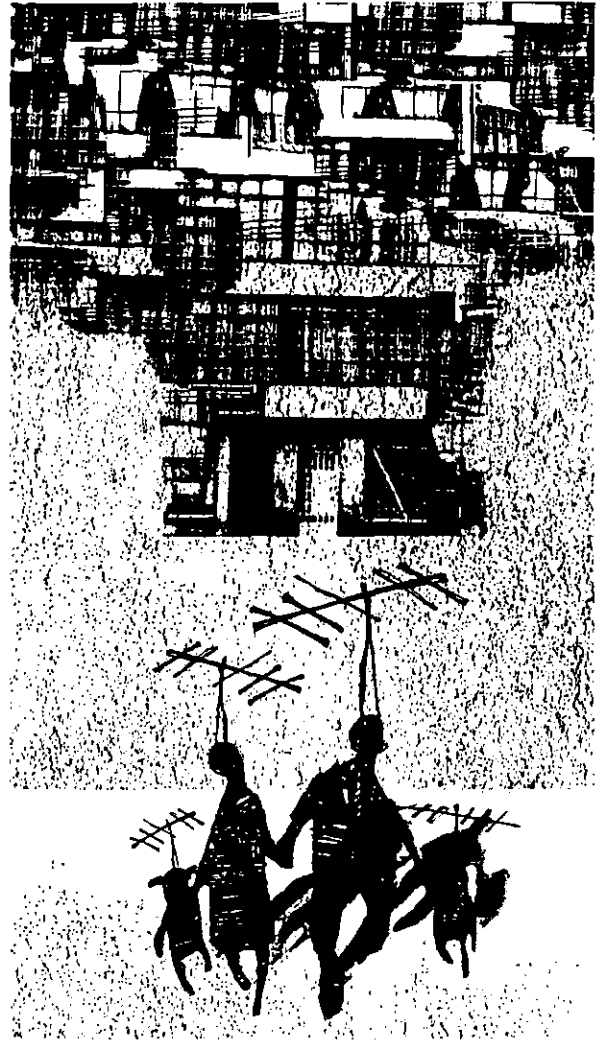
Ser audiencia hoy —y empezar a ser red o llegar a ser red mañana— significa para los actores sociales por lo menos tres cosas. En primer lugar, significa una transformación sustancial de su estructuración. La cohesión y divisiones estamentarias tradicionales que antes definían a los actores sociales por categorías como género, edad, clase social y etnia, o por pautas más situacionales como tipo y lugar de trabajo, nivel educativo, orientación política o religiosa, cada vez más se definen dentro de una espiral de mediaciones que hacen estallar sus límites privilegiando los criterios trans-

15 Levis, Diego, *La Pantalla ubicua. Comunicación en la sociedad digital*, Tucumán, Argentina, Ciccus, 1999.

versales de *segmentación mediática*: «dime qué ves y escuchas y te diré qué gustas y sientes»; y *segmentación tecnológica*: «dime donde navegas y con quién conversas (chateas) y sabré cómo estás y quién eres». Criterios que a la vez que inauguran y diferencian segmentos a partir de interacciones mediáticas e informacionales específicas, enfatizan el juego de subjetividades y de modos de percepción y reconocimiento, ubicados en el ámbito de lo simbólico (siempre tecnificado).

En segundo lugar, ser audiencia también modifica el vínculo fundamental entre los actores sociales con su entorno y con los acontecimientos y fuentes tradicionales de información: barrio, amigos, familia, compañeros de trabajo o de juego, por una parte. Por otra, con las fuentes institucionalizadas como el gobierno o la iniciativa privada. Las ventanas de las casas son suplantadas por las pantallas de los televisores y los ordenadores, mientras que las plazas públicas y las calles, otrora lugares colectivos de los encuentros para un número creciente de las poblaciones son sustituidas por los *chats* y las incursiones en los sitios en la red¹⁶. Los encuentros personales se reducen y aumentan los contactos virtuales y las experiencias vicarias (a través de las pantallas y la tecnología). Pero sobre todo, la participación posible de los sujetos se traduce y reduce a meras exclamaciones o reclamos al viento o en compulsivos *zappings* bajo techo.

En contra parte, la representación mediática y la virtualidad continúan su crecimiento vertiginoso y se consolidan doblemente como productos y procesos, a la vez que como mediaciones privilegiadas para conocer, sentir y gustar. Me refiero a la mediación videotecnológica sedimentada en las «virtudes» implícitas que como medio posee la televisión de instantaneidad, verosimilitud y alta fidelidad que confieren a la evidencia visual veracidad, al tiempo que la ponen «frente a los propios ojos del televidente», anclando su naturalización y legitimidad en su ancestral (y bíblica) confianza en lo que ven; y a la mediación informacional



(digital) sedimentada en la interactividad que parece diluir las fronteras entre productores y consumidores de conocimiento al ofrecer la sensación de ser no sólo receptores sino también emisores del conocimiento construido.

Aquí realmente hay que plantear una gran duda. ¿Permitirá la nueva tecnología modificar sustancialmente las condiciones de producción de conocimiento o sólo nos permitirá ciertos rangos de libertad y creatividad mayores, pero siempre enmarcados en condiciones que no fueron ni de nuestra producción ni de nuestra elección?

Estas mediaciones (visuales y digitales) invaden y erosionan los modos ilustrados, orales y escritos de percepción, apropiación, producción y

16 Maldonado, Tomás, *Crítica a la razón informática*, Barcelona. Paidós, 1998.

circulación de saberes, conocimientos, juicios, opiniones y nociones, incidiendo también en una transformación desbocada de algunos usos sociales de lo percibido, apropiado y (re)producido por los actores sociales.

En tercer lugar, el estar-siendo audiencia trastoca también los límites espacio-temporales del intercambio societal y deslocaliza a su vez la participación real de los actores. Sin un claro sentido del lugar¹⁷, las audiencias no sólo se encuentran a la deriva, sino que sus anclajes en lo real se vuelven difusos, movedizos, bastante impredecibles, lo que provoca un proceso inflacionario de dispersión-reencuentros con ataduras momentáneas a «no lugares» que deslocalizan y adestiman su re inserción en el devenir cotidiano. Las diásporas y los nomadismos de las audiencias encuentran sosiegos precarios en las gratificaciones mediáticas y tecnológicas que no obstante su precariedad pueden resultar reconfortantes y conciliatorias con sus ímpetus legítimos por manifestarse como ciudadanos más allá del cuarto de ver televisión o del cuarto de usar el ordenador. Después de todo, ¿a dónde, cómo, cuándo dirigir sus demandas y protestas frente a lo que ven y nos les gusta, frente a lo que experimentan y les causa malestar, cuando sus inconformidades son más producto de sus emociones y de sus experiencias virtuales que de su racionalidad?

En un tiempo intersectado por una exuberante mediatización y una audienciación galopante de los sujetos sociales, por una tendencia creciente de migración digital, los referentes tecnificados de la comunicación se multiplican a la par que las apropiaciones mediatizadas de lo temporal-histórico y de lo espacial-situacional, inhibiendo otras maneras de participación e inserción ciudadana de los actores sociales. Estos, en tanto audiencias, comienzan a experimentar de manera insólita el fenómeno tecnológico que hasta los hace estallar en fragmentos todavía más entrecruzados dentro de sus nuevas y ya de por sí entrecruzadas segmentaciones. Fragmentos de audiencia en los que es posible encontrar a los «ricos que también lloran» y ven telenovelas; a los niños que disfrutan y preguntan sobre lo que televen en la programación

catalogada para adultos; a las madres que reprimen su llanto frente a ciertas noticias para «llorar agusto» con el siguiente capítulo de la telenovela; a los piadosos, que ya sin sentimientos de culpa y sin salir de casa, reverberan los oficios religiosos en pantalla; o a los «ciudadanos» que sacian sus ansias de novedad y sensacionalismo siguiendo al «gran hermano», o que sienten satisfechas sus responsabilidades cívicas con «estar al tanto y al día» de lo que acontece en su entorno después de ver y escuchar el cotidiano programa de noticias.

Los muchas veces implosivos conatos de participación de las audiencias, sus posicionamientos efímeros frente a lo que consumen de los medios, sus búsquedas insatisfechas de placer, emborrachadas con las gratificaciones volátiles que obtienen de las pantallas, sus permanencias pasajeras, pero repetitivas en enclaves perceptivos y emocionales variantes, aunados a sus críticas, a veces devastadoras pero improductivas e inmovilizadoras, que no obstante permiten advertir sus malestares mediáticos y tecnológicos, parecieran disparar al infinito sus interacciones y reclasificaciones segmentativas, que sin embargo se manifiestan siempre acotadas y con altas dosis de reacción frente a esos referentes televisivos que nunca decidieron¹⁸.

La erosión de las identidades tradicionales, es una consecuencia del juego de mediaciones entre las que se destacan la mediática y la tecnológica. Si en la premodernidad las identidades se definían más por aspectos físicos y materiales, más bien naturales, y posteriormente en la modernidad por la añadidura de ciertos atributos adquiridos, menos tangibles o naturales, en el tránsito a ese «Tercer Entorno» que nos narra Echeverría¹⁹, las identidades hoy son menos esencialistas y más amalgamadoras²⁰; éstas se van constituyendo de mestizajes e hibridaciones sedimentados en manifestaciones y representaciones sobre todo visuales, y si bien

17 Meyrowitz, Joshua, *No Sense of Place. The impact of electronic media on social behavior*, Nueva York, Oxford University Press, 1985.

18 Orozco, Guillermo, *Televisión, Audiencias, Educación*, Buenos Aires, Editorial Norma, 2001.

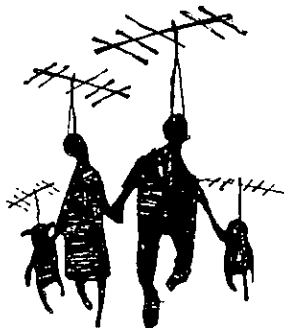
19 Echeverría, Javier, *Op. Cit.*

20 Martín-Barbero, Jesús, «De los medios a las prácticas», *Op. Cit.*

guardan remanentes de otras etapas y modelos identitarios, los gustos y las sensaciones que la *visualidad tecnificada* proporciona, las gratificaciones mediáticas y tecnológicas obtenidas por los actores van encuadrando y prefigurando sus identidades emergentes.

Quizás uno de los fenómenos sustantivos más característicos de este cambio de época en relación con las identidades no sea ni su fragmentación ni su volatilidad, sino justamente su centralidad en el *reconocimiento* y consecuentemente su cada vez mayor dependencia de él. Reconocimiento que sólo es posible gracias a la tecnología mediática que permite tener visibilidad en pantallas y que cada vez más se hace sinónimo de ella. Los movimientos sociales, reivindicativos, de distinta índole y calado pugnan actualmente por ser reconocidos en su distintividad, manifiesta y amplificada audiovisualmente. Y es en esa dimensión de visibilidades tecnificadas donde también la política y los políticos luchan por popularidad, medida cada vez más como objeto de *rating*, no necesariamente de liderazgo real. Acceder a los micrófonos y las videocámaras, al tiempo que se convierten en objetivos sustanciales para los movimientos y las organizaciones sociales, premonizan el acceso a internet, el reconocimiento en los sitios *web* y la aceptación en los *chats* como estrategias imprescindibles del reconocimiento de los «sujetos-audiencia» en su tránsito a ser sujetos-red.

El resultado que tenemos enfrente es una creciente dependencia de la tecnología y en particular de la mediática y digital en la vida cotidiana. Dependencia que sin embargo es explotada y enmarcada no por razones de desarrollo humano sino esencialmente por motivos mercantilistas. Los valores de eficiencia y competitividad mercantil sustentan o dan direccionalidad a muchos de los desarrollos tecnológicos contemporáneos.



Algunos des-ordenamientos educativos

Si desde el ámbito de la comunicación social la visión actual sobre la incorporación de lo audiovisual-informático a la educación conlleva una alta dosis de miopismo y perversidad, desde las interacciones de los usuarios con la tecnología de información, la educación posible y deseable de los sujetos audiencia conlleva un alto grado de incertidumbre.

Una fuente de incertidumbre se encuentra en los destiempos que salpican e influncian el devenir cotidiano de los sujetos audiencia. Un primer destiempo reside en que la televisión convierte el acontecer en presente efímero, sobre todo a través de la programación de noticias. La instantaneidad de las emisiones televisivas, al tiempo que convierte la información en novedad, la vacía de historicidad. El resultado es un flujo constante, sin principio ni fin, intermitente, que transmite un presente continuo como oferta y que es continuado por las reiteradas visiones de las audiencias. Lo que pasó ayer, sin adquirir historia, puede volver a ser visto hoy o mañana, sin que vuelva a pasar, pero siempre en presente, no en pasado, hasta que vuelva a encontrar un nuevo presente mediático (virtual) no real.

La dinámica mediática en su voraz persecución de *ratings* adestampa la historia, que en imágenes en movimiento pero involutivas se asoma en sus pantallas, y cuya secuencia no corresponde necesariamente a la secuencia real de sus acontecimientos. La desubicación temporal de las audiencias provoca que el tiempo nuevo introducido mediáticamente no corresponda con sus tiempos reales, lo cual contribuye a *telever* la oferta programática como ficción. Una ficción que conlleva referentes reales, y que puede parecer incluso más real que la misma realidad, pero sin anclajes en el tiempo, sólo en la fantasía.

La visión de un «tiempo adestampado» posibilitado por la tecnología sumerge a las audiencias en un mar de sensaciones sin proyección tempo-

ral, donde pareciera dar lo mismo observar la realidad transmitida que ver una telenovela, una película o un «documental» (ficcionalizado, por supuesto) sobre la vida de los dinosaurios en el Discovery Channel. Pedagógicamente esta situación tiene repercusiones, no sólo para aprehender la historia, el futuro y la propia ubicación en el mundo de los sujetos audiencia, sino sobre todo entre los niños, cuya comprensión de los tiempos conlleva un esfuerzo específico, nada sencillo, pero que parecen superar frente a la televisión en tanto que se muestran seguros que los que mueren en pantalla siempre pueden resucitar o tener evoluciones, «a la Pokémon» después, y les cuesta mucho entender la situación de la vida y la muerte reales. En las pantallas puede pasar prácticamente todo, en el momento que se quiera y lo que ha pasado antes o mucho antes, como los dinosaurios, recobra vida en una simulación escénica dotada de una enorme verosimilitud.

Pero los destiempos educativos de los sujetos audiencia, también se manifiestan en la comparación con la vida escolar. La escuela y la universidad tienen horarios fijos, turnos determinados, locaciones precisas. En cierta medida se mantienen como reductos de la instrucción y de la preservación de la cultura y las tradiciones autóctonas. Volcada al pasado y resistente a mirar el presente todo, la escuela (pública) actual ve amenazado su futuro y «estalla» ante el siempre presente mediático-informático, innovador y sin horarios, hecho posible por las más recientes tecnologías de la información. A ese referente se puede acceder en cualquier momento y casi desde cualquier lugar, no hay que hacer traslados físicos.

Otra fuente de incertidumbre se encuentra en los desplazamientos educativos provocados por los medios. Entre las deslocaciones que éstos introducen en la educación, es quizás la de la autoridad la más importante. Esta deslocación conlleva diversas facetas. Una es el mismo desplazamiento del aprendizaje de la escuela y aún de la vida, por el de las pantallas. La habitación donde se ve televisión se reconvierte en escenario de múltiples vivencias y experiencias, aunque sean vicarias y virtuales que devienen en múltiples «lecciones»

para la vida. Lo que se aprende ahí resulta muchas veces más relevante que lo que se aprende en instituciones educativas formales. La mera exposición de las audiencias a la imagen en las diferentes pantallas posibles, supera cuantitativamente su exposición a las pizarras y a las figuras magisteriales en las aulas. El mero contacto con el saber y los saberes, con los conocimientos legitimados, se reduce cada vez más en las instituciones educativas, bombardeadas por las ausencias magisteriales, los días festivos, los requerimientos sindicales de los docentes, las políticas de los ministros de educación en turno, etc., y aumenta geoméricamente ante la proliferación de ofertas mediáticas y cibernéticas.

Otra faceta de esta deslocación se manifiesta con respecto a las fuentes legitimadoras de los aprendizajes. Antes, el libro tenía la «última palabra» que le peleaba al maestro en el salón de clases. Ahora, la última imagen está en la pantalla y la última palabra la tienen los sujetos-audiencias, y sus ojos: «si lo veo en pantalla, lo creo, es verídico, si no lo veo, puedo dudar y desconfiar». La *vista* entonces se reconvierte como legitimadora de lo que pasa por ella, sin importar si eso es verídico, valioso, entendible, estructurado o simplemente

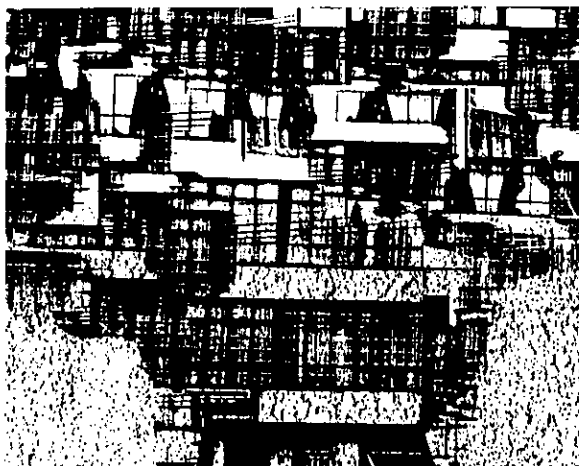


banal, falso, manipulador o sesgado en tanto producto necesario de representaciones. Desde las interacciones mediáticas, los sujetos educandos cuestionan al maestro, cuestionan sus saberes enciclopédicos vaciados de significado, frente a la proliferante significación representacional y polícromática de sus ecosistemas comunicativos.

Las salas de ver televisión instituidas en «escuelas sin licencia»; los medios convertidos en protagonistas, y no solo en mediadores o reproductores del acontecer social; los *sentidos* y no la razón, reconvertidos en los últimos legitimadores de lo verosímil, son apenas algunas de las facetas que permiten apreciar las dimensiones variadas y profundas del desplazamiento de la autoridad en las sociedades-audiencia contemporáneas.

El proceso de aprendizaje propio del paradigma que posibilita la tecnología informacional es por descubrimiento (exploración), no por imitación (reproducción), como ha sido el caso predominante hasta ahora en muchas culturas y en la misma educación escolar. Este paradigma del descubrimiento empieza a confrontar la relación de los sujetos audiencia con el conocimiento, e independientemente de las ventajas que un proceso cognoscitivo de esta naturaleza traiga ahora y en el futuro por el momento se sigue planteando entre los educadores y los sectores tradicionales como una amenaza múltiple a la educación.

Las ya de por sí erosionadas figuras de razón y autoridad tradicionales, desde el *saber-acervo* establecido y celosamente custodiado en bibliotecas e instituciones hasta el *saber-memoria* del profesor que se preciaba de sus dotes enciclopédicas, y por supuesto el libro, medio por excelencia del *saber-modelo* que ha sostenido el paradigma hegemónico hasta ahora de la repetición y la reproducción de conocimientos, así como tantas otras instituciones que durante siglos han contribuido a legitimar ciertos conocimientos y ciertas metodologías, hoy se ven sacudidas, confrontadas, y están en el momento de reacción mayor. Los docentes manifiestan un temor profundo a ser reemplazados por las nuevas tecnologías de información puestas al servicio de objetivos de aprendizaje. Y las



instituciones educativas no acaban de comprender la magnitud del cambio, e insisten tercamente en continuar con una visión reduccionista que sólo repara en el aspecto instrumental tanto de medios como de tecnologías. No es la sola dotación de máquinas en las escuelas la alternativa para atajar el desafío, como se han empeñado muchos ministerios latinoamericanos de educación. Más bien, se trata de debatir y repensar los para qué de la educación y la comunicación en un gran cambio de época como el actual. Esto es lo necesitamos seguir haciendo.

Bibliografía

- Castells, Manuel, *La era de la información*, Madrid, Siglo XXI Editores, 1998.
- Echeverría, Javier, *Los señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*, Barcelona, Destino, 1999.
- Fuentes, Raúl, *Educación y telemática*. Buenos Aires, Editorial Norma, 2001.
- Levis, Diego, *La Pantalla ubicua. Comunicación en la sociedad digital*, Tucumán, Argentina, Ciccus, 1999.
- Maldonado, Tomás, *Crítica a la razón informática*, Barcelona, Paidós, 1998.
- Martín-Barbero, Jesús, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México, D.F., Gustavo Gili, 1987.
- _____. «De los medios a las prácticas», en *La comunicación desde las prácticas sociales*, Cuadernos del PROICOM, No. 1, México, D.F., Universidad Iberoamericana, 1990.
- _____. *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, Santiago de Chile, Fondo de Cultura Económica, 2002.

_____ «Ejes Estratégicos de Investigación en el Campo de los Estudios Socioculturales», *Manuscrito interno del Departamento de Estudios Socioculturales*, ITESO, 2000.

Martín-Barbero, Jesús y Rey, Germán, «Editorial», en *Revista de Estudios Sociales*, No. 5, Bogotá, Universidad de los Andes, Fundación Social, enero de 2000.

Martín Serrano, Manuel, *La Comunicación social*, Cuadernos del CONEICC, Guadalajara, ITESO, 1982.

Meyrowitz, Joshua, *No Sense of Place. The impact of electronic media on social behavior*, Nueva York, Oxford University Press, 1985.

Orozco, Guillermo, «La mediación en juego: TV, cultura y audiencias», en *Revista de Comunicación y Sociedad*, No. 10, Guadalajara, Universidad de Guadalajara, 1991.

_____ *Televisión y audiencias*, Madrid, Ediciones de la Torre, Universidad Iberoamericana, 1996.

_____ *Televisión, Audiencias, Educación*, Buenos Aires, Editorial Norma, 2001.

Perez de Silva, Javier, *La Televisión ha muerto*, Barcelona, Gedisa, 2000.

Piscitelli, Alejandro, «La Post-Televisión, liberando a la información de la tiranía del texto», en *Plenarias del V Congreso ALAIC 2000*, Santiago de Chile, Universidad Diego Portales, abril de 2000.

_____ «Paleo, Neo y Post-Televisión», en *La metamorfosis de la TV*, Cuadernos del PROHICOM, No. 8, México, D.F., Universidad Iberoamericana, 1995.

Vilches, Lorenzo, *La migración digital*, Barcelona, Gedisa, 2001.

Williams, Raymond, *The Year 2000*, Nueva York, Pantheon Books, 1983.

Wolton, Dominique, *Internet y después?*, Barcelona, Gedisa, 2000.