

40
años

comunicación

Estudios venezolanos de comunicación • 3º y 4º trimestre 2015 • N° Aniversario 171-172

PENSAMOS
INSISTIR

Director

Marcelino Bisbal

Editores adjuntos

Consejo de Redacción

Consejo editorial

Jesús María Aguirre
Marcelino Bisbal
Agrivalca Canelón
Andrés Cañizález
Gustavo Hernández
Carlos Delgado Flores
Humberto Valdivieso
Francisco A. Pellegrino
Honegger Molina
José Martínez-de-Toda
Carlos Correa
Luis Carlos Díaz

Consejo Fundacional

José Ignacio Rey
José Martínez-de-Toda
Francisco Tremontti†
Jesús María Aguirre
César Miguel Rondón
Marcelino Bisbal
Ignacio Ibáñez†
Epifanio Labrador

Colaboradores**del presente número**

Laura Helena Castillo
Margarita D'Amico
Luis M. Romero
Walter Federico Gadea
Nelesi Rodríguez
Mariela Matos
Blas Fernández
Fedosy Santaella
José de Llano
Yanira Hernández
William Peña
Antonio Pasquali
Tiziana Polesel
Yraida Sánchez
Reinaldo J. Hernández
Andreína Elena Aponte Domínguez

Revisión

Marlene García

Asesor Gráfico

Víctor Hugo Irazábal

**Diseño de portada
y de separata "Frágil"**

Marvic Ruiz

Fotografías de separata "Frágil"

Nana Ruiz

Producción Editorial

Bimedia 21 Diseño Editorial

Impresión

Ex Libris

Suscripción

(4 números al año)

Venezuela: Bs. 700,00

Suscripción solidaria: Bs. 1.400,00

Número suelto: Bs. 500,00

Forma de pago:

En Venezuela

- Pagando en nuestras oficinas
- Depositando, a nombre de:
Fundación Centro Gumilla,
en la siguiente cuenta:

Banesco

Cta. Cte. N° 0134-0413-59-413101041-4

Para suscripciones del exterior
contactar a la administración
del Centro Gumilla

Centro Gumilla

Edificio Centro Valores,
local 2, esquina Luneta,
Altigracia. Apartado 4838
Caracas, Venezuela ZP 1010.
Teléfonos: 564.9803 - 564.5871
Fax: 564.7557

Redacción Comunicación:

comunicacion@gumilla.org

Redacción SIC:

sic@gumilla.org

Unidad de Documentación:

documentacion@gumilla.org

Administración:

administracion@gumilla.org

Suscripciones:

suscripcion@gumilla.org

Depósito Legal

pp 197502 DF851

ISSN: 0251-3153

Comunicación no comparte
necesariamente las opiniones
vertidas en los artículos firmados
que expresan, como es obvio,
la opinión de sus autores.

Los textos publicados
en la sección de Estudios de
la Revista son arbitrados.

La revista *Comunicación*
de la Fundación Centro Gumilla
está indizada en la base de Datos
Clase "A" de la Fundación Venezolana
de promoción del investigador, al igual que
en Latindex (Catálogo de revistas)

Visite nuestra página en la web:

<http://www.gumilla.org>



40 años **comunicación**

**Edición
aniversaria**

Nº 171-172 | Estudios venezolanos de comunicación • Centro Gumilla

Perspectiva Crítica y Alternativa • Integrantes de la Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura

4 ¡PENSAMOS INSISTIR!

Marcelino Bisbal

8 *Los cuarenta años del círculo de la insistencia*

Laura Helena Castillo

PRESENTE CONTINUO

14 *Reinventando futuros. Un recorrido de emergencia por la comunicación global del siglo XXI*

Margarita D'Amico

24 *Incidencia de la diversificación del ecosistema comunicativo en la sobresaturación informativa*

Luis M. Romero
Walter Federico Gadea
Gustavo Hernández Díaz

SUJETUALIDADES DIGITALES

36 *El fenómeno del YO Cuantificado: ¿una nueva tecnología del Yo?*

Nelesi Rodríguez

42 *Transformaciones de la lectura, del libro y del lector desde el diseño*

Mariela Matos / Humberto Valdivieso

CAMBIOS PROFESIONALES

54 *El impacto de los nuevos modos de producción en el campo de la Comunicación Social*

Jesús María Aguirre

64 *La comunicación para el desarrollo en la sociedad del conocimiento*

Blas Fernández

74 *Storytelling, la experiencia de una labor titánica*

Fedosy Santaella

AULA INVERTIDA

82 *Mitos del aula sin muros en Venezuela*

Gustavo Hernández Díaz

90 *¿De qué se habla cuando se habla de e-learning? Retos y oportunidades*

José de Llano / Yanira Hernández

ARQUITECTURAS DE RED Y ENIGMAS DIGITALES

98 *El impacto de la crisis en las telecom venezolanas. El subsidio que está aniquilando la innovación*

William Peña

106 *La sociedad del conocimiento como modelo de desarrollo. Una aproximación desde el caso venezolano*

Carlos Delgado-Flores

116 *Entre la Libertad y la Vigilancia*

Antonio Pasquali

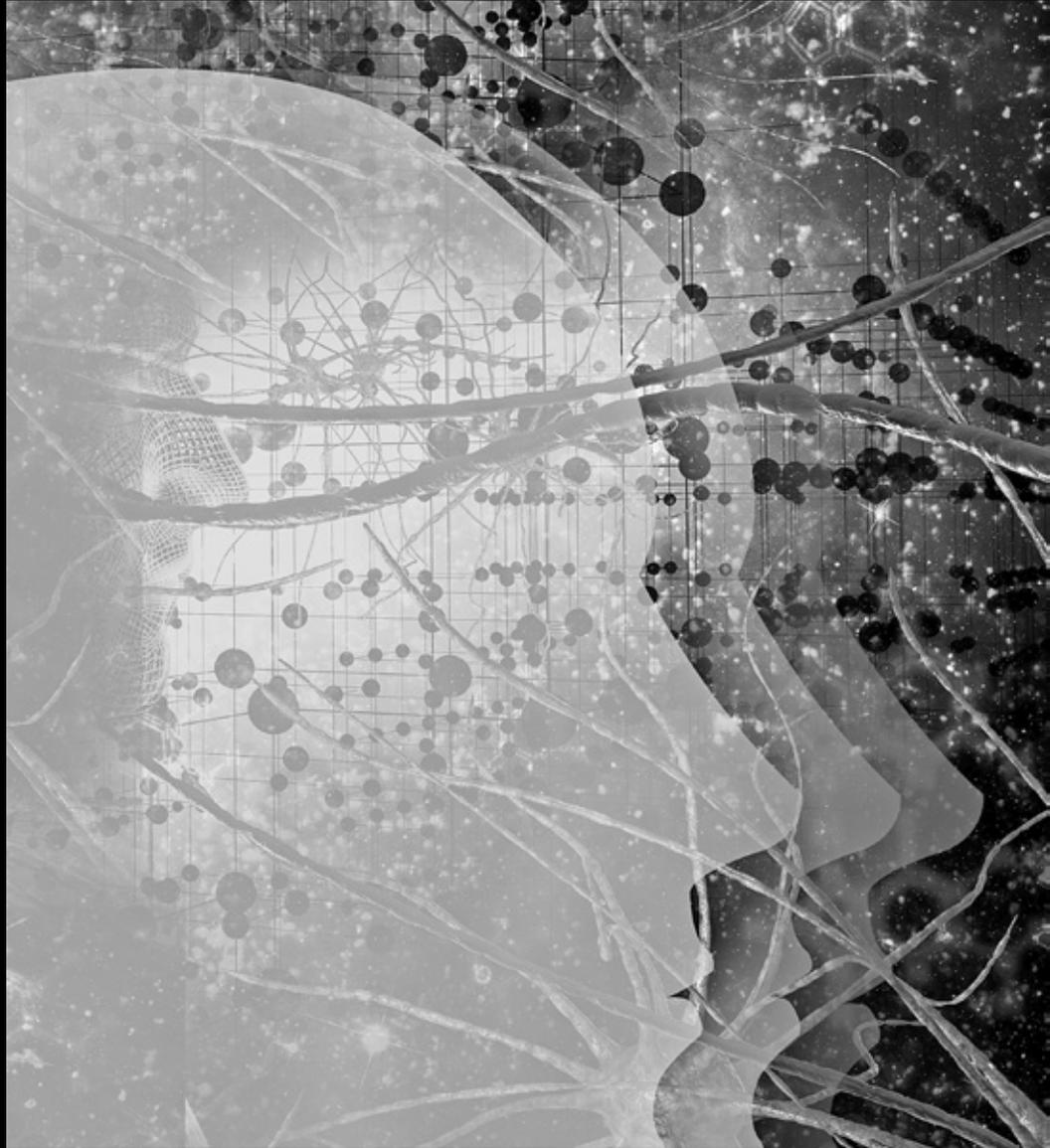
UNA PROPUESTA BASADA EN LA PARTICIPACIÓN

128 *La actualización curricular de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB*

Tiziana Polesel

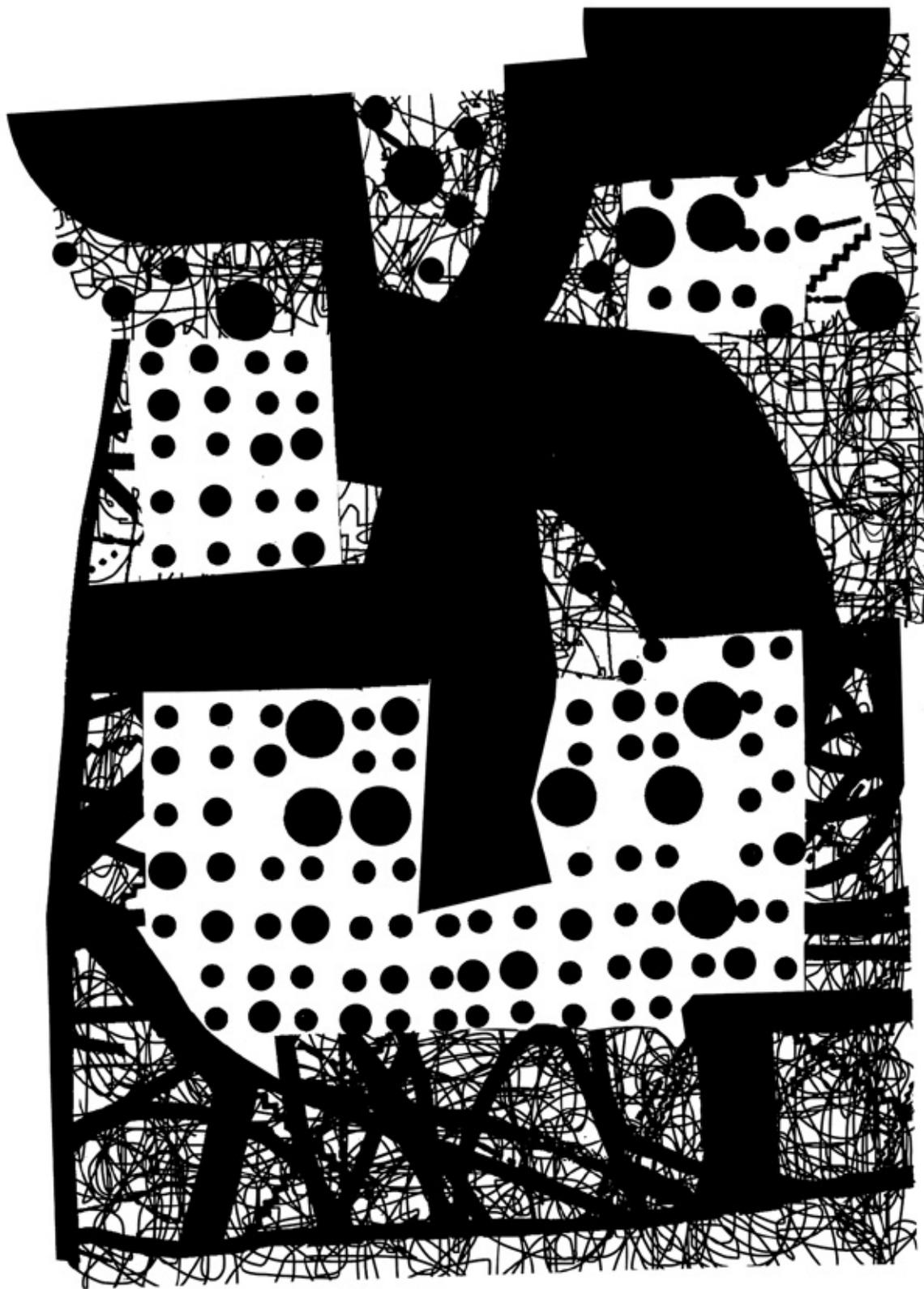
130 *La formación del comunicador social: el modelo por competencias de la UCAB*

Yraida Sánchez



PENSAMOS
INSISTIR

40
años



GALERÍA DE PAPEL. Víctor Hugo Irazabal (2015)

¡Pensamos insistir!

ESTÁBAMOS ya en pleno desarrollo del año 1975. Ese fue un año rico en acontecimientos en el ámbito nacional y también en el internacional. Simplemente apuntemos, a modo de refrescar la memoria, que en ese 1975 ya teníamos un año del gobierno del social demócrata Carlos Andrés Pérez (Acción Democrática); en ese mismo año se aprueba en el país la Ley de Nacionalización de la Industria Petrolera; se normalizan las relaciones diplomáticas con Cuba; se crea en el ámbito regional el Sistema Económico Latinoamericano (Sela) con la presencia de 25 países; en Chile, los obispos denuncian de manera enérgica la represión de la dictadura pinochetista; se desploma definitivamente el régimen de Saigón (Vietnam) y los Estados Unidos retiran sus fuerzas; en Inglaterra aparece el nombre de Margaret Thatcher; que en poco tiempo será Primer Ministro representando al partido conservador; grave recesión económica y desempleo creciente en Estados Unidos y Europa Occidental; en España muere, a los 85 años, Francisco Franco, quien gobernó desde 1939; en Nicaragua y en El Salvador recrudece la lucha contra las dictaduras de ambos países; naves espaciales soviéticas y norteamericanas producen el primer acoplamiento espacial; aparece la primera computadora portátil de la IBM...

En el plano cultural y del pensamiento, los hitos fueron muy variados en publicaciones literarias, ensayística política y sociológica, en el cine, el teatro, la danza... Ese año la literatura se enriquece con *La rosa profunda* y *El libro de arena* de Jorge Luis Borges; Gabriel García Márquez nos sorprende con *El otoño del patriarca*; en Venezuela Guillermo Sucre se hace presente con *La máscara, la transparencia* y Elisa Lerner con *Vida con mamá*; en el teatro, Augusto Boal inicia sus reflexiones sobre el teatro popular y del oprimido con la publicación de *Técnicas latinoamericanas de teatro popular*; en ensayística política, el venezolano Carlos Rangel irrumpe con *Del buen salvaje al buen revolucionario*; en el mundo de la danza aparece Maurice Bejart con *Nuestro Fausto* y el soviético Mijaíl Baryshnikov debuta en Londres; y en el país, bajo la dirección de Zhandra Rodríguez y Vicente Nebreda, se crea el Ballet Internacional de Caracas; en el cine tenemos que referir a *Jesús de Nazaret* de F. Zeffirelli; Carlos Saura con *Cría cuervos*; I. Bergman y su *Flauta mágica* y Steven Spielberg con *Tiburón I*; Juan Vicente Gómez de Manuel de Pedro; Román Chalbaud con *La quema de Judas*, ambos venezolanos... De la misma manera dejaron de estar entre nosotros importantes figuras culturales. Se nos van Pier Paolo Pasolini (director

“Con la modestia que siempre ha caracterizado a los que hacen Comunicación, afirman que no saben si 35 años son muchos. Pues yo les respondo que sí: son muchos. Muchísimos. Pero con la misma les advierto que son pocos, muy pocos, porque ahora es cuando”.

César Miguel Rondón, en los 35 años de la revista

40 años

● **MARCELINO BISBAL**



Hoy estamos celebrando cuarenta años sin ningún ánimo triunfalista por el hecho de haber llegado hasta aquí. Han sido cuarenta años de insistir y referir algunas temáticas que se hicieron presentes y que siguen estando presentes.

de cine italiano), Arnold Toynbee (historiador y filósofo inglés), Julian Huxley (biólogo y escritor); Dimitri Schostakovich (compositor soviético) entre los más conocidos.

Este fue el contexto —rico y variado— en el que nace nuestra revista *Comunicación*. Surgimos como una pequeña publicación mimeografiada, de pocas páginas (no más de 12 o 24) y nos cobijamos con y en el Centro de Comunicación Social Jesús María Pellín. La ficha de nacimiento, muchas veces repetida, dice:

Este boletín, cuyo primer número estamos presentando, nace para servir de expresión a las inquietudes que el moderno proceso de la comunicación social suscita, a cada momento, en los profesionales de la misma. Nace, en concreto, por iniciativa de un grupo de comunicadores venezolanos preocupados por el deterioro progresivo de una genuina comunicación social en el país y conscientes de las implicaciones negativas que ese deterioro tiene para el desarrollo político e integral del hombre y del pueblo venezolano.

Comunicación se hace presente cuando en el país la revista *Orbita. Temas de comunicación social* ya tenía tres años publicándose (nace en el tercer trimestre de 1972 y se editaron treinta números). En la región está ya la revista *Chasqui*, la primera publicación latinoamericana dedicada al estudio de la comunicación; nace en 1972 bajo el auspicio de Ciespal (en ese entonces Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina) y perdura hasta nuestros días. En Chile, mientras se desarrolla la experiencia hacia el socialismo con Salvador Allende, en julio de 1973 arranca la publicación *Comunicación y Cultura. La comunicación masiva en el proceso latinoamericano*, de la cual se editaron doce números. Por último, en Argentina, dos años antes —1974— de la aparición de la bota militar se publicará la revista *Lenguajes*, primera revista en América Latina especializada en la investigación lingüística-semiólogía; solo se llegaron a editar dos números.

Con esas referencias inicia *Comunicación* sus primeras ediciones y su línea de investigación se centrará en el estudio de las industrias culturales; en el régimen de propiedad de los medios; en las reflexiones sobre una radio y televisión de servicio público; en los inicios de las discusiones sobre las políticas nacionales de comunicación y cultura; en el campo de la lingüística y la semiología y ya empezábamos a referir el concepto y la práctica de la comunicación alternativa, medios alternativos, comunicación de base y comunicación popular. Desde allí asumimos nuestra carta de identidad: ... desde una perspectiva crítica y alternativa.

Esos fueron sus inicios. *Comunicación* entra en la década de los años ochenta y los noventa. Nos codeamos con nuevas publicaciones que sobre el fenómeno de la comunicación aparecen

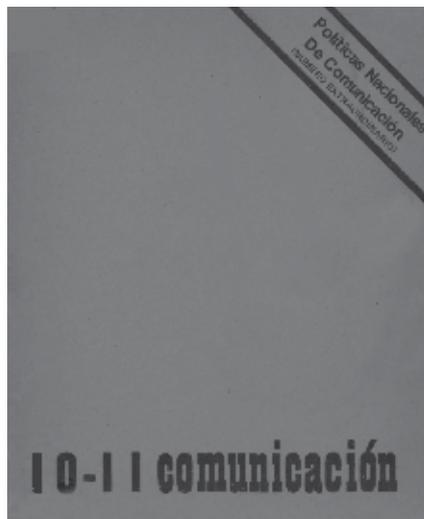
y desaparecen. En Venezuela —en 1982— se publica *Video-Forum* (revista orientada al estudio de la comunicación audiovisual y editada por la Academia Nacional de Ciencias y Artes del Cine y la Televisión, auspiciada por RCTV. Se publicaron diez números). Hará su aparición en 1988 y continúa hasta nuestros días el *Anuario ININCO* editado por la Universidad Central de Venezuela. En el contexto latinoamericano —1982— empieza a editarse la revista *Signo y Pensamiento* de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Javeriana que permanece hasta hoy. En 1987, y desde México, aparece la publicación *Cuadernos del CEIC*, que desde el año 1990 empieza a llamarse *Comunicación y Sociedad*, del Departamento de Estudios de Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara. También se hacen presentes, en los inicios de la década de los ochenta, la revista *Comunicación & política* al abrigo del Centro Brasileiro de Estudios Latinoamericanos de Forense-Universitaria (se publicarán pocos números) y *Comunicación e Sociedade* del Instituto Metodista de Enseñanza Superior (se deja de publicar hacia la mitad de esa década). Volviendo a Venezuela, arrancando los noventa, en 1992 aparece *Temas de comunicación* de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB (se sigue publicando en el espacio digital y pertenece ahora al Centro de Investigación de la Comunicación) y en América Latina irrumpe *Intercom. Revista brasileira de comunicação*, que continúa hasta nuestros días. A partir del inicio del nuevo milenio surgieron nuevas —muy pocas— publicaciones.

Este recorrido, por demás esquemático y señalando apenas algunas publicaciones que conocimos hasta finales de los noventa y que pudieron llegar a nuestras manos a lo largo del tiempo, sirve para ilustrar un momento de los inicios y consolidación de la revista *Comunicación* como referente para conocer lo que ha sido la institucionalización del campo de las comunicaciones en Venezuela y en buena parte de América Latina.

Hoy estamos celebrando cuarenta años sin ningún ánimo triunfalista por el hecho de haber llegado hasta aquí. Han sido cuarenta años de insistir y referir algunas temáticas que se hicieron presentes y que siguen estando presentes. Durante todo este tiempo, desde nuestra revista *Comunicación* hemos intentado estimular y canalizar el debate crítico sobre un campo tan estratégico como lo es hoy la comunicación y la cultura.

A lo largo de estas cuatro décadas de existencia los temas tratados, reflexionados y publicados han girado en torno a:

- **1975-inicios década de los ochenta.** *Comunicación* nace por la generosidad de mucha gente. Primero, por la Compañía de Jesús y por la voluntad política de un grupo de personas que a partir de 1975 decidieron contribuir, con su pensamiento y reflexión, a la necesaria y urgente democratización de las comunicaciones no solo en nuestro país, sino en la región. Las preocupaciones de aquel primer equipo, que hoy lo llaman *los históricos*, se centraron en el



LOS NUMEROS DE LA PLURALIDAD, LAS DIFERENCIAS Y LAS COINCIDENCIAS

Decía el mexicano Carlos Monsiváis en *Las alusiones perdidas* (Anagrama, 2007) que “los números no son poéticos pero su retórica se impone al ser objeto de la religiosidad contemporánea”. En tal sentido, después de cuarenta años de *Comunicación*, los números que exhibe la revista son, en todos sus sentidos, la mejor muestra de la pluralidad, también de las diferencias y por supuesto que de las coincidencias. ¿No es eso la democracia?

- Números publicados en cuarenta años: 172
- Número de páginas: 17.532
- Número de artículos presentados: 1.490
- Número de colaboradores: 1.975

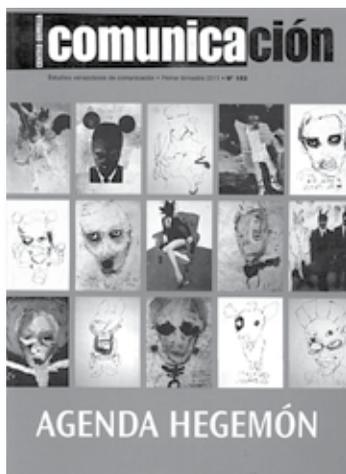
estudio de las industrias culturales, el régimen de propiedad de los medios, la semiología, y empezamos a hablar de comunicación alternativa y de medios alternativos.

● **1986-comienzo de los noventa.** Ese año desaparece el Centro de Comunicación Social Jesús María Pellín y la revista pasa al Centro Gumilla. La temática de la publicación estuvo centrada en las discusiones generadas en torno al tema de la comunicación y la cultura durante los gobiernos de Carlos Andrés Pérez, Luis Herrera Campins y Jaime Lusinchi. Fundamentalmente nuestras reflexiones se orientaron hacia los temas de políticas nacionales de comunicación, Nuevo Orden Mundial de las Comunicaciones o Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, políticas culturales, el papel de la Unesco en el área de las comunicaciones, los consejos de comunicación, el tema de las regulaciones en comunicación y cultura, la radio y televisión de servicio público (a raíz de las huellas dejadas por toda la discusión del Proyecto Rátelve), las agencias transnacionales de información y los llamados *porteros*, la necesaria descolonización de las comunicaciones. En esas discusiones los temas de *acceso y participación*, así como el de *democratización de la comunicación* estaban presentes. El equipo siguió teorizando, investigando y proponiendo fórmulas para la comunicación alternativa y medios alternativos de comunicación, y continuó desentrañando el régimen de propiedad de los medios en Venezuela y su interrelación con otros ámbitos de los medios de producción.

● **1993-inicio del nuevo milenio.** Desde ese año la revista asume un nuevo rostro gráfico y una nueva estructura de contenido. En ese período llega-



¡Pensamos insistir! Este es el lema que hemos asumido para celebrar nuestros cuarenta años. Hemos trazado un camino, una ruta que está presente en todos los números publicados hasta ahora.



mos al número cien, y se inicia la *Galería de papel* bajo la dirección del Premio Nacional de Artes Plásticas, Víctor Hugo Irazábal. La *Galería de papel*, que ha continuado hasta nuestros días, ha servido para mostrar otras formas de expresión comunicacional. En esta nueva etapa de la revista la reflexión del equipo estuvo centrada en los llamados estudios culturales y el consumo cultural, recepción crítica de los medios y lo que hoy denominamos educación y el tema de las mediaciones sociales se hacen presentes. Todo esto sin abandonar las anteriores temáticas.

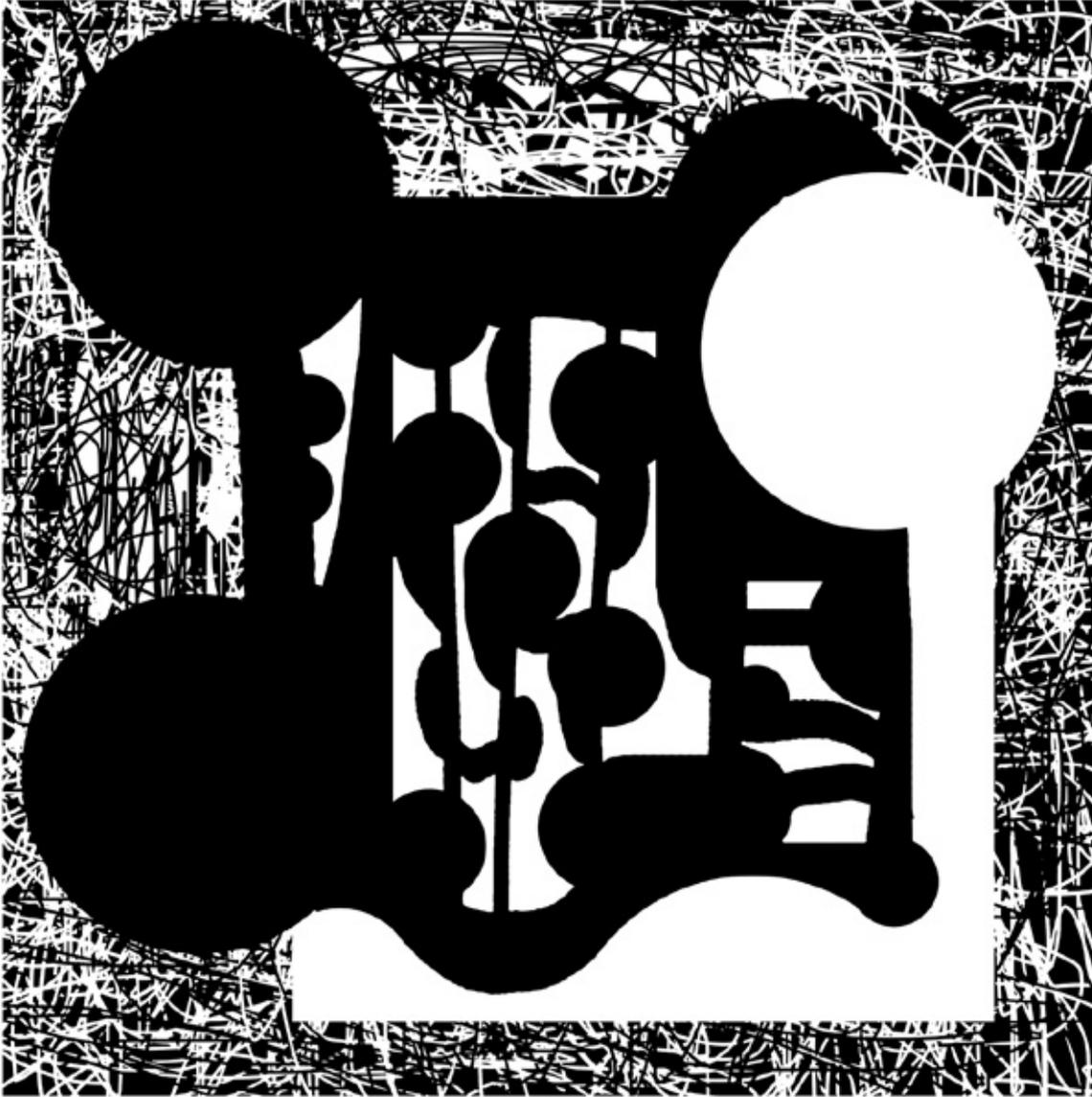
● **2000-hasta nuestros días.** En este período el tema de las comunicaciones adquiere un rol estratégico en perspectiva política. Se produce en el país un nuevo régimen comunicativo con la presencia del llamado Estado-comunicador y algunas leyes que restringen significativamente la libertad de comunicación. En el año 2005 la revista llega a sus treinta años de existencia y en el 2010 alcanzamos los 35 años. Los temas del periodismo, el de la libertad de expresión como derecho humano fundamental, la relación entre comunicación y desarrollo, el perfil profesional del comunicador; los retos que introducen en el campo del periodismo y la comunicación las nuevas tecnologías, nuevas formas de comunicación como la comunicación corporativa y organizacional, comunicación y política, sensibilidad y arte... empiezan a ser las nuevas temáticas en la revista.

¡Pensamos insistir! Este es el lema que hemos asumido para celebrar nuestros cuarenta años. Hemos trazado un camino, una ruta que está presente en todos los números publicados hasta ahora. A partir de aquí se trata de emprender la ruta del futuro, pero sin olvidar lo que hemos dejado en el pasado reciente. Las dificultades del contexto son grandes, pero “más allá de eso [nos dice el escritor Francisco Suniaga], el debate hay que darlo porque los demócratas de este país tienen la convicción de que los principios democráticos que hace casi setenta años empujaron a los venezolanos a marchar hacia un porvenir más venturoso y fijaron el norte de su trashumar, siguen siendo válidos. No podría ser de otro modo, son los mismos compartidos en mayor o menor medida por la humanidad entera”.

¡Pensamos insistir!

MARCELINO BISBAL

Director de la revista *Comunicación*.



GALERÍA DE PAPEL. Víctor Hugo Irazábal (2015)

Los cuarenta años del círculo de la insistencia

LOS primeros en llegar tuvieron que ponerse de acuerdo para hacer un círculo. Un círculo con mesas cuadradas. Al principio, la figura era un dibujo deformado por la inspiración individual. Unos cedieron, otros avanzaron, hasta que la circunferencia apareció. El más reciente ejercicio del grupo había sido un éxito. El primero, cuarenta años antes, también: organizarse para hacer una historia redonda alrededor de la palabra.

Lo de hoy comenzó con un Rioja para celebrar. Jesús María Aguirre ofreció servirlo. Como cada miércoles desde hace cuatro décadas, ellos se sientan a conversar. Y, esta vez, para no olvidar que seguirán conversando. Reunidos, en el círculo de escritores y lectores que son, escuchan las palabras de bienvenida de Marcelino Bisbal. Estamos en un salón de paredes de madera en el edificio del rectorado de la Universidad Católica Andrés Bello y, a diferencia de otros encuentros, esta tarde no se discutirá sobre pautas editoriales. Esta vez hay ánimo de remembranza y evaluación. Y de Rioja: en noviembre se cumplen cuarenta años de la revista *Comunicación*, de la que todos son equipo, y hay mucho por contar.

—Que una publicación como esta haya aguantado cuarenta años, casi que ha sido una hazaña. Nació en 1975 al abrigo de lo que fue en aquel momento el Centro de Comunicación Social Jesús María Pellín y por iniciativa de un grupo de buenos amigos jesuitas como Jesús María Aguirre, José Ignacio Rey, José Martínez Terrero, Ignacio Ibáñez, Francisco Tremontti y Epifanio Labrador; y, también, de unos jóvenes laicos que estábamos empezando la universidad. Llega un momento en que el Centro Jesús María Pellín desaparece, se fusiona de alguna manera con lo que es el Centro Gumilla y la revista pasa a ser una publicación del Centro Gumilla hasta el día de hoy.

Así resume Bisbal, director de *Comunicación*, los comienzos de una idea. Dice que la revista se mantiene por el empeño de lo que ya es un club de amigos —y eso no puede dudarlo nadie que los vea: fraternos, vitales, felices de encontrarse—, por el apoyo de la Compañía de Jesús —a la que pertenece—, los aportes de importantes empresarios en todo el país y por la generosidad de profesores de la UCAB y también de la Universidad Central de Venezuela.

Amistad, generosidad, voluntad, insistencia. Esas son las pautas de esta crónica.

Y propone Bisbal montarse en las mesas y mirar cuarenta años más allá: “El lema que escogimos para conmemorar estos cuarenta

La revista *Comunicación* cumple cuatro décadas. Cada miércoles, desde hace muchos, el grupo se reúne a pensar estas páginas y termina repensando el país. Convertidos en un club de amigos, mantienen su vocación crítica hacia el ejercicio comunicacional del poder y están comprometidos con la libertad del pensamiento. Para celebrar, una advertencia: piensan insistir y la historia parece que está de su parte.

The magazine “Communication” celebrates its fourth decade. Every Wednesday, for a long time now, the group gets together to think this pages and ends up rethinking the country. Turned into a club of friends, they keep their critic vocation towards the communicational exercise of power and they are committed with freedom of thought. To celebrate, a warning: they think about insisting and history seems to be on their side.



● **LAURA HELENA CASTILLO**



años es 'Pensamos insistir'. Pues yo lanzaría una primera idea sugerente, si se quiere provocativa: ¿Pensamos insistir en qué?'

La pregunta va para los de la circunferencia: Jesús María Aguirre, Blas Fernández, Honegger Molina, Mariengracia Chirinos, Gustavo Hernández, José Martínez Terrero, Mariela Matos, Humberto Valdivieso y María Fernanda Bastidas, todos colaboradores —y más— en las cuatro ediciones anuales que se planifican desde el Centro Gumilla.

Antes, con un escalpelo, Aguirre interviene:

—Me integro a una operación de relleno informativo histórico.

—Jesús María siempre me corrige, la verdad —responde Marcelino. El profesor Aguirre comienza el procedimiento:

—Lo que llamo relleno de historia es que uno puede decir 'Monseñor Pellín ¿Quién *carrizo* es ese señor?'. Entonces aquí damos como por supuesto muchas cosas y por eso digo darle textura para responder después, o intentar responder un poco, lo que yo diría el ADN de lo que entiendo de los fundadores. Ya sabemos que nace en el 75, que el nombre es "Centro de Comunicación Social Jesús María Pellín" porque es un monseñor de la Iglesia católica, una figura muy notable porque era por una parte un orador muy sagrado a nivel popular por el *Sermón de las siete palabras*, además era fundador de una emisora de radio y fue director de *La Religión*, pero por sobre todo está la característica de que fue un luchador de la libertad de prensa, en el tiempo de la dictadura de Pérez Jiménez.

El relleno, tan gustoso y abundante, reveló matices como que Aguirre fue productor musical del cantante de rock español Miguel Matos. Y, también, retrató los inicios de *Comunicación*.

—Había en aquel grupo una visión crítica de los medios y la necesidad de una búsqueda de alternativas, y en la instauración de ese centro hay tres áreas de acción. Por una parte, estaba el área de producción ¿Y producir qué? Pues programas pilotos con sentido crítico y alternativo; hubo una mínima producción propia de radio, pero sustantiva: allí se entrenaron Cesar Miguel Rondón, la directora del departamento de la UCAB Elisa Martínez, Javier Vidal. Había también el trabajo de la comunicación popular; que es lo que derivó en lo que se llamaba la comunicación horizontal, que después de alguna manera trato de secuestrar el Estado. La tercera vertiente era la investigativa, en la que se entronca *Comunicación*, un área de reflexión crítica de un grupo con potencial investigativo. La idea no era hacer investigación muy académica, sino hacer un diálogo tanto de profesionales como de académicos.

Este es, como dice Aguirre, un relato con textura. Es, también, un testimonio de contexturas. De maestros en el enfrentamiento al poder que aspira convertirse en dominio. De investigadores con peso específico. De los que suelen ser los traductores de la realidad para otros medios de comunicación y aquí son los autores. Estas páginas son una pauta para los demás, un índice de temas para entender las expresiones y los silencios, para diferenciar el ruido de las ideas, la propaganda de la participación.

La pregunta y la insistencia siguieron la rueda. Martínez Terrero recordó el germen radical que inspiró a los fundadores. También hubo de eso: modelos en contra de lo que oliera a masas, inspirados en la comunicación grupal surgida con coraje en las dictaduras de Brasil y

Uruguay; casetes con mensajes para copiar y reproducir como esquema organizativo popular; mensajes de mano en mano para burlar la censura; el financiamiento alternativo para comprar la primera sede de la revista en El Paraíso, cerca del verdor del Centro Vasco de Caracas (eran los 70 y las casas en Caracas todavía se compraban sin traumas). Martínez Terrero, un jesuita fundador, recordó e hizo recordar.

Como ha sido ánimo desde el principio, en este circuito hay voces que afinan en tonos diferentes. Unos desde la defensa del derecho a la información; otros, desde la palabra y su difusión en distintas plataformas; algunos en la investigación académica, otro tanto evaluando las destemplanzas expresivas del poder. Religiosos, laicos; desde la homilía, desde las aulas; en las fronteras, en el barrio; en salones de conferencias y en salas con techo de tierra y café negro recién colado. Unos son los fundadores; otros, el grupo intermedio que se incorporó hace un par de décadas y, finalmente, se incorporan los más jóvenes.

Diversidad, resistencia, conexión, humor. Esas, también, son las pausas de esta crónica.

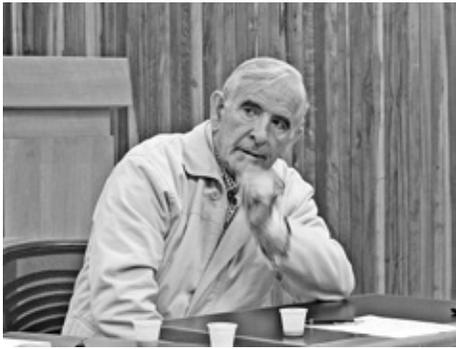
Desde antes de entrar a *Comunicación*, el sacerdote Honegger Molina ya estaba en *Comunicación*: trabajando en el Centro Gumilla iba hasta los archivos para ayudar a monseñor Baltazar Porras a encontrar los ejemplares que le faltaban para su colección. "Espiritual y afectivamente me siento vinculado a los orígenes de la revista y muy comprometido con esa dimensión sumamente crítica, expositiva, que busca escaparse del modelo dominante de la comunicación y, también, tiene la intención de llegar a los que no tienen voz. Cuando entro a Gumilla me dedico a revisar muy minuciosamente ese origen atrevido, hermoso, inspirador".

Molina cree, predica y produce la conexión de dos mundos: la del excluido con la academia. "Con la cabeza en la universidad y los pies en el barrio". Ahora, con su fundación, está pintando paredes en los barrios. El proyecto se llama Murales que dialogan con la comunidad. Así, en la misma línea de esas ediciones originarias que revisaba con emoción: hablando desde canales no tradicionales, colado entre las rendijas del hormigón gubernamental. Conoce de casos en los que los equipos que el Gobierno entregó a comunidades organizadas para la comunicación popular se han convertido en museos de aparatos rotos, en proclamas calcadas de la línea oficial o en botín para las bandas armadas. Un recado incompleto.

Como Molina, Gustavo Hernández, exdirector del Instituto de Investigaciones de la Comunicación de la UCV —hermandad universitaria que surgió después de algunas pugnas y de la que hoy se sienten complacidos— también valora la insistencia desde las aulas con vista a la calle. "Nosotros no somos solamente docentes investigadores, sino investigadores docentes. A veces formamos equipos de investigadores para dar la visión empírica, llevarla a la clase y luego mostrarla a través de la revista. Veo el plano académico como un gran fruto de *Comunicación* y el plano externo como un compromiso de cuarenta años con los oprimidos de los medios masivos que no han ofrecido hasta los momentos una programación de calidad".

La publicación es, entonces, otro libro de texto para los estudiantes de pregrado y posgrado. Así llega hasta los morrales. Así le pasó a Mariela Matos: "Conocí la revista siendo una estudiante y me acuerdo

José Martínez-de Toda



Jesús María Aguirre



Mariela Matos y Humberto Valdivieso



que empecé primero a comprar las que me llamaban más la atención por la temática. Luego me hice fanática de la revista y empecé a comprar los números que salían y después tuve el placer de conocer a los autores, uno por uno, a unos los veía en clase, a otros los veía como referencia en comunicación. Ninguno ha dejado de ser crítico, ninguno ha dejado de enseñar”.

Si esta revista nació en los años 70 durante el ensayo general de la democracia petrolera venezolana, pero con la inspiración de las luchas clandestinas contra las dictaduras del continente, los más nuevos del grupo —Chirinos, Valdivieso, Matos, Bastidas— se integran en tiempos del indiscifrable socialismo bolivariano. En este contexto fangoso, *Comunicación* sigue imprimiéndose. Mientras diarios cierran por falta de papel, otros cambian de directivos, cambian de titulares, cambian de periodistas, cambian de forma y de fondo. Cambian. Renuncian. Migran a otros intereses. Aquí no. Lo de aquí es vocación de trascender. Un compendio de principios. Un convenio con la polémica y la independencia. Un salón —como pocos quedan— para el pensamiento profundo del país y el continente.

Pero, tal vez, sea poco el tiraje de *Comunicación* y puede que —en algún momento cercano— el papel no alcance para todos los que quieren pensar. Además, se suma el ya clásico debate sobre los medios impresos y los medios digitales. Queda, entonces, inspirarse en los casetes de Martínez Terrero como método de amplificar las ideas. Siempre es una feliz decisión volver a los orígenes.

—La revista tiene que insistir con mucha más fuerza en su plataforma digital y adaptarse a las nuevas maneras que hay de distribución de la información en el mundo porque toda esa bondad de pensamiento venezolano y latinoamericano necesita más difusión y más difusión implica mayor visibilidad, que pueda ser referencia para otros países sobre lo que está pasando aquí. El impreso, obviamente, debe mantenerse. Además, tenemos el lujo de que Víctor Hugo Irazábal haga la sección *Galería de papel*, donde hay un archivo de artes visuales en Venezuela extraordinario, prodigioso, que algún día habrá que mostrarlo al mundo. El tiraje de papel es limitado y en Venezuela siempre lo va a ser; en cambio, la forma de tener visibilidad a nivel internacional es el libro digital. Hemos dado pasos importantes, la revista está moviéndose muy bien en las redes, pero bueno, hay que insistir, insistir y ponerle corazón a esto —propone Valdivieso.

Valdivieso menciona a Irazábal y Marcelino hace memoria gráfica: a partir de la edición 100, en 1998, decidieron invitar al diseñador gráfico y artista plástico para crear la *Galería de papel*: “Víctor ha invitado a artistas muy reconocidos de distintas áreas como fotógrafos, caricaturistas, dibujantes, publicistas. Algunos venezolanos, otros internacionales. Como dijo Humberto, si en algún momento nos animamos a reunir esa galería, sería un estupendo portafolio de lo que es el mundo de las artes visuales”.

Y Marcelino aporta un dato de compromiso que puede explicar muchas cosas: “Ninguno de los integrantes de la revista cobra medio. Si tuviéramos que pagar solo por el tiempo que le dedican no podríamos hacerla. Lo que hacemos es entregarle a cada uno dos ejemplares. Un poco pichirre, pero editamos poco”. Pero hay Rioja.

El tiempo. Ese ha sido el socio y es, a la vez, el reto del equipo. Mariengracia Chirinos piensa que hay que aliarse con él para que los diagnósticos no pierdan vigencia: “La revista nos permite tener una radiografía bastante clara del periodismo y de las comunicaciones en Venezuela. Constantemente estamos pensando y da bastante satisfacción leer los artículos o los textos que se han producido diez, quince, veinte años atrás, y que estaban a la altura de esos momentos, y ver que con el tiempo esos análisis se han ido comprobando y corroborando. Eso da cuenta de la rigurosidad de estas mesas de redacción que, más allá de dar un producto editorial, nos deja mucho a cada uno como profesionales”. Aún estudiante, la más nueva del grupo, María Fernanda Bastidas, dice que lo que escucha en cada reunión de pauta no se aprende en los salones: “Ha sido un espacio de crecimiento”.

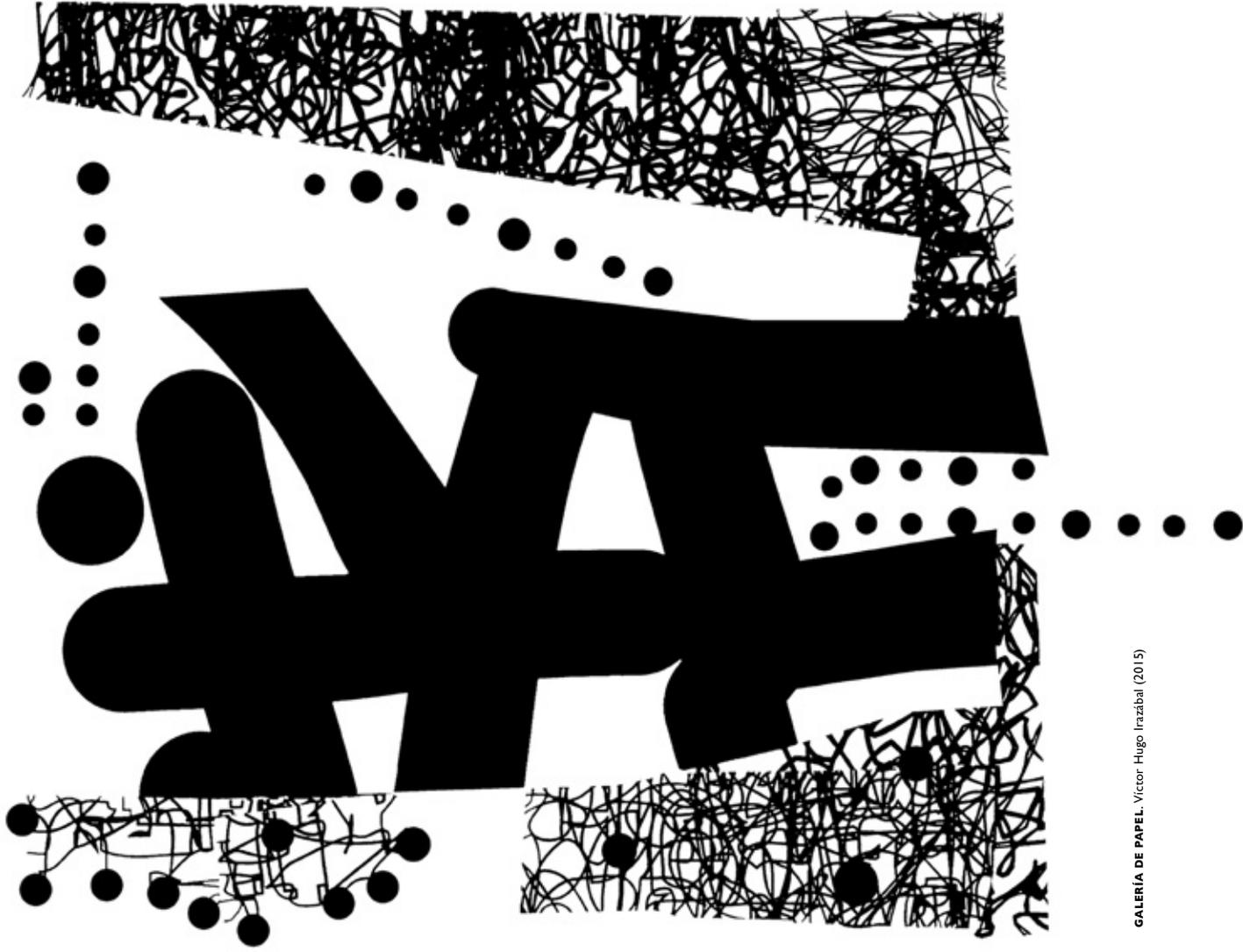
¿Insistir en qué?

(inserte aquí su respuesta).

Nos levantamos y el círculo de mesas tiene que ser disuelto. Grupos pequeños se quedan conversando. Las paredes de madera han escuchado una historia. El próximo miércoles —todos los miércoles que quedan— volverán a dar vueltas alrededor de la palabra.

LAURA HELENA CASTILLO

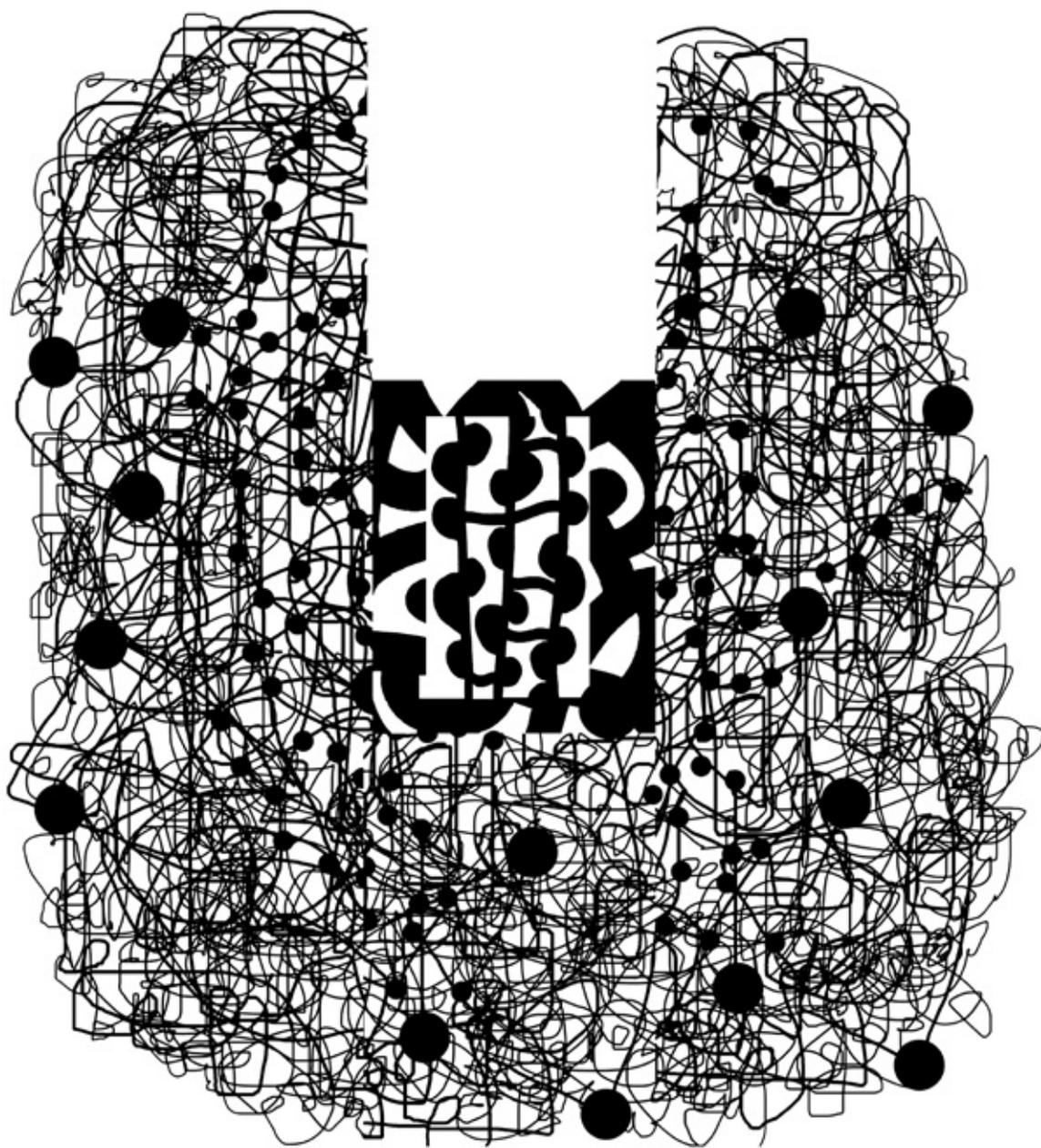
Periodista por la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Trabajó en el diario *El Nacional* como periodista de investigación. Hoy está en la Editorial Planeta. Profesora de pregrado y postgrado en la UCAB.



GALERÍA DE PAPEL, Víctor Hugo Irazábal (2015)

PRESENTE CONTINUO

40
años



Reinventando futuros

Un recorrido de emergencia por la comunicación global del siglo XXI

SOÑADO o inesperado, el futuro que ya irrumpió en la cotidianidad de millones de personas en el mundo, con las tecnologías más avanzadas para vivir, crear, compartir, comunicar ¿qué más puede traerle a la humanidad, si ya todo está aquí? Realizado o en desarrollo, en una sociedad globalizada en crisis, donde la única constante parece ser la esperanza, la cultura de la necesidad.

No por nada el sistema de comunicación social del siglo XXI –que hemos denominado “La Bohemia Hipermediática ¿última quimera?” (Revista *Comunicación* Nro. 154 segundo trimestre 2011)– se encarga de recordarnos, todo el tiempo y sin discursos culturales pesados, que el futuro es ahora, que mañana es hoy, siempre y cuando tengamos un mañana.

Para algunos el futuro se vislumbra como catastrófico, a punto de sacudir todo el engranaje comunicacional que es bastante complejo, casi incontrolable y de proyecciones impredecibles. Incluso los que contribuyeron a su desarrollo están aterrados, porque se les escapa de las manos, después de los ciberataques a los sistemas de seguridad de algunas superpotencias. No solo eso. Hoy los riesgos son horizontales, globalizados.

Para los optimistas, es la maravilla del siglo, lo mejor que le ha podido pasar a los seres humanos. La convergencia de medios: tradicionales, nuevos, novísimos, universos reales y virtuales, videojuegos, redes sociales, música e información difundidas por Internet en tiempo real, en un *global streaming* permanente. Sin olvidar que también es un mundo donde abundan las leyendas doradas y no faltan las leyendas negras, ambas con sus propios seguidores y detractores.

Antes de iniciar un recorrido por el sistema de comunicación global, *a la luz de los criterios de emergencia*, demos un vistazo a algunas de las numerosas manifestaciones del futuro, presentes en 2015, que marcan tendencias. Pero primero, una explicación más, porque seguramente, ya se estarán preguntando:

¿Y EMERGENCIA POR QUÉ?

Una de las tendencias en investigación de problemas sociales complejos, presente en los últimos años, es la que emplea los criterios de emergencia. Ellos permiten ir a los puntos neurálgicos esenciales, puntos clave de una situación y así poderlos atacar o destacar en su carácter profético.

Si en algún espacio ha habido cambios sorprendentes y de manera acelerada ha sido en el campo de las llamadas nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC). Si algo caracteriza a esta sociedad globalizada es el proceso de mundialización que ha sufrido la cultura. El presente ensayo nos pasea por algunas de las numerosas manifestaciones del futuro, presentes en 2015, que marcan tendencias.

If in some place there has been surprising changes and in an accelerated way it has been in the field of the so called new technologies of information and communication (TIC). If something characterises this globalized society it's the process of globalization that the culture has long-suffered. This essay walks us through some of the numerous manifestations of the future, trendsetters, present in 2015.

● **MARGARITA D'AMICO**



Todo eso no es ciencia-ficción. Existe ya. Se puede ver, tocar, comprar, disfrutar. Por si fuera poco, hay realidades conceptuales, aún más poderosas, que le dan sentido preciso y candente a la sociedad del conocimiento del Tercer Milenio. Es decir, a la comunicación del futuro, que es ahora.

Un promotor de esta práctica investigativa es David Brooks, de figuración tan modesta como atrevida. Sea lo que sea ¡qué su palabra vaya adelante!

A menudo tratamos de comprender los problemas estudiando las partes que los constituyen. Pero los problemas emergentes no pueden ser estudiados de esa manera.

Los sistemas emergentes son aquellos en los cuales interactúan muchos elementos diferentes. El patrón de la interacción produce entonces un nuevo elemento que es más grande que la suma de las partes y ejerce una influencia *top-down* en los elementos que lo constituyen (Brooks, 2011).

En el mismo artículo, "Tools for thinking" ("Instrumentos para pensar"), publicado en *The New York Times* (28 marzo 2011), el autor aclara que "los sistemas emergentes son *bottom-up* y *top-down* simultáneamente, deben ser estudiados como un todo y como redes intrincadas de relaciones" (Brooks, 2011).

Según este pensador, la vida pública mejoraría ampliamente, si la gente estuviera más relacionada con el concepto de emergencia.

Podríamos añadir a estas consideraciones que las emergencias no son solamente las circunstancias imprevistas, peligrosas, situaciones que requieren medidas excepcionales, sino que también son *fenómenos de particular importancia*, cosas que emergen, que están saliendo, innovaciones conceptuales y tendencias tecnológicas epocales, como las que están presentes en la vida cotidiana, en la realidad cultural de hoy en día. La cultura es un sistema emergente.

¿Por qué insistimos en el tema?

Porque todo lo referente a cultura, comunicación global, innovaciones tecnológicas, tiene importancia por su *impacto social*, por los efectos que producen en las personas y los cambios a escala individual, colectiva y universal.

Ahora sí, vamos con el prometido vistazo a algunas realidades, entre las muchas que ratifican, por todos los medios, que el futuro es ahora.

PRIMER INVENTARIO TRENDY: NEXT IS NOW

- Teléfonos cada vez más inteligentes que lo hacen todo y lo revelan todo. Con dispositivos de rastreo, instalados en secreto, o sin ellos.
- Millones de aplicaciones para lo que uno quiera conseguir o hacer: desde lo más obvio hasta lo más insólito.
- Androides recepcionistas en eventos y sitios públicos.
- Humanoides que asisten a personas mayores.
- Robots que interactúan con niños, jugando y aprendiendo ambos.
- Avatares o alter ego digitales que viven una segunda vida, pero movilizándolo dinero verdadero en la web.
- Moda inteligente hasta con WI-FI incorporado y con capacidad para varias funciones. Trajes de luces activadas por minicomputadoras.
- Lentes creados para escuchar, medir la glucosa en sangre o controlar el ritmo cardíaco.

- Cuadricópteros (robots voladores), drones que dan vida a espectáculos lumínicos nunca vistos antes.
- Cascos desaceleradores que ofrecen la posibilidad de percibir el mundo en cámara lenta, cuando se está en el bullicio de las calles.
- Las posibilidades desconocidas de la luz LED en comunicación, medicina y conquistas espaciales.
- Superimpresoras de alta definición que siguen produciendo libremente cualquier cosa: desde medicinas, zapatos, vestidos, hasta instrumental bélico peligroso.
- Mano artificial que funciona con impulsos musculares, como una mano natural; chips en el cerebro; prótesis de cualquier género y todo lo que se pueda imaginar en la aventura de la *simbiosis hombre-máquina*.
- *Liquid room*: nuevo sistema de conciertos en Berlín, con "sonidos de la vida cotidiana que ayudan a encontrarse en el tiempo de uno mismo. Sentir como el tiempo se detiene. Un sentimiento de infinitud." (*Noticiero Journal*, Deutsche Welle 23/03/2015).
- Escalada de delitos cibernéticos que dan origen a acciones legales y a una utilización controlada de la tecnología.
- Otros sistemas que procesan lo imposible para la mente humana.

Todo eso no es ciencia-ficción. Existe ya. Se puede ver, tocar, comprar, disfrutar. Por si fuera poco, hay realidades conceptuales, aún más poderosas, que le dan sentido preciso y candente a la sociedad del conocimiento del Tercer Milenio. Es decir, a la comunicación del futuro, que es ahora.

Un paneo rápido por esas realidades deja vislumbrar algunas tendencias innovadoras, que unos cuantos investigadores de culturas digitales, en el mundo, todavía no han tomado en cuenta o no le atribuyen relevancia.

Va una breve síntesis de lo que podríamos considerar puntos neurálgicos.

SEGUNDO INVENTARIO: OPERACIONES CULTURALES MAYORES

- El *software* prevalecerá sobre los contenidos. "El *software* toma el mando, el *software* es el mensaje" (Lev Manovich, 2013).
- La web pronto se convertirá en *cibersfera* y la computadora funcionará como un aparato receptor de radio, sintonizando el flujo global en su movimiento constante (David Gelernter, 2013).
- Se disparará el *Internet de las cosas*, entre cuestionamientos e incertidumbre. Esa historia ya lleva diez años.
- Crecerá la *Universidad de la Singularidad*, que en 2015 tiene un centenar de alumnos de 36 países, seleccionados entre más de cinco mil.
- Los *hackers* continúan su escalada, atacando los sistemas de seguridad de los grandes del mundo y perturbando a cualquier usuario con mensajes raros que se convierten en virus.
- Se consolidará una categoría de *ciudadanos honorarios del futuro*, producto de la globalización.
- Los artistas inventarán, por todos los medios, más *odas a la lentitud*, ante los efectos psicosociales negativos del vértigo actual.



Es importantísimo hacer un real ajuste de cuentas no solo con la historia y con la contemporaneidad, sino también con la naturaleza y el cosmos, que nos están cobrando demasiado caro la estadía en este planeta, el tercero del sistema solar, lo más avanzado de nuestra galaxia, La Vía Láctea.

- Surgirán nuevos valores en recuperación.
- Se agudizará la crisis del concepto de autenticidad.
- Internet –si la ciberesfera tarda mucho en llegar– nos seguirá robando el alma, el yo.
- Los investigadores del MIT continuarán trabajando para convertir el universo en poesía.
- Más operaciones culturales de altísimo nivel vendrán de las biotecnologías, neurociencias, nanotecnologías, bioinformática, robótica y otras “menudencias” por el estilo.

Ante semejante panorama –apenas esbozado en estas páginas– los que están en sintonía con nuestro tiempo, es mejor que se pongan en juego de una vez.

No hay que colocarse en lista de espera para vivir el futuro, reinventar futuros, crear futuros “nuevos” y contribuir al desarrollo de una vida digna para millones de seres humanos, a escala planetaria.

Facilísimo no es, pero estando las cosas como están, valdría la pena intentarlo. Desde la comunicación global (periodismo, redes sociales, investigación artística, estudio de medios) se podría hacer bastante. Siempre y cuando estemos conscientes de que ese *commitment* (compromiso) exige conocimiento y valor. No debemos seguir el ejemplo de las cumbres internacionales, que producen acuerdo tras acuerdo, pero ninguno vinculante.

Entonces, ¿qué podríamos hacer de entrada?

AJUSTE DE CUENTAS CON LA NATURALEZA

Es importantísimo hacer un real ajuste de cuentas no solo con la historia y con la contemporaneidad, sino también con la naturaleza y el cosmos, que nos están cobrando demasiado caro la estadía en este planeta, el tercero del sistema solar, lo más avanzado de nuestra galaxia, La Vía Láctea.

¿O es que no percibimos los efectos de los cambios climáticos violentos, de los terremotos, tsunami, deslaves, los efectos tóxicos de las nanotecnologías, y otros flagelos agobiantes?

En realidad, todos los procesos relacionados con usos y abusos de las tecnologías, problemas globales de la comunicación, son muy difíciles de manejar porque constituyen nuevos paradigmas.

En nuestra columna *Espacios*, publicada en el Cuerpo C de *El Nacional* en los años 90, dedicada al tema *visión planetaria*, comenzamos a estudiar los paradigmas en sus tres variantes, también válidas en la actualidad.

Hay *paradigmas de adaptación* (uno aprende a convivir con el mundo); *paradigmas de comprensión* (uno comprende el sistema que los regula y adquiere cierta libertad para manejarse en ese sistema); *cambio de paradigmas* –nuevos paradigmas– que significa cambiar el ángulo de observación de la existencia, trascender la realidad convencional y adaptar la mente a una visión nueva. Este último paradigma requiere una buena dosis de disciplina. Sin ella no vamos a poder avanzar (D’Amico, 1990).

Era lo que explicaba Larry Ward en su ponencia sobre el tema, *A time of personal and planetary vision*, presentada en Nueva York.

Para este trabajo hemos preparado una lista de *Paradigmas y Desafíos en tiempos de comunicación global*, que encontrarán más adelante.

Entonces ¿cómo comportarse ante el vértigo de la sociedad tecnológica que nos ha hecho olvidar la naturaleza, la paz y la serenidad?

Hay artistas, escritores, cineastas que, en general, comprenden la situación y responden con obras concientizadoras y de asombro poético. Pero la tarea más fuerte, inmediata y emergente, siempre recae sobre los verdaderos profesionales de la comunicación social.

Por supuesto que no se puede ignorar el aporte valioso de músicos y activistas sociales varios, que siempre sobresalen. Desde el famoso concierto de Bangladesh (1ero de agosto de 1971, organizado por George Harrison) y en los espectáculos humanitarios de épocas posteriores hasta hoy, los músicos han respondido con una actitud concientizadora y libertaria.

En 2014 Thom Yorke, vocalista de la banda Radiohead, era portavoz de la ONG *Amigos de la Tierra*, que luchaba contra el efecto invernadero. Seguramente siguen en eso, como muchos otros, con los estilos más variados.

Ellos y todos estamos claros, que sin la real determinación, vinculante, y el aporte financiero de los países e instituciones pertinentes, no vamos a poder salvar el planeta ni borrar los horrores de la humanidad. Pero sí podemos contribuir a crear conciencia, hacer luces sobre los problemas, sensibilizar, comprender las cosas desde otras perspectivas: que los cambios son imperiosos y que cada quien tiene que trabajar para que esos cambios se produzcan.

Todo esto como acción social es importante y como asunto de comunicación global lo es aún más.

LOS PERIODISTAS SIEMPRE TIENEN LA PALABRA

Periodistas e investigadores de la comunicación no se pueden quedar con eso de *vive la noticia* (CNN) o *we live it* (BBC World News) y otros lemas parecidos. Es fundamental comprender lo que está pasando en la plataforma global, sin dejarse ofuscar por las señales caóticas del acontecer diario, “de lo que está que arde”; buscar el significado que se oculta detrás de las cosas (ésta también es una actitud propia de los artistas y científicos).

En nuestro caso particular, se nos pidió un trabajo sobre proyecciones para el futuro en materia de comunicación, cómo estamos y hacia dónde vamos.

Gran dilema, pues, porque en esta misma publicación, que cumple 40 años, presentamos un panorama de la situación, vislumbrando, sin ser adivinos, un “Amanecer Postdigital ¿cómo será la comunicación en el futuro del futuro que ya llegó?” (*Comunicación* Nro. 161 primer trimestre 2013). Incluso con una trayectoria cronológica de proyecciones basadas en textos de futurólogos y escritores de ciencia-ficción, que va desde la Galaxia Gutenberg (1456) hasta la conciencia cósmica (año 4000). Sugerimos su lectura.

En el presente trabajo, como habrán podido notar, nos hemos acercado al estudio de un sistema complejo bajo las dos ópticas de



Pico Iyer ha estudiado la globalización experimentándola en su propio ser. Nacido en Oxford, Inglaterra, periodista, escritor, viajero que vive entre Kyoto y California o donde tenga que estar por su trabajo, cuenta el desarraigo y la desorientación contemporánea (...)

David Brooks: una visión general (él dice *total*, pero no llegamos a eso). Y otra de puntos clave (*neurálgicos* para el autor).

En ambos casos tocamos aspectos fundamentales, que tienen relevancia por su impacto social y las repuestas que inspiran. No solo en voces privilegiadas de la sociedad del conocimiento, sino de cualquier persona.

Porque el sistema de comunicación global del siglo XXI, por primera vez en la historia, “es de todos y para todos”.

PIEZAS DE MOSAICO

Esperamos que en los próximos segmentos encuentren elementos para una reflexión sobre el tema que estamos tratando y hagan sus propios análisis.

Hay otros puntos clave que pueden tocar. Si lo desean, echen un vistazo a la *lista de los nuevos paradigmas y desafíos en tiempos de comunicación global* (34 y 34) en estas páginas.

Comencemos, entonces, con la primera pieza de nuestra operación mosaico, que dice así:

¡BIENVENIDOS CIUDADANOS HONORARIOS DEL FUTURO!

Desde que comenzó la Galaxia Gutenberg, las nacionalidades no tienen importancia. Solo cuentan las *culturas dominantes*. Y en el siglo XXI, “si no tienes raíces, puedes escoger tú mismo a cuál cultura quieres pertenecer. Es el gran desafío de los hijos de la globalización” (Iyer, 2007).

Como se sabe, ya el término global no se refiere solo a mercados, tecnologías y comunicación. En la sociedad del conocimiento también “los conceptos de comunidad, tradición, familia, deben ser revisados, ya que nuestra identidad no está definida por el lugar de donde venimos, sino por los lugares hacia los cuales vamos, como ciudadanos honorarios del futuro” (Iyer, 2007).

Está claro que sin la convergencia de los medios de comunicación social –viejos, nuevos, novísimos–, sin Internet, no habría globalización, término que debería ser sustituido por *mundialidad* (Hans Ulrich Obrist) o *nuevo universalismo* (Okwui Enwezor), no para uniformar todo, sino seguir produciendo diferencias.

Pico Iyer ha estudiado la globalización experimentándola en su propio ser. Nacido en Oxford, Inglaterra, periodista, escritor, viajero que vive entre Kyoto y California o donde tenga que estar por su trabajo, cuenta el desarraigo y la desorientación contemporánea, a través de sus novelas, cuyos protagonistas son hombres sin una sola patria, suspendidos entre culturas variadas.

The global soul trata el reto del hombre contemporáneo de sentirse en su casa en cualquier parte o en ningún lugar. *Jet lag: la globalización del alma* se mueve bajo el signo del multiculturalismo, en un mundo sin fronteras. Tiene como fondo el aeropuerto de Los Ángeles, el lugar más simbólico de la contemporaneidad (ciudad fuera de la ciudad) y también los hoteles de Hong Kong (ciudad dentro de la ciudad).

A esto nos lleva el futuro. Hemos tocado un punto esencial en el recorrido por la comunicación global del presente siglo, a la luz de los criterios de emergencia. Un asunto de efectos de los medios ¡y qué efectos!

AVATAR 2045: CUATRO LETRAS Y UNA MISIÓN ¿POSIBLE?

Este proyecto futurista dirigido por el empresario y visionario ruso Dmitry Itskov –tal como lo informó en el diario *El Universal* de Caracas (24/06/2013) José Luis Cordeiro, director para Venezuela de la Organización Sociedad Mundial del Futuro– resulta ser tan, pero tan fascinante en su concepto y estructura, que no dudamos en transcribirlo, con sus detalles, para los lectores de *Comunicación*, ciudadanos honorarios del futuro.

Avatar 2045 empieza este mismo año 2015 un viaje delirante de tres décadas, repartido en cuatro grandes fases, pasando de la evolución biológica a la evolución tecnológica. Así:

- *Avatar A*, años 2015-2020: desarrollo de un cuerpo robótico controlado directamente por medio de interfaces de cerebro a computadora.
- *Avatar B*, años 2020-2025: creación de un “avatar” personalizado donde un cerebro humano pueda ser transferido al final de la vida del cuerpo humano.
- *Avatar C*, años 2030-2035: desarrollo de un avatar donde un cerebro artificial pueda ser transferido al final de la vida humana.
- *Avatar D*, años 2040-2045: creación de avatares virtuales que puedan funcionar como hologramas” (Cordeiro, 2013).

¿Será posible tan extraordinaria misión? ¿Qué les parece este punto neurálgico de carácter profético?

LA WWW ENTRE HORRORES Y ESPLENDORES

En 1991, cuando lanzó su sistema World Wide Web para reunir todo lo que está en Internet, el físico inglés Tim Berners-Lee, tal vez nunca imaginó cuán lejos llegaría su visionaria creación. Hasta el punto de volverse casi incontrolable, blanco de *hackers* y de acciones oscuras, pero también una plataforma para muchas cosas buenas al alcance de todos.

Sin embargo, él nunca perdió las esperanzas sobre el futuro de la triple W: “La red seguirá facilitando las relaciones entre los pueblos con distintas perspectivas culturales y esto nos permitirá enfrentar los grandes asuntos de la humanidad” (Soria, 2002).

Mientras Berners-Lee expresaba su optimismo, una de las leyendas de Silicon Valley, Bill Joy, alertaba sobre los peligros de la tecnología mal usada. En su ensayo publicado en *Wired*, con el título “Why the future doesn’t need us”, sostenía que las mismas tecnologías que alimentan nuestra economía y nuestros sueños contienen también la semilla de la autodestrucción.

“La continuación de nuestra especie está en riesgo y su enemigo es la triple combinación de genética, nanotecnologías y robótica. Hemos democratizado la capacidad de crear El Mal”. (Joy, 2000).

Sus amigos investigadores pensaban que ese artículo era una salida extemporánea, pero Joy seguía imaginando robots que se autoreplicaban y productos de nanotecnologías con vida propia. Ponía interrogantes incómodas y muchos, en lugar de escuchar sus previsiones, se burlaban del asunto y lo acusaban de hipocresía.

Pensadores, filósofos, economistas, comunicadores siguen destacando los aspectos negativos que tienen la web, al lado de muchísimos que sí son positivos.

En 2015 Zigmunt Bauman, sociólogo polaco, autor de *La Sociedad Bajo Asedio*, trató el tema en el libro *Babel*, junto al periodista Ezio Mauro, director del diario italiano *La Repubblica*.

Entrevistados en el programa *Pane Quotidiano*, por *Rai Internazionale* (28/05/2015), aseguran que no todo está perdido, que *la esperanza es la única constante*. Nos queda la posibilidad de cultivar la duda y confiar en que todo puede ser mejorado.

Por lo visto, la situación no ha mejorado mucho e Internet sigue publicando todas las palabras del mundo, todas las informaciones de la humanidad, en cantidades inimaginables, en el propio espíritu de Funes El Memorioso.

Así lo señalaba hace un tiempo el semiólogo Umberto Eco, autor de relevantes estudios sobre comunicación social, desde los años 60. En su columna de la revista *L'Espresso* "La bustina di Minerva", dedicada a *La inmensidad de la irrelevancia*, comparaba la Web con el personaje de Borges, que todo lo recordaba, hasta el más mínimo detalle, pero en la práctica era un verdadero idiota "bloqueado por su incapacidad para seleccionar y desechar (...) la www es Funes El Memorioso, aunque de vez en cuando se renueva y elimina algo. Aun así, en la red prevalece el horror de la irrelevancia (...) ¿cuántas son las cosas irrelevantes? Ninguna enciclopedia podría decírnoslo jamás. La irrelevancia es un familiar cercano al Infinito" (Eco, 2004).

Tan infinito como las 15.600 referencias que Umberto Eco encontró como respuesta a su búsqueda de un sencillo dato sobre Calpurnia, la esposa de César. Sin embargo, así como hay información irrelevante, también hay información excelente en la red. A pesar de eso, ¿se han preguntado por qué en algunas universidades de gran prestigio no aceptan, en las tesis de grado, textos sacados de Internet?

REDES SOCIALES PARA SOLTAR EL VERBO Y MÁS

Taquito por taquito. Mosaico dentro del mosaico. Aquí se habla de lo bueno, lo menos bueno y lo mejor de las redes sociales, con opiniones de especialistas e información variada. Comenzamos con el escritor venezolano Fedosy Santaella, quien sí ha explorado algunos recursos de los *social networks* en *Terceras personas*, editado por Libros El Nacional (2015).

- En entrevista con Humberto Sánchez Amaya, el también autor de *Los escafandristas* explica que "el mundo virtual sirve para soltar el verbo. Al no haber cara a cara surge una liberación, se deja salir mucha vida oculta, una vida mental. Ese universo virtual no está muy explorado en la literatura venezolana. Lo quise hacer en este trabajo" (Sánchez, Amaya, 2015).
- Tim O'Reilly, quien acuñó el concepto de W2.0, pronosticó que el papel ya poderoso de las redes sociales aumentaría y desplazaría a otros medios de comunicación. No estaba muy lejos de la realidad, digamos de una realidad parcial, porque los medios siempre estarán todos. Ellos se reinventan constantemente: radio, cine, televisión, fotografía, prensa, etc., se alimentan unos a otros. Pero eso sí, en el sistema de comunicación global del siglo XXI, las redes



Atari Poetry X, 2010, de Yucef Merhi.



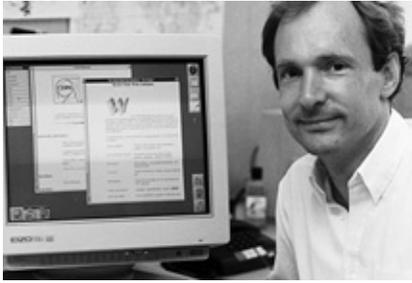
Iuro: emoción robótica desde Polonia.



Avatar, de James Cameron, pionero en el uso de actores antropodigitales.



David Michalek: *Slowdance*, 2013, una oda a la lentitud.



Tim Berners-Lee, creador del sistema WWW, confía en que la red afrontará los problemas de la humanidad.



La familia, la escuela, las organizaciones culturales, la sociedad entera, tienen que hacer sus propios ajustes de cuenta con ellos mismos, y devolver los valores perdidos. Más temprano que tarde. ¿O tendremos que acostumbrarnos a la mirada cada vez más tierna de un robot y a sus reacciones cada vez más humanoides?

sociales son puntos cruciales, neurálgicos. Por lo que hacen, cómo lo hacen y lo que dejan de hacer:

- *Los tuiteros ganaron otra:* Gracias a los 140 caracteres que gratifican a quienes los escriben —a pesar de los errores que a menudo contienen— el espíritu tuitero no solo fue tomado en cuenta por organismos internacionales para archivar millones de minitextos en su etapa inicial, como documentos del siglo, sino que ha dado origen a otra forma de arte: ¿la *tuitliteratura*? En algunas ciudades europeas hay festivales de literatura breve, hecha con creatividad y sin disparates. Por supuesto que los textos breves siempre han fascinado a los países de culturas literarias: los *haikus* japoneses, las quintillas irlandesas (*limericks*), aforismos, lemas publicitarios, entre otros.
- Hay quienes sobredimensionan el carácter participativo de las redes sociales, pero si lo pensamos un instante, no es suficiente hacer un click en *me gusta* o *no me gusta* para participar en algo.
- En Facebook no habría suficiente elaboración del pensamiento. Falta la relación interpersonal y a menudo se crean falsos mitos, se suplantán identidades, y se colocan miles de fotos indiscriminadamente, sin identificación. No se cuida la privacidad. Sin embargo, cuando se usa bien, es una maravilla.
- Y hablando de maravillas ¿no es emocionante saber que antes eran las élites las que escribían y que ahora está escribiendo todo el mundo? Los monjes en el siglo XIII, los poetas, cronistas, novelistas, filósofos y finalmente ustedes, queridos lectores de *Comunicación*.

Aprovechen ese privilegio, no mientan, no manipulen, no retuiteen lo que saben que no es verdad. Porque una cosa son los hechos y otra la presentación o representación de los hechos en tiempo real.

Y por favor, no abusen mucho de los #. No hace falta poner un hashtag a cualquier cosa. Ahora pasamos a otro tema.

COMPLEXITÉ – SIMPLEXITÉ

Dos palabras en francés inspiradas, la primera, en Edgar Morin, especialista en *pensamiento complejo* y temas relevantes de comunicación contemporánea. La otra palabra es un *oxímoron* del diseñador francés Oran Ito, que expresa la sencillez y la complejidad al mismo tiempo, como una característica del mundo contemporáneo. Según este artista, el *iPad* es un *oxímoron*, un objeto con un diseño puro, sencillo, que encierra una tecnología muy compleja. En su trabajo utiliza objetos transferenciales que lo conectan con la gente de ahora.

John Maeda, uno de los diseñadores más influyentes de la era digital, investigador en el Media Lab del MIT, también se mueve en el *trend* de la *simplicité*, promoviendo la sencillez como principio ético y estético de cada tecnología.

Nació en Seattle en 1966 y es autor del libro *Las Leyes de la sencillez*. Maeda sostiene que la sencillez o la simplicidad necesitan de la complejidad. Simplicidad significa sustraer lo obvio y dejar lo significativo. Habla del futuro de los instrumentos sencillos. El periódico de papel, según él, queda como el medio más sencillo, y también por el hecho de estar ligado a un ritual, sobrevivirá.

Los sistemas de gran complejidad, en cambio, no son tan seguros. Son imprevisibles, incluyen incertidumbre, imperfección, contradicción, y por ello resultan desafiantes.

La *complejidad* es uno de los atributos más poderosos del sistema de comunicación del siglo XXI, en el que todo se interrelaciona a escala global. Con sus fluctuaciones, bifurcaciones, selecciones, experimentación, estructuras cambiantes, procedimientos desconcertantes, la complejidad es uno de los paradigmas que ejercen un fuerte impacto en nuestra vida individual, social, *urbi et orbi*. Que lo digan los usuarios de las redes sociales, los editores de medios, los publicistas, todo el mundo.

Edgar Morin hace un amplio análisis del tema en su obra *Introducción al pensamiento complejo*. También para el ilustre *maître-à-penser*, la *complexité* es un *oxímoron*.

“La complejidad no es solamente la unión de la complejidad con la no-complejidad (la simplicidad); la complejidad se halla en el corazón de la relación entre lo sencillo y lo complejo, porque este tipo de relación es a la vez antagonista y complementaria” (Morin, 2000).

Especifica aún más: “Si la complejidad no es la clave del mundo, sino un desafío a enfrentar, el pensamiento complejo no es el que evita o suprime el desafío, sino el que ayuda a revelar e incluso, tal vez, a superarlo (...) para mí la complejidad es el desafío, no la respuesta” (Morin, 2000).

La visión de Morin es realista con respecto a lo que ocurre actualmente en el mundo, según él, inconcebible. Pero al mismo tiempo es optimista en cuanto al futuro.

También dice que él no pretende triunfar en una misión imposible pero “llega un momento en el cual algo cambia y lo que era imposible aparece como posible (...) Mi idea de que estamos en la prehistoria del espíritu humano es una idea muy optimista. Nos abre el porvenir; siempre a condición de que la humanidad disponga de un futuro” (Morin, 2000).

Antes de Morin, el ruso Ilya Prigogine analizó los fenómenos globales y complejos de fin de siglo. Consideraba que había que estudiar los sistemas en su conjunto y resolver los problemas holísticamente.

Y Claude Shannon, figura histórica de la cibernética, junto a Norbert Wiener, señalaba que los sistemas simples contienen muy poca información y los complejos mucha. *Los sistemas de todo tipo evolucionan hacia la complejidad y nos complican la vida, hoy y siempre*.

Así que nos acomodamos. Por los momentos, cualquier criterio que usemos frente a la complejidad del sistema comunicacional —holístico o por puntos estratégicos— resulta difícil de manejar, laborioso, tal vez imposible para solucionar los problemas. Ojalá no sea así y que el optimismo del visionario Edgar Morin se haga realidad.

VALORES QUE PERDURAN

¿Han oído hablar de *pedagogía líquida*? Esa que se va acomodando a cualquier recipiente, con los valores que tiene, que van cambiando con el tiempo. Cualquiera que haya sido el destino de muchos valores, hay dos que han perdurado desde la antigua Grecia hasta ahora: *la dignidad* de cada ser humano y *la eficacia*.



Pico Iyer,
"un marciano
en Nueva York".



(...) en un mundo donde todo es rápido, los artistas deberían expresar nuevas formas de lentitud. Y eso es lo que hacen algunos visionarios, con la convicción de que el arte sí contribuye a lograr un punto de equilibrio interno en las personas, conduce a la paz, a la armonía y a una visión más positiva de la existencia.

Así lo explicó el filósofo catalán Octavi Fullet, en el programa *Aristegui* (CNN 4 noviembre 2010): "Cuando la eficacia presenta fallas, la dignidad tiene la última palabra. Gracias a la dignidad y a la eficacia, no tenemos derecho a perder la esperanza" (Fullet, 2010).

Puso como ejemplo histórico los puentes que se construyeron hace 2000 años, que perduran, porque el trabajo de los ingenieros fue eficaz, recordando que el valor científico viene de Grecia y el tecnológico, de Roma. También lo que hace un médico tiene que ser eficaz, la escuela tiene que ser eficaz.

Pero, en la era en que vivimos ¿qué pasa con ciertos valores que se han perdido o están desapareciendo, sobre todo entre los jóvenes, que en su mayoría viven pegados a sus *Smartphones* y tabletas y ni se molestan en dirigir una mirada a la persona que se atreve a hablarles?

Esos valores se llaman *respeto, solidaridad, compromiso, tolerancia, honestidad, buenos modales, lealtad, verdad, humildad, moral, amor a la naturaleza*, entre muchos otros.

En general, los desconocen, así como desconocen el nombre de una flor; el de una capital de estado o un personaje histórico importante. En cambio, sí dominan los instrumentos tecnológicos en sus más complejas funciones.

Es normal, claro, pero ¡atención! No se le puede echar toda la culpa a las tecnologías, ni a las exigencias de la comunicación global, que no deberían ser excluyentes con relación a los valores. La familia, la escuela, las organizaciones culturales, la sociedad entera, tienen que hacer sus propios ajustes de cuenta con ellos mismos, conscientemente, y devolver los valores perdidos. Más temprano que tarde.

¿O tendremos que acostumbrarnos a la mirada cada vez más terna de un robot y a sus reacciones cada vez más humanoides?

HUMANOS – POSTHUMANOS

Humanos somos por casualidad, porque hubiéramos podido ser *tirosaurios*. *Posthumanos*, por obra y gracia de la ciencia y la tecnología: robots humanoides, androides, hombres biónicos, *cyborg* (*cybernetic organism*), es decir, criaturas total o parcialmente artificiales.

La sola mención de estos términos provoca polémicas y nuevos discursos sobre lo que es la vida y lo que no lo es. A ello se agregan dos libros perturbadores: *La vida inesperada* (esto es: nosotros), del filósofo de la ciencia Telmo Pievani, y *¿Qué ha pasado con el yo?*, del genetista Edoardo Boncinelli.

Resulta que después que éramos el centro del universo, se apareció Galileo diciendo que no era así. Luego Freud descubrió una parte oculta de nosotros, posteriormente vino Einstein con su relatividad, y que ni lo que sabemos es cierto. Finalmente, los dos mencionados investigadores salen con que, de señores de la creación, somos cosas que están allí ¡por casualidad!

El autor de *La vita inaspettata* lo contó todo en el programa *Le storie*, Rai Internacional, 14/08/2011, con el periodista Corrado Augias.

"La cultura asiria tiene 7 millones de años, pero millones de años antes había un pigmeo alto un metro, parecido a nosotros. El ADN humano es igual al de los monos. La evolución se produjo por error" (Pievani, 2011).

En el mismo programa, el autor de *Che fine ha fatto l'io?*, se preguntaba "¿dónde está el yo? Interrogante que se suma a las demás incertidumbres. Ni eso es seguro, pero estamos en este mundo y no debemos tener miedo. Vivimos en un mundo cruel, amoral. Y si tenemos un sentido moral, eso sería una innovación de la evolución" (Boncinelli, 2011).

¿Se dan cuenta hasta dónde nos lleva la investigación científica y filosófica? Nos preocupamos por la robotización de la sociedad, por cierta pérdida de identidad en la Web, y ni siquiera estamos seguros de nuestra condición de humanos y mucho menos la de posthumanos.

AUTENTICIDAD EN CRISIS

La realidad virtual, la realidad desacelerada, los alter ego digitales, redes sociales, artificialidad corporal y otras expresiones de la cultura de la simulación han hecho que el concepto de autenticidad entre en crisis.

¿Significa eso que mi yo de avatar es menos auténtico que mi yo real? De inmediato la respuesta: auténticos los dos.

Pero esa posibilidad que da *Second Life* de tener múltiples personalidades cambiantes, trae problemas de identidad humana, como lo sostiene Sherry Turkle, psiquiatra en el MIT, considerado "el Sigmund Freud de la era digital".

Según Turkle, Internet permite desahogarse en aspectos de la personalidad individual y así "nos roba el alma".

Profesionales de otras especialidades advierten que el valor del conocimiento virtual prevalece sobre el conocimiento real y que en las redes sociales las relaciones que se establecen son contactos no conocimiento verdadero. La vida virtual le da al internauta una ilusión de control, de poder; como si tuviera una varita mágica en sus manos. La mayoría de las veces es víctima de una desilusión y por ello recomiendan que haga buen uso de la Web.

Con los medios digitales también desaparece el concepto de originalidad y copia, el aura de la que hablaba Walter Benjamín en *La obra de arte en la era de la reproducción mecánica*.

También los avances científicos y tecnológicos van borrando los límites entre ser natural y ser artificial: hombres que tienen piezas artificiales (prótesis, implantes) y máquinas humanoides que utilizan material biológico. La realidad se acerca cada vez más a la ficción.

Y los visionarios de TED Global, que promueven la convergencia de Tecnología, Entretenimiento y Diseño, también disfrutaban de un estado donde el límite entre lo verdadero y lo imaginado va desapareciendo.

Ante la avalancha virtual que pone en crisis la autenticidad, se va desarrollando un mayor acercamiento a la naturaleza, el revival de hobbies manuales, creatividad antigua y hasta un regreso a técnicas primitivas para hacer fotografías.

Así que en 2015 tenemos millones de personas que se desviven por los *selfies*, y artistas que trabajan con placas de vidrio del siglo XIX, cámaras enormes y pigmentos artesanales.

No faltan tampoco los cineastas como James Cameron (*Avatar*) quien mezcla lo real y lo virtual, a través de sus actores antropodigitales y tecnologías muy complejas.

¡Qué difícil es todo esto! ¿Habrà alguien que invente una palabra *maestra* para explicarlo?



Umberto Eco: en la red prevalece el horror de lo irrelevante.



Y eso es lo que hacen algunos visionarios, con la convicción de que el arte sí contribuye a lograr un punto de equilibrio interno en las personas, conduce a la paz, a la armonía y a una visión más positiva de la existencia.

ODAS A LA LENTITUD

El 21 de diciembre de 2012, millones de personas en el planeta estaban aterradas, porque ese día, según el calendario maya, se acabaría el mundo. Pero no se acabó. Solo fue el fin de una era a la que seguirían 400 años de paz y felicidad. Sin embargo, tampoco vino la paz. Hay guerras, atrocidades, horror que se desarrolla ante la mirada universal, en un *global streaming* instantáneo, que no perdona ni las imágenes más crueles y demenciales.

Se vive bajo la tiranía de la rapidez, la carrera contra el tiempo, la esclavitud del nanosegundo, andar *Faster* (así se llama el libro de James Gleick), cada vez más rápido, la velocidad convertida en una obsesión, la vida que se vive como una ficción, sin posibilidad de metabolizar nada.

Ante esta situación algunos artistas no dudan en reaccionar. En otras épocas también lo han hecho. Han dicho ¡basta! Démosle un parado. Hemos perdido el sentido del silencio, de la pausa. Tenemos que vivir con ritmos menos veloces, devolver una dimensión humana al tiempo y al espacio.

Como bien lo sugería el crítico de arte suizo Hans Ulrich Obrist, en un mundo donde todo es rápido, los artistas deberían expresar nuevas formas de lentitud.

Y eso es lo que hacen algunos visionarios, con la convicción de que el arte sí contribuye a lograr un punto de equilibrio interno en las personas, conduce a la paz, a la armonía y a una visión más positiva de la existencia.

William Kentridge, artista sudafricano, considerado como uno de los más importantes de la contemporaneidad, en su trabajo *Refusal of Time* pone en jaque los conceptos de tiempo y espacio. Hace una reflexión sobre el tiempo en un homenaje a los orígenes del cine, en escenarios insólitos. Graba palabras que respiran y se fragmentan en mil pedazos en movimiento. Dice que hay que entender el mundo como un proceso y no como un hecho, comprender la gramática de la transformación.

David Michalek, videoartista de Nueva York, hizo una instalación en plena calle, llamada *Slow dance*, en la que cinco segundos de grabación se transforman en once minutos de proyección de imágenes en tres estructuras a manera de pantallas. No tiene música. La banda sonora son los sonidos de ambiente. Las imágenes de los bailarines lucen como esculturas en movimiento casi imperceptible, colores y matices singulares, altamente inspiradores, de encanto poético.

¿CÓMO LO HIZO?

Con una cámara científica que toma 3.000 fotogramas por segundo. En vista de la velocidad de obturación tan estrepitosa y la iluminación fuerte, solo grabó 5" de cada bailarín en movimiento, que se convierten en una oda a la lentitud, quizás la más hermosa, visual y conceptualmente en términos de arte urbano, elaborada con los medios de ahora y una estética innovadora, transversal, global. Esa obra ha sido presentada en varias ciudades del mundo.

Solo apuntamos dos ejemplos, pero el elogio a la lentitud se va intensificando, no únicamente entre artistas de todo género, sino tam-

PARADIGMAS Y DESAFÍOS EN TIEMPOS DE COMUNICACIÓN GLOBAL

PARADIGMAS

- Culturas digitales y postdigitales.
- "El software toma el mando".
- La singularidad en ascenso.
- La ciberesfera en camino.
- Virtualidad, simulación.
- Conexionismo de medios.
- Redes sociales: nuevos desarrollos.
- El rostro oscuro de Internet . Redes paralelas.
- Era de los límites.
- Era de las ideas e innovaciones.
- Imperio de las emociones.
- Revolución de la inteligencia.
- Inteligencia artificial.
- Robotización de la sociedad.
- Humanos – posthumanos.
- Tiempos biológicos y tiempos tecnológicos.
- Vértigo – lentitud.
- Complejidad – sencillez.
- Organización del conocimiento.
- Caos – orden, gerenciar el desorden.
- Globalización, transterritorialidad.
- Redefinición de la naturaleza.
- Ecología de la comunicación.
- Formas de arte del siglo XXI.
- Estética científica.
- Museos sin muros.
- Multiculturalismo, altermodernidad.
- Nuevos valores, espiritualidad.
- Incertidumbre, miedo.
- Terrorismo cibernético.
- Privacidad perdida.
- Cultura planetaria.
- La conciencia como espejo del cosmos.
- Nuevo humanismo planetario.
- Otros.



En el siglo XIII
escribían los monjes.
Hoy por las redes
sociales escriben todos.

DESAFÍOS

- Nuevas tecnologías y materiales para la comunicación.
- Innovaciones conceptuales en prensa, cine, radio, TV, fotografía, Web.
- Educación mediática y su impacto social.
- Desarrollo de instrumentos para la realidad virtual.
- Nanotecnologías y comunicación.
- Neurociencias y comunicación.
- Bioinformática y comunicación.
- Robótica y comunicación.
- Internet de las cosas.
- Vandalismo digital.
- Ataques cibernéticos, piratería informática, espionajes.
- Desarrollo de robots humanoides.
- Clonaciones, manipulación genética.
- Origen del universo.
- Convivir con mutaciones constantes.
- Sobrevivir a cambios climáticos.
- La cuestión nuclear.
- Bioguerra mundial.
- Guerra al terrorismo, radicalismo.
- Guerra al neo-racismo, intolerancias.
- Control superpoblacional.
- Control de la contaminación.
- Redefinición del desarrollo.
- Uso de nuevas energías.
- Objetivo hambre cero.
- Agua potable para todos.
- Recuperación de terrenos fértiles.
- Salvar el ambiente.
- Arquitectura ecológica (bosques verdes en edificios).
- Arte multimedial.
- Tiempos de pausa.
- Perspectivas ecológicas radicales.
- Nuevas interacciones cerebro-mente, ciencia-religión.
- Paz mundial.
- Otros.

bién en los estilos de vida de las personas que quieren una reconciliación con la naturaleza y la activación de nuevos valores.

Todo eso es posible, aún en el torbellino de la globalización, aún si el mundo se muestra volátil, incierto y ambiguo.

Podríamos agregar muchas otras piezas al mosaico, pero lo dejamos hasta aquí. Y como *bonus track*, tienen los paradigmas anexos.

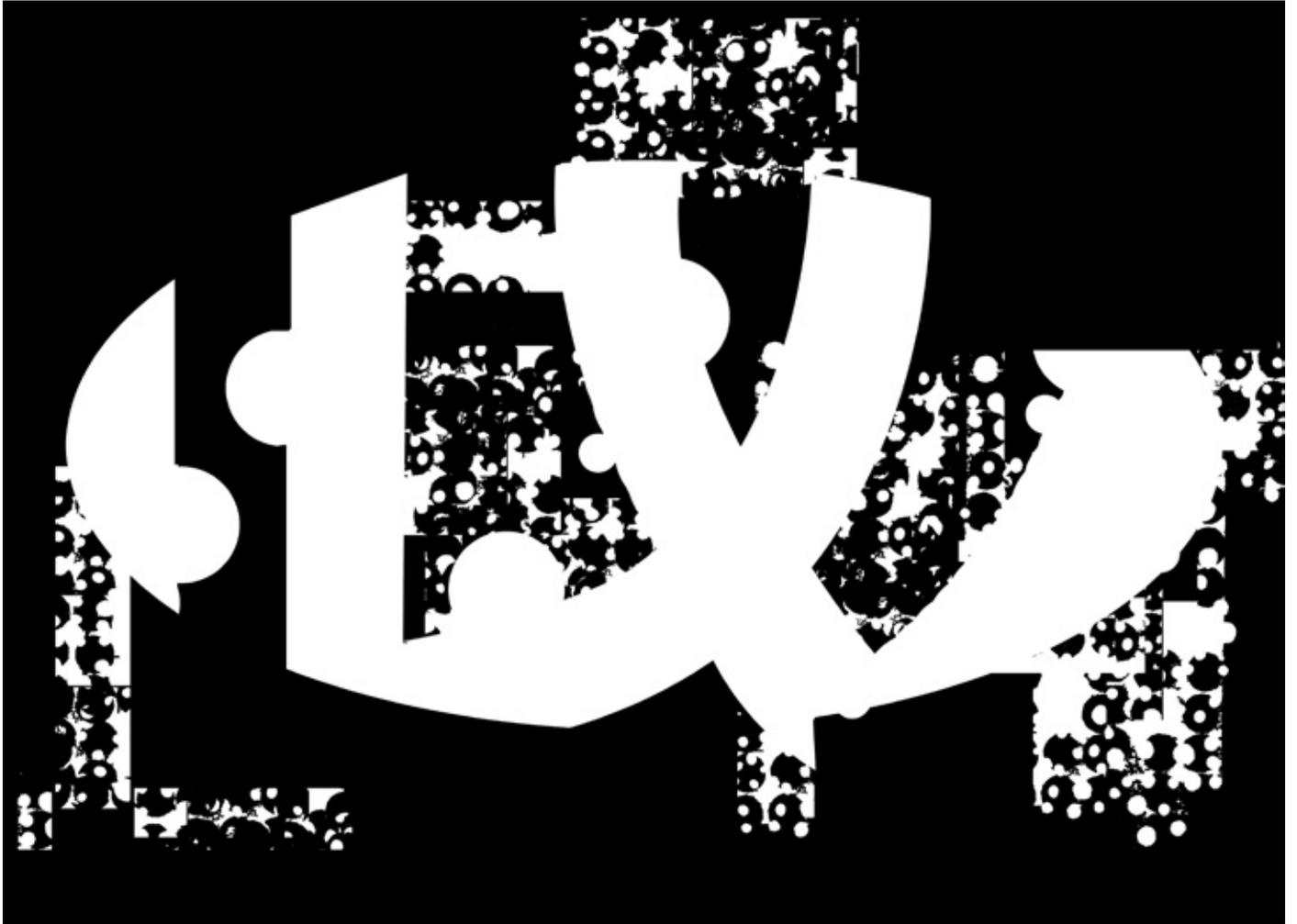
Para los comunicadores de hoy y de mañana, deseamos que el futuro-presente aporte lo mejor a su vida profesional y humana. ¡Feliz cumpleaños Nro. 40, Revista *Comunicación!*

MARGARITA D'AMICO

Profesora jubilada de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela (UCV). Periodista e investigadora de nuevas tecnologías de comunicación y arte contemporáneo.

REFERENCIAS

- BAUMAN, Z. – MAURO, E. (2015): Declaraciones en el programa *Pane Quotidiano*, Rai International, 28/05/2015.
- BONCINELLI, E. (2011): Declaraciones en el programa *Le Storie*, Rai International, (14/08/2011).
- BROOKS, D. (2011): "Tools for thinking". En: *The New York Times*, 28/03/2011.
- CORDEIRO, J. L. (2013): "Avatar 2045". En: *El Universal*, Caracas, 24/06/2013.
- D'AMICO, M. (1990): Miniserie "Tercer Planeta". En: *El Nacional / Cuerpo C*, Caracas, 22/04/1990; 29/04/1990; 06/05/1990.
- _____ (1990): "Visión Planetaria". En: columna "Espacios". *El Nacional / Cuerpo C*, Caracas, 19/02/1990.
- ECO, U. (2004): "L'immensità dell'irrelevanza". En: columna "La Bustina di Minerva", *L'Espresso*, 16/12/2004.
- FULLAT, O. (2010): Declaraciones en programa "Aristegui", *CNN en español* 04/11/2010.
- GELERNTER, D. (2013): "The end of the web, search and computer as we know it". En: *Wired*, febrero 2013.
- IYER, P. (2007): "Un marziano a New York". En: *L'Espresso*, 01/11/2007.
- JOY, B. (2000): "Why the future doesn't need us". En: *Wired*, abril 2000.
- MANOVICH, L. (2013): *Software takes command*. New York: Bloomsburg Academic.
- MORIN, E. (2000): *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- PIEVANI, T. (2011): Declaraciones en el programa *Le Storie*, Rai International, 14/08/2011.
- SANCHEZ AMAYA, H. (2015): "Asumir el amor como un dogma es un radicalismo". En: *El Nacional*, Caracas, 29/05/2015.
- SORIA, L. (2002): "Sette geni nel far web". En: *L'Espresso*, 01/08/2002.



GALERÍA DE PAPEL. Víctor Hugo Irazabal (2015)

Incidencia de la diversificación del ecosistema comunicativo en la sobresaturación informativa

I. INTRODUCCIÓN

El término sobresaturación informativa se refiere al efecto de introducir (*input*) información que excede la capacidad de procesamiento de un sistema de análisis de datos (Gross, 1964: 857), lo que ocasiona que la audiencia-receptora de esta sobrecarga informativa, tenga una reducción cognitiva y en consecuencia, se reduzca la calidad de apreciación en el proceso de toma de decisiones (Speier, Valacich, & Vessey, 1999: 338). La rata de crecimiento –y aceleración– vertiginosa en el aumento de canales de difusión de mensajes, caracterizado por su transnacionalidad y atemporalidad, han generado un ecosistema de proliferación comunicativa.

Pero, ¿podemos asimilar realmente esa cantidad de cargas informativas? ¿De qué forma el ecosistema comunicativo actual comporta un cambio relacional significativo del modelo informativo? ¿Escapa la sociedad española al efecto de dicho cambio relacional?

Se propone, por tanto, realizar un análisis a la luz del hábito informativo social en relación a las propias características de la transnacionalidad y atemporalidad inherente a la escena global.

I.2. Objetivos

I.2.1 Revisar los conceptos de sobresaturación informativa y los efectos que esta genera.

I.2.2 Analizar los cambios de la interrelación informativa pregnancia-saliencia bajo el contexto de la diversificación comunicativa.

I.2.3 Explorar los datos de hábito de consumo informativo en España para determinar las preferencias actuales.

I.3. Metodología

Para la realización del presente esfuerzo investigador será utilizado el método descriptivo acerca del ecosistema comunicativo actual, co-tejándolo con la revisión teórica y de investigaciones acerca de la sobresaturación informativa, asimilación cognitiva y estudios de casos en el ámbito español. Asimismo se utilizará la revisión y análisis de datos estadísticos de fuentes oficiales con el fin de determinar las tendencias del hábito de consumo generalizado en España.

Para finales de 2013, en tan solo un minuto se reportaban 850 mil interacciones a través de las redes sociales, 204 millones de correos electrónicos y 2 millones de accesos al motor de búsqueda Google. El carácter transnacional y atemporal de acceso a la información, aunado a un aumento exponencial del ámbito de interés de las audiencias, ha generado una situación pre comunicativa de sobresaturación e infoxicación que irrumpe en la efusión de la asimilación cognitiva y en la alienación de las propias interacciones. Estas situaciones serán contextualizadas para comprender cómo el escenario actual es idóneo para la desinformación pre-relacional.

By the end of 2013 was reported that 850 thousand interactions were made through social networks in just a minute, 204 million emails and 2 million accessed to the searching motor of Google. The transnational and timeless character of access to information plus an exponential augmentation in the field of audience interest has generated a pre communicative situation of oversaturation and infoxication that erupts in the effusion of cognitive assimilation and in the alienation of interactions itself. This situations will be contextualized to understand how the actual scenario is ideal for pre relational disinformation.

- LUIS M. ROMERO-RODRÍGUEZ
- WALTER FEDERICO GADEA
- GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ



Para finales de 2013, cada minuto fueron enviados un total de 204 millones de correos electrónicos, el motor de búsqueda Google recibió 2 millones de búsquedas y en redes sociales casi 850 mil interacciones, todo lo anterior en tan solo 60 segundos (...)

2. LA SOBRESATURACIÓN COLATERAL DEL ECOSISTEMA COMUNICATIVO ACTUAL

Para 1970, el escritor futurista Alvin Toffler acuñó y popularizó el término *information overload*, para referirse a la sobre-estimulación de los niveles sensoriales por los cuales percibimos la realidad que en consecuencia afecta nuestra habilidad de pensar; en el entendido que el comportamiento racional de los seres humanos depende de un constante flujo de información de su entorno para la toma de decisiones de actos futuros (Toffler, 1970: 171-173).

El rechazo a la sobresaturación informativa no es de nueva data. Ya en el libro del Eclesiastés, atribuida su autoría a Qohéleth (el hombre o representante de la asamblea) encontrado en el Antiguo Testamento con data del s. IV o III A.C, se leía con meridiana claridad en el capítulo 12, versículo 12: "Ahora hijo mío, a más de esto, sé amonestado. No hay fin de hacer muchos libros; y el mucho estudio es fatiga de la carne". Igualmente Marco Anneo Séneca (el padre) había acotado que "la diversidad de libros distrae el entendimiento" (Bergua, 1958: 73).

Ya el sociólogo Georg Simmel, a principios del siglo XX había realizado una hipótesis en la cual se extraía que la sobrecarga de sensaciones del mundo urbano moderno crearía habitantes hastiados e incapaces de reaccionar a nuevos estímulos (Bomman & Jones, 2003: 661), generando no solo una saturación del hombre hacia su entorno, sino también una misma confusión espacio-temporal y la colonización de su propio entendimiento (Gergen, 2006: 79).

La producción masiva de información, aunada a la globalización de las comunicaciones y el incremento del *scope* de nuestras propias actividades, relaciones e intereses se acoplan en perfección al caldo de cultivo de una sociedad sobresaturada de informaciones, en la cual estar lejos de dicha *infobesidad* genera un estado de estrés pero también un descanso de esa construcción humanista de modernidad, donde el acceso a la información se constituye como el sistema sanguíneo de nuestra civilización (Shenk, *Information Overload, Concept of*, 2003: 398).

Ese *distress* de estar alejado de la sobresaturación informativa quedó ampliamente reseñado por Nicholas Carr en su obra *Superficiales: ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* (Carr, 2011), quien abandonó sus actividades corrientes para trasladarse al alto Colorado (EE.UU.) separándose de ese mundo hiperconectado al que pertenecía mientras dirigía la *Harvard Business Review*.

Marshall McLuhan había descrito con suficiencia que las tecnologías son extensiones materiales del hombre (McLuhan, 1962: 3), donde la posibilidad de exteriorización de ideas hace posible la acumulación de experiencias y conocimientos, por lo que la tecnología es analizada como un intento de resolver problemas de supervivencia (White, 1949: 5) en el marco de una aldea realmente global en la que la prensa, la radio, la televisión, Internet y las redes sociales convergen en tan solo un dispositivo móvil.

Se estima que una sola edición del *New York Times* contiene más información que la que manejaba un londinense común por toda su vida en el siglo XVII (Shenk, *Information Overload, Concept of*, 2003: 396). Antes de la Segunda Guerra Mundial, el proceso de producción y difusión era intermediario y territorialmente delimitado —percusión, señales de humo, petroglifos, juglares, diligencias, imprenta, daguerroti-

pos, fotografía, telégrafo y el teléfono— pero es luego de 1950 que las telecomunicaciones comienzan un auge desenfrenado hasta nuestros días con la aparición de la radio, la televisión, las transmisiones vía microondas, satélites y por supuesto, la informática, la Internet y todas sus variopintas plataformas, que han servido como mecanismos de hiperproducción e hiperdistribución que van más allá de cualquier frontera geográfica, física y de la propia capacidad de procesamiento por el ser humano, creando así una polución o *smog* informativo (Shenk, *Information Overload, Concept of*, 2003: 396-397), por lo que es ese factor ageográfico y atemporal de la información el que crea una asimetría entre la producción y la asimilación cognitiva como entidades biológicas-culturales.

2.1. Los efectos fisiológicos y cognitivos de la sobresaturación informativa

Para finales de 2013, cada minuto fueron enviados un total de 204 millones de correos electrónicos, el motor de búsqueda Google recibió 2 millones de búsquedas y en redes sociales casi 850 mil interacciones, todo lo anterior en tan solo 60 segundos (Nielsen, 2014); engrosando el "Big Data" a casi 2,7 "Zettabytes" de datos solo en 2013 (International Data Corporation, 2013).

Naturalmente es imposible que el hombre pueda recolectar toda la información que se genere sobre todos los acontecimientos que transcurren durante su vida, en el entendido que nuestra evolución cerebral ha permanecido inerte por más de 50 mil años, teniendo la misma capacidad promedio de procesamiento cognitivo, aun cuando el *input* supera en creciente oferta a dicha capacidad (Shenk, *Information Overload, Concept of*, 2003: 398).

Los efectos fisiológicos de la sobresaturación informativa han sido investigados desde el campo de la psicología y la medicina, entre ellos el incremento del estrés cardiovascular y la tensión arterial (Ettema & Zielhuis, 1971: 137-44) y (Boyce, 1974: 177-83), visión debilitada como resultado a la sobrexposición de elementos brillantes (Ishikawa, 1995), confusión para la toma de decisiones y el decrecimiento de la efectividad y eficiencia del filtrado de la información (Malhotra, 1984: 438), reducción a la tolerancia de la frustración y complejidad cognitiva (Rotten, Olszewski, Charleton, & Soler, 1978: 360-365), deterioro en el juicio, el cual en la medida que se suma información mejora hasta el punto de sobresaturación donde comienza a decaer (Streufert, Driver, & Haun, 1967: 292) y (Jacoby, 1977).

Alfons Cornella en su obra *Infoxicación: buscando un orden en la información* (2010), plantea que una fórmula para identificar que se está *infoxicado* es cuando una persona siente que no puede manejar toda la información que debería, por lo que se ocasiona angustia, o bien cuando es imposible leer un texto de forma pausada, sino que al contrario, se adquiere la costumbre de lectura rápida diagonal en la que se lee sin comprender enteramente el contenido (Cornella, 2010).

Los individuos se adaptan a la sobrecarga de estímulos al dedicarle menor tiempo a cada *input*, bloqueando la recepción del mismo —escotomización voluntaria— e instalando filtros para mantener la cantidad de *inputs* a niveles que puedan manejar (Milgram, 2010). Esta situación crea un ruido inherente al propio proceso comunicativo, en



(...) la lógica transversal de la desinformación actual, lejos de considerar el prefijo des- como relación inversa a la acción que la precede o en relación negativa con el verbo informar, es una de las características propias del ecosistema globalizado, hipertextual, saturado, transnacional y socializado (...)

el cual gran parte de la carga informativa es automáticamente rechazada por el exceso de la información que ya se tiene.

De esta manera, nuestra propia barrera cognitiva contribuye a dedicarle menos tiempo a cada *input*, descartar contenidos que consideramos no prioritarios, reestructurar las fronteras de algunas transacciones sociales otrora importantes y crear un hábito de consumo encerrado en la especialización de intereses, un escenario que moldea una sociedad parecida al mundo feliz que nos dibujaba Aldus Huxley (2008), combinada con lo que acuñaba William Gibson en su novela futurista *Neuromante*, en la que acuñó el concepto de una enfermedad de sobrecarga de información que denominó el "Síndrome de Atenuación Nerviosa", hoy conocido como "Fragmencia", un trastorno cognitivo que forma parte del Síndrome de Déficit de Atención (SDA), en el cual es difícil concentrarse en una sola cosa durante un período establecido.

2.2. La barrera de la asimilación cognitiva

Es necesaria una cantidad de información para una correcta toma de decisiones, pero el exceso de información conllevará gradualmente a un decrecimiento de la calidad de este mismo proceso, en ocasión de la sobrecarga cognitiva; por lo que la relación cantidad-calidad de información y la habilidad o destreza del receptor-decodificador de la misma, tolerarán mayor o menor saturación del espectro comunicativo.

De la figura 1 se extrae con meridiana claridad que mientras la cantidad de información (Q_i) incrementa, el límite teórico de habilidad (R_i) aumenta proporcionalmente a la habilidad real (SS). Sin embargo, a mayor cantidad de información, se expande más la brecha diferencial entre la habilidad real (SS) y su límite teórico (R_i), dependiendo de la apertura de esta brecha en mayor o menor medida de la confiabilidad de los datos (R_y), del conocimiento (G) y la calibración (X), expresados en una línea curva debido al decrecimiento de calidad de la información por efecto de la cantidad-sobrecarga (Stewart, Moninger, Heideman, & Reagan-Cirincione, 1992: 131).

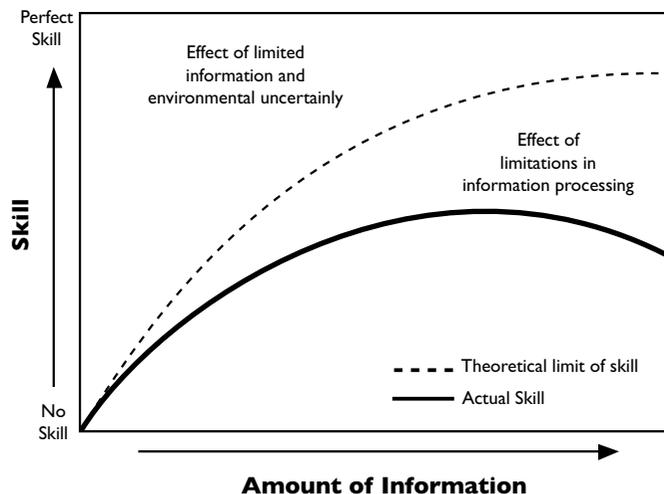
$$Q_i \leq C_A = SS$$

La hipótesis anterior asume que mientras la cantidad de información (Q_i) sea menor o igual que la capacidad de asimilación cognitiva (C_A), se traduce en la habilidad real (SS), en el entendido que la habilidad real (SS) es aquella que se adquiere por la cantidad de *inputs* asimilados cognitivamente para la toma de decisiones o recodificación de información. Por lo que se entendería a la sobrecarga (S_i) como el exceso de cantidad de información (Q_i) mucho mayor que la capacidad de asimilación cognitiva (C_A):

$$S_i = Q_i \gg C_A$$

La barrera de suficiencia de datos (S_D), contentiva de confiabilidad de datos (R_y), del conocimiento (G) y la calibración (X), es aquella que permite la propia asimilación cognitiva (C_A) pero si dicha data es mayor en relación a la asimilación cognitiva (C_A), estaríamos en presencia

FIGURA 1
RELACIÓN TEÓRICA ENTRE CANTIDAD DE INFORMACIÓN Y HABILIDAD DE PROCESAMIENTO



Fuente: (Stewart, Moninger, Heideman, & Reagan-Cirincione, 1992: 131)

de una evidente sobrecarga informativa (S_i), por lo que el límite de la sobrecarga ($limS_i$) está determinado por el máximo de suficiencia de datos (S_D) frente a la asimilación cognitiva (C_A).

$$S_D (R_{Y+G+X}) \leq C_A \equiv limS_i$$

La sobrecarga de información, también llamada infopolución, infoxicación o infobesidad, es un elemento contentivo del propio ecosistema comunicativo ageográfico y atemporal atravesado por una lógica de aumento multiplicado en gran aceleración por el desarrollo de Tecnologías de Comunicación e Información (TIC), que generan no solo ingentes cantidades de "zettabytes" en el espacio digital, toneladas de escritos o infinidad de grabaciones audiovisuales, sino la desaparición de las fronteras geográficas y temporales de acceso a dichas informaciones, de las cuales a solo pocas podemos humanamente acceder y aún menos atender:

Esta circunstancia precomunicativa crea en sí misma la situación de estar desinformados por naturaleza, por el mismo hecho que no podemos asimilar toda la información sobre todos los acontecimientos en todo momento. Así lo han puesto de manifiesto (López, 2004: 21) y (Romero-Rodríguez, 2013: 320) al aceptar que la lógica transversal de la desinformación actual, lejos de considerar el prefijo *des-* como relación inversa a la acción que la precede o en relación negativa con el verbo *informar*, es una de las características propias del ecosistema globalizado, hipertextual, saturado, transnacional y socializado, a la vez en plena etapa de metamorfosis y metamorfosis del modelo periodístico tradicional en decadencia, lo que imposibilita informarse sin a la vez, resultar desinformados.



(...) aun cuando se ofrezcan informaciones contrastadas, la audiencia no las capta porque los medios han llegado a desarrollar, y sus usuarios a interiorizar, un sistema informativo el cual asimila la contradicción sin inmutarse (...)

El cambio súbito de un modelo en donde el acceso al podio discursivo mediático, anteriormente ostentado solo por élites políticas, sociales, académicas y por periodistas, cronistas e historiadores; se convierte gracias a la tecnología en un *ágora* de interacciones donde un usuario/receptor emerge a la vez como un usuario/autor y un usuario/difusor, ampliando a estos *prosumidores* la capacidad de influir dentro de las propias relaciones del ecosistema comunicativo, sin límites espacio-temporales, por lo que es en esa característica de la transnacionalidad y atemporalidad de las interacciones y la ampliación del espectro comunicativo en la que se encuentra la clave para comprender la sobresaturación, deduciendo que a mayor presencia de pluralidad de actores, mayor es la cantidad de contenidos a los que seremos expuestos acumulativamente.

3. CAMBIOS EN LAS INTERRELACIONES INFORMATIVAS EN LA PRAGMÁTICA SOCIALIZADA Y TRANSNACIONAL

José Luis Sampedro en su obra *El mercado y la globalización* (2001) confirmaba que la transnacionalización y concentración de medios en grandes emporios comerciales monopolísticos, generan de facto una eliminación de competencia informativa que imposibilita el contraste de líneas editoriales, en el entendido que los enfoques y pareceres se revisan aparentemente como distintos, aunque de fondo se expone la misma información, bien sea porque es más económica la producción en masa de *enlatados informativos* o porque los propios compromisos e intereses mercantiles y políticos dependen del conglomerado empresarial y no de un proceso de producción informativa independiente.

A esto contradice Ángel López García (2004), en virtud que las Tecnologías de Comunicación e Información hacen posible burlar la autocensura de estos grandes monopolios y su hegemonía. Sin embargo, aclara en su análisis que aun cuando se ofrezcan informaciones contrastadas, la audiencia no las capta porque los medios han llegado a desarrollar, y sus usuarios a interiorizar, un sistema informativo el cual asimila la contradicción sin inmutarse (López, 2004: 22), por lo que se trata de fondo no de un problema únicamente de producción informativa, sino de cognición, anomia o pasividad generalizada.

La morfogénesis y la mediamorfosis, que parecieren estar atravesados por una lógica de transformación que conlleva a diversos enfoques de una misma realidad construida, resulta no solo en una sobresaturación de reacciones (y de *des-información*), sino en un pluralismo virtual, aun cuando son los propios intereses mercantiles y políticos de cada empresa periodística los que dan figura a dicha información y no al contrario. Por esta razón López (2004: 23) citando a Thom (1992: 14) explica que anteriormente a la consumación del transnacionalismo mediático y la atemporalidad de los accesos –con la llegada de Internet– la *pregnancia* (P) –ideologías expuestas en los medios– daba forma a la *saliencia* (S) –generalización de ideologías en la opinión pública– y dichas *saliencias* (S) generaban por sí mismas otras formas de *pregnancia* (P').

$$P \cap S \approx P'$$

Considerando lo anterior, si revisamos el hábito de consumo del s. XIX y la primera mitad del s. XX, en cada país competían diversos medios que solían representar una posición ideológica, por lo que cada ciudadano decidía consumir aquel por el que sentía mayor empatía. Dicho de otra forma, las matrices informativas/ideológicas eran difundidas por los medios de comunicación tradicionales que daban forma a la opinión pública. Así, la *pregnancia* (P) se constituiría por las corrientes de opinión del medio que se proyectan hacia esas audiencias –*saliencias* (S)–, que de alguna manera era pasiva en la recepción, decodificación y recodificación de los mensajes, por lo que se volvían a construir los discursos de esas audiencias –ahora como emisores– como resultado de las ideas de la *pregnancia* (P').

En el escenario post-aldea global, la mayoría de los medios por el contrario tratan de esconder su ideología en el marco de mostrarse como independientes bajo una fórmula estandarizada de dividir sus espacios o secciones casi de idéntica forma o de incluir columnistas, articulistas o tertulianos de diversas posiciones ideológicas. Esta situación bien puede deberse a una medida de aumentar la penetración en las audiencias, desdibujar la relación ideología-medio o normalizar el formato a efectos de competencia informativa. Así, bajo esta óptica, las *saliencias* (S) parecieren emitir *pregnancias* (P), con el fin de generar nuevas *pregnancias* (P'), y no al contrario.

$$S \cap P \approx P'$$

Los medios de comunicación así han pasado de ser cauces ideológicos (de *pregnancia*), a convertirse en fuente-emisor (*saliencia*) de nuevas *pregnancias*, enfocados en una aparente independencia estandarizada con uniformidad *des-informativa* (López, 2004: 26). El cambio de estas interrelaciones es observado con meridiana claridad en el periodismo ciudadano, en *influenciadores* –líderes de opinión– de las redes sociales e incluso en el mismo protagonismo que se permite en virtud de los actores de la información, quienes tienen acceso al podio discursivo sin intermediarios y adaptan los mensajes a una audiencia –*saliencia*–, siendo a la vez parte de ella.

Si bien la sobresaturación es un vicio inmanente del ecosistema actual y de nuestro hábito de consumo, la estandarización de los formatos informativos para adaptarse a plataformas hipermedia transnacionales y socializadas, dificulta más aún que la audiencia establezca un filtrado efectivo de las informaciones ya que todas, al menos en apariencia, se muestran iguales.

Es en el punto de equilibrio cantidad-calidad de informaciones en el que la habilidad teórica y práctica estrecha su cauce, sin embargo, es imposible a la vez limitar estas multiplicidades de informaciones sin desinformar; ya que toda clasificación o filtrado refiere una imposición de carga subjetiva de valores, experiencias y marcos de referencia de los receptores.

Esta característica inherente a toda transversalidad del proceso comunicativo actual, es el principal ruido de las relaciones emisor-mensaje-receptor; una particularidad precomunicativa que debe ser tomada en consideración en todos los estudios sobre la desinformación y sociología de la comunicación, de manera de comprender que el há-



La transnacionalización del mercado de los medios masivos genera la homogenización de los productos informativos referida con anterioridad que, aunque parecieren distintos, generalmente se tratan de diversas paráfrasis tipo dumping informacional de un mismo enfoque (...)

bito de consumo informativo incidirá en los receptores como víctimas propiciatorias de su propia situación desinformativa.

La opulencia informativa, el crecimiento de soportes (Moles & Rohmer, 1983), la diversificación mediática y su efecto multiplicador de difusiones es un fenómeno que claramente concuerda con el fervor de la interactividad tecnológica y la extensión corporal transnacional y atemporal de las plataformas comunicativas que otrora controlaban céntricamente los medios tradicionales *—mass media—* y que ahora se ponen de manifiesto sin nodos centro-periferia en “micro-media”, “inter-media” y “self-media” de las fuentes originarias y terminales de difusión informativa (Costa, 2010).

En el pasado era más simple decidir la dieta informativa a partir de medios especializados, preferencia de canales de distribución o espacios y tiempos definidos para el consumo informativo; sin embargo, en los tiempos actuales la organización de las redes de interconexión social concurren en la descentralización *—a través de redes descentralizadas o distribuidas—* (Baran, 1964: 26) que combinan información útil con todo un conglomerado de informaciones infecundas, contribuyendo a su vez a la multiplicación exponencial de asuntos (*issues*), lo que acelera la frecuencia del ciclo noticioso y de inutilidad informativa por pseudo informaciones, alterando así el propio ritmo de las dinámicas sociales.

3.1. El mercado transnacional de la información

A lo anterior se le unen dos características adicionales del momento histórico: la primera relativa a la transnacionalización del mercado de los medios masivos; y la segunda la integración *—y convergencia—* de tecnologías de información y comunicación y la multiplicación de canales.

Al respecto de la primera, desde mediados del s. XX se ha visto un gigantesco auge de corporaciones transnacionales que compilan en su haber no solo un tejido empresarial complejo, sino a la prensa, editoriales, cadenas de radio y televisión, estudios de cine y de más reciente data empresas del multimedia y de Internet². Entre los emporios comunicacionales más conocidos se podría mencionar News Corporation (Rupert Murdoch), CNN/TBS (Ted Turner), Bloomberg LP (Michael Bloomberg), Mediaset (Silvio Berlusconi), Apple/Pixar (Steve Jobs) o Disney (Walt Disney).

La transnacionalización del mercado de los medios masivos genera la homogenización de los productos informativos referida con anterioridad que, aunque parecieren distintos, generalmente se tratan de diversas paráfrasis tipo *dumping* informacional de un mismo enfoque, sobre todo aquellos que recurren en el tratamiento informativo a las *Big Four*: agencias internacionales de noticias como Reuters, Associated Press (AP), Agence France-Presse (AFP) o EFE, las cuales permiten abaratar costos en función de eliminar la figura de corresponsales pero que generan un efecto ventrílocuo de una sola voz, representada por diversos actores.

Por su parte, desde la perspectiva de la audiencia los internautas utilizan las redes sociales descubriendo las amplias posibilidades de crear y difundir, por sí mismos, distintos tipos de contenido, por lo que las comunidades sustituyen a las audiencias (Flores Vivar, 2009). Esta si-

tuación rompe con el paradigma clásico de la comunicación en el cual el medio se constituía como un emisor unidireccional de información hacia las audiencias, convirtiéndose actualmente en nodos interconectados que rara vez dependen de un mismo nodo central.

Al no tener los medios tradicionales el monopolio del ecosistema comunicativo, la situación deviene por antonomasia en una pérdida cuantitativa de audiencia, resultando en un impacto económico directo por el aprovechamiento de los nuevos espacios que permiten Internet y las redes sociales como plataformas financiadas por el *marketing* directo y publicidad.

Además, no solo la pérdida de audiencia se refleja en un impacto cuantitativo, sino también en liderazgo de *agenda setting* que otrora ostentaban monopólicamente los medios tradicionales. Un digno caso de estudio se pudo presenciar en las denominadas *primaveras árabes* que inician en el año 2011 y que provocaron el derrocamiento estrepitoso de regímenes que llevaban décadas en el poder, no solo caracterizados por represión estatal e irrespeto a los derechos más fundamentales del hombre, sino también en el marco de una amplia censura de los medios de comunicación tradicionales.

La consolidación del uso más o menos generalizado de las redes sociales en Túnez, Egipto y Libia, modificaron completamente los esquemas tradicionales del flujo comunicativo, resultando mucho más difícil para los gobiernos autocráticos manejar las (*des-*) informaciones y la propaganda (Etling, Kelly, Faris, & Palfrey, 2010).

Lejos de ser baladí, esta situación precomunicativa está caracterizando gradualmente el ecosistema menos centralizado en nodos de medios de comunicación unidireccionales y atiende más a una tendencia irreversible a su mediamorfosis, por lo que aunado a la sobresaturación informativa, el acceso generalizado al podio discursivo social y la estandarización de los formatos informativos tienen gran incidencia en la capacidad crítica de las audiencias.

Sin embargo, no queda aún lo suficientemente demostrado que efectivamente exista un cambio de preferencia y de interrelación *pregnancia-saliencia*, ya que los emporios comunicacionales también tienen presencia en la red, por lo que podría ocurrir que aunque exista mediamorfosis hacia las nuevas plataformas y paulatina disminución de la brecha digital, esta se dé solo en cambio de plataformas y no en el dominio que las transnacionales y empresas tradicionales de la información tienen sobre el contenido digital.

4. EL HÁBITO DE CONSUMO INFORMATIVO EN ESPAÑA Y LA PROPENSIÓN SOBRESATURADORA

Según el Instituto Nacional de Estadística de España, para finales de 2013 el 69,8 % de los hogares disponían de conexión a Internet, 71 % de los españoles utilizaban dispositivos móviles para conectarse a la red, mientras que la televisión seguía manteniendo el primer lugar como equipamiento tecnológico de información y comunicación con un 99,4 % de presencia en los hogares (Instituto Nacional de Estadística (España), 2013).



Si bien la red permite informarse a través de canales no-regulares, factores como calidad expositiva, influencia, credibilidad, reconocimiento o simple costumbre pudieren influir en la traslación idéntica de las formas de consumo y contenidos, aun cuando la plataforma sea distinta en corpus.

En cifras absolutas, de lo anterior se colige que 24.1 millones de españoles acceden a Internet en sus hogares, mientras que el consumo de datos móviles se estima que llega a 15.9 millones (Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones, 2012) gracias a la penetración de 89 % de los tenedores de *smartphones* españoles (Ipsos OTX Media CT, 2012: 4). Se estima así que los españoles mensualmente usan el móvil una media de 88 minutos, envían 15 SMS y consumen 388 MB de datos móviles (Fundación Telefónica, 2012), llegando a consumir en promedio 13.3 horas semanales –1 hora con 50 minutos diarios– de información de este medio, generalmente en la navegación de las redes sociales (IAB Europe, 2014).

A esto se le suma el hábito de consumo de medios tradicionales como la televisión, que en el caso de marras llega en promedio a 13 horas a la semana –1 hora con 45 minutos diarios–, seguido de la prensa con 4 horas y media y revistas 3 horas y media semanales (IAB Europe, 2014). En suma promedio, el consumo de informaciones diarias a través de los medios tradicionales y digitales supera en promedio 4 horas y media por día en hábito de consumo de medios, es decir, más de la cuarta parte de la actividad diaria en estado de consciencia.

Esta situación de consumo –y creación– de información genera sin lugar a dudas una sobrecarga de información (S_I), precisamente basada en el hábito de acceso promedio a estos medios, superando con creces la barrera de suficiencia de data (S_D) por la excesiva cantidad de información (Q_I) y saturando la propia asimilación cognitiva (C_A) por la propia sobreexposición interrelacional.

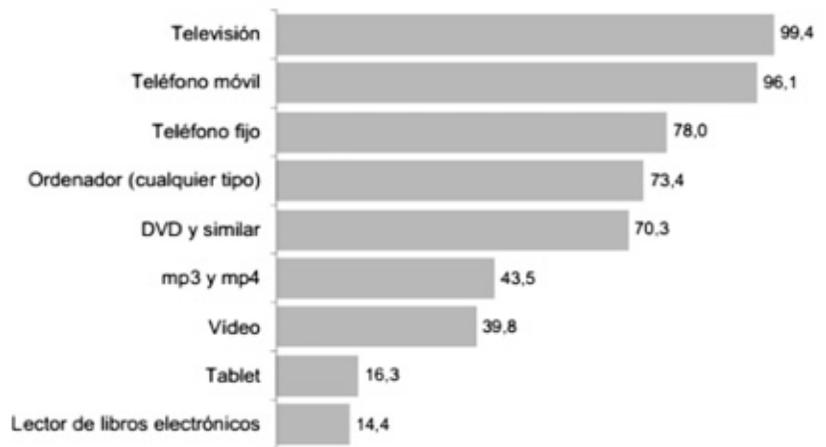
$$S_I = Q_I \gg C_A$$

En relación a los medios de comunicación tradicionales, el caso español no escapa de la realidad de la hegemonía que impone el modelo globalizador ya que el entramado empresarial de sus medios de comunicación y editoriales se muestra como un gigantesco laberinto de Creta, no solo en el aspecto de concentración de medios, sino en la transnacionalización de sus figuras mercantiles, acreedores bancarios y el concurso corporativo de grandes consorcios de distintas naciones.

Como se colige, el acceso a Internet está más o menos generalizado en todo el territorio español, aun cuando existe un cambio de plataforma –o de pantalla– no necesariamente comporta un cambio significativo en el consumo informativo. Ya la investigación *La televisión tradicional quiere gobernar Internet: caso Youtube* (Gallardo, 2010), tras 31 días de análisis entre el 9 de enero y el 8 de febrero de 2008 descubrió que el 55 % de los vídeos más populares de esta red social provenían de producciones televisivas españolas, ocupando el 70,5 % de los tiempos de visitas e incluso, aunque existe la posibilidad de interactuar en comentarios y valoración de los vídeos, tan solo 0,15 % de las visitas hizo uso de dicha característica social de la plataforma.

Por otro lado, las interacciones en la red social Facebook con 97 % de penetración en los consumidores de Internet en España (IAB

FIGURA 2
EQUIPAMIENTO DE LAS VIVIENDAS EN ALGUNOS PRODUCTOS DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN, AÑO 2013.
TOTAL NACIONAL (% DE VIVIENDAS)



Fuente: (Instituto Nacional de Estadística (España), 2013: 1)

Europe, 2014), no escapa a la realidad de preferencia de las industrias culturales tradicionales. Según una investigación titulada *La interacción de los usuarios en los perfiles de Facebook de la prensa española* (Merillo-Bobillo, Lloves-Sobrado, & Pérez-Guerrero, 2013: 858), un promedio de 65,42 % de los casi dos millones de fans –suscritos– interactuaron a través de la opción *me gusta*, 20,28 % compartió la información y 14,28 % comentaron las informaciones, predominando en interacciones las informaciones relacionadas con sociales, deportivas e ideológicas; en ese orden.

Así pues, los internautas españoles demuestran preferencia por los contenidos provenientes de los *mass media* tradicionales, los cuales han trasladado su ámbito de interés a la plataforma digital. Si bien la red permite informarse a través de canales no-regulares, factores como calidad expositiva, influencia, credibilidad, reconocimiento o simple costumbre pudieren influir en la traslación idéntica de las formas de consumo y contenidos, aun cuando la plataforma sea distinta en corpus.

De esta manera, no se puede aclarar un cambio significativo de las interrelaciones pregnancia-saliencia, porque los medios tradicionales parecieren seguir manteniendo cierta hegemonía comunicativa tanto *offline* como *online*, por lo que no podríamos referirnos en el caso español a Internet plenamente como un medio de comunicación, sino como un canal que abre las posibilidades de los *mass media* a acceder a otra plataforma.

Es en esa posibilidad de redifusión en la cual se amplía el espectro de penetración de las informaciones pero también el aspecto cuantitativo de las mismas, lo que por consiguiente, aunado a las propias interacciones sociales y pseudo-informativas características de las redes



(...) la infopolución va creando paulatinamente una audiencia superficial, incapaz de cotejar la información y más aún, de hacerle seguimiento a un mismo acontecimiento, por lo que se deja inconscientemente al medio –y a los influenciadores en redes sociales– la tarea de analizar y profundizar en los efectos que podría tener una información (...)

sociales y de Internet, se traduce en sobresaturación e imposibilidad de asimilación cognitiva.

5. CONCLUSIONES

El ecosistema comunicativo actual está definido primordialmente por sus características de atemporalidad y de eliminación de brechas geográficas en el acceso a las informaciones, peculiaridades estas que generan un incremento cuantitativo exponencial de las informaciones a las que se tienen acceso.

Inherentemente, el aumento del acceso a las informaciones conlleva en su seno una situación pre comunicativa de sobresaturación, marco idóneo para que exista sobrecarga de las capacidades cognitivas, por lo que se hace humanamente imposible que dichas informaciones sean plenamente comprendidas e incluso, generando el caldo de cultivo de la *des*-información pre relacional, en el entendido que la audiencia no suele detenerse a profundizar sobre un tema por el propio efecto del aluvión informativo, generalmente de pseudo-informaciones y a la vez, colonizando las propias relaciones humanas intermediadas por las plataformas digitales.

Lejos de ser baladí, la infopolución va creando paulatinamente una audiencia superficial, incapaz de cotejar la información y más aún, de hacerle seguimiento a un mismo acontecimiento, por lo que se deja inconscientemente al medio –y a los influenciadores en redes sociales– la tarea de analizar y profundizar en los efectos que podría tener una información en la toma de decisiones de los receptores, ocasionando una anomia generada por la ingente cantidad de información a la que estamos expuestos, por lo que el medio asume un papel de saliencia expositiva, al tener que presentar las informaciones decodificadas de manera que la audiencia la consuma sin necesidad de mayor proceso analítico.

De esta manera el medio de comunicación tradicional se está caracterizando por su mediamorfosis, al mutar de ser un claro ente de pregnancia y de ideologías, a buscar la estandarización de sus contenidos con el fin de aumentar su influencia en su audiencia no natural en el marco de convertirse en una entidad de saliencias en donde prevalece más la opinión y la interpretación de las informaciones que la presentación bruta de las mismas.

Así, las características de atemporalidad y ageografía de los canales informativos contribuyen a la vez a otorgarle en algunos espacios mayor influencia a los medios de comunicación, actitud que no es diferente en España donde efectivamente se comprueba que el hábito de consumo informacional excede la cuarta parte de la actividad diaria consciente de sus pobladores, generando con evidencia una sobrecarga informativa, pero a la vez, donde se comprueba que son los medios tradicionales en plataformas digitales los que mantienen el liderazgo cuantitativo de ese hábito de consumo.

Estas circunstancias conexas a los efectos de la mediamorfosis y de las nuevas costumbres humanas, comienzan a dibujar un escenario complejo donde el hombre es incapaz de analizar la carga informativa y delega inconscientemente a terceros esta tarea, quedando sumido a que otros piensen por él mismo, por lo que la manipulación y la desin-

formación podrán ser asumidas como realidades institucionalizadas en el entendido que seremos menos capaces de identificarlas.

La única elección posible para contrarrestar esta situación es mediante la alfabetización mediática, de manera que desde edad temprana podamos comprender la importancia de estar verdaderamente informados, adquirir competencias suficientes en el hábito informativo, crear infodietas que neutralicen los efectos de la sobresaturación y a la vez, obtener las herramientas necesarias para identificar y evaluar todas las informaciones a las que estaremos expuestos; incluso aprendiendo el correcto uso de las mediaciones digitales y la gestión del *yo-online* y el *yo-offline* en nuestro hábito de consumo informativo.

De no ser así, el ecosistema continuará su curso y gradualmente la audiencia irá aumentando proporcionalmente su sobrecarga informativa, creando un hombre más interesado en problemas superfluos, disperso en su atención y distraído en banalidades, por lo que la necesidad de la alfabetización informacional urge tanto como la educación en materia de nutrición, solo que en vez de establecer buenas prácticas del consumo alimenticio, debe apoyarse en la creación de infodietas para hacer frente a las limitaciones de la propia barrera cognitiva humana.

LUIS M. ROMERO-RODRÍGUEZ

Profesor e investigador de la Universidad de Huelva, Huelva (España).

WALTER FEDERICO GADEA

Profesor e investigador de la Universidad de Huelva, Huelva (España).

GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

Profesor e investigador de la Universidad Central de Venezuela. Ininco.

REFERENCIAS

- ALEXA THE WEB INFORMATION COMPANY. *Top 500 Sites on the Web March 2014* [en línea]. Nueva York: Alexa Internet Inc. [Consulta: 12 de marzo de 2014]. <<http://www.alexacom/topsites/global;4>>
- BARAN, P. "Introduction to Distributed Communications Networks" [en línea]. Palo Alto: Rand Corporation, 1964. [Consulta: 13 de marzo de 2014]. <http://www.rand.org/pubs/research_memoranda/RM3420.html>
- BERGUA, J. (1958): Séneca: *El Libro de Oro* [en línea]. Madrid: Ediciones Ibéricas, 1958. [Consulta: 15 de marzo de 2014]. <http://cdigital.dgb.uanl.mx/la/1080021900/1080021900_029.pdf>
- BOMMAN, M., & JONES, Q. (2003): "Information Overload". En: SAGE, *Encyclopedia of Community* [en línea] (págs. 661-64). Thousand Oaks: SAGE, 2003. [Consulta: 6 de marzo de 2014]. <http://www.sagepub.com/edwards/study/materials/reference/77593_15.1.ref.pdf>
- BOYCE, P. R. (1974): "Multivariate analysis of mental and physical load components in sinus arrhythmia scores". En: *Ergonomics*, 1974, pp. 177-83. doi:10.1080/00140139008927092
- CARR, N. (2011): *Superficiales ¿Qué está haciendo internet con nuestras mentes?* Madrid: Taurus.
- COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES. *Informe CMT* [en línea]. Barcelona: CMT, 2012. [Consulta: 7 de marzo de 2014] <<http://informecmt.cmt.es/>>
- CORNELLA, A. (2010): *Infoxicación: Buscando un orden en la información* [en línea]. Barcelona: Infonomía, 2010. [Consulta: 13 de marzo de 2014] <http://www.infonomia.com/pdf/libros/948_infoxicacion.pdf>
- COSTA, J. (2010): "Ecología de la comunicación e interacción social" [en línea]. En: *Pensar la publicidad*, IV(2), 2010, págs. 17-24. [Consulta: 13 de marzo de 2014] <<https://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/viewFile/PEPU1010220017A/15014>>
- ETLING, B., KELLY, J., FARIS, R., & PALFREY, J. (2010): "Mapping the Arabic Blogosphere: Politics, Culture, and Dissent". En: *New Media & Society*, 12 (8), 2010. doi:10.1177/1461444810385096
- ETTEMA, J. H., & ZIELHUIS, R. L. (1971): "Physiological Parameters of Mental Load". En: *Ergonomics* (14), 1971, pp. 137-44. doi:10.1080/00140137108931232
- EUROSTAT. *Statistics of Information Society* [en línea]. Bruselas: European Commission, 2012. [Consulta: 7 de marzo de 2014]. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/information_society/introduction>
- FLORES VIVAR, J. M. (2009): "Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales". En: *Revista Comunicar*, XVII (33), 2009, pp. 73-81. doi:10.3916/c33-2009-02-007
- FUNDACIÓN TELEFÓNICA. *La Sociedad de la Información en España* [en línea]. Madrid: Ariel, 2012. [Consulta: 18 de marzo de 2014]. <http://e-libros.fundacion.telefonica.com/sie12/aplicacion_sie/ParteA/pdf/SIE_2012.pdf>
- GALLARDO, J. (2010): *La televisión tradicional quiere gobernar Internet: Caso Youtube*. Madrid: Euroeditions.
- GERGEN, K. (2006): *El Yo saturado: dilemas de identidad en el mundo moderno*. Barcelona: Paidós Surcos.
- GROSS, B. M. (1964): *The Managing of Organizations* (Vol. 1). Glencoe: Free Press of Glencoe.
- HUXLEY, A. (2008): *Un mundo feliz* [en línea]. Madrid: DeBolsillo, 2008. [Consulta: 8 de marzo de 2014] <<http://www.letralia.com/util/un-mundofeliz.pdf>>
- IAB EUROPE. *Mediascope Europe Bulletin* [en línea]. IAB Europe, 2014. [Consulta: 7 de marzo de 2014]. <http://www.iabeurope.eu/files/5513/9350/3499/IAB_Europe_Mediascope_Europe_Banking_and_Finance_Bulletin_February_2014.pdf>
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (España). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares (TIC-H)* [en línea]. Madrid: INE, 2013. [Consulta: 7 de marzo de 2014]. <<http://www.ine.es/prensa/np803.pdf>>
- INTERNATIONAL DATA CORPORATION. *Amount of Global Data* [en línea]. IDC - Amount of Global Data, 2013. [Consulta: 6 de marzo de 2014]. <<http://www.idc.com/about/about.jsp>>
- IPSOS OTX MEDIA CT. *Our Mobile Planet: Global Smartphone Users* [en línea]. IPSOS, 2012. [Consulta: 7 de marzo de 2014] <http://services.google.com/fh/files/blogs/final_global_smartphone_user_study_2012.pdf>
- ISHIKAWA, T. *All 100 million will be nearsighted*. The Mainichi Daily News, 1995 (15 de marzo).
- JACOBY, J. (1977): "Information load and decision quality: some contested issues". En: *Journal of Marketing Research*, 1977, 14 (4), págs. 569-573. doi:10.2307/3151201
- LÓPEZ, Á. (2004): "La desinformación en la aldea global como forma de conocimiento" [en línea]. En: *Ágora Revista de Ciencias Sociales* (10), 2004, págs. 19-30. [Consulta: 7 de marzo de 2014] <http://www.ceps.es/media/agora/10/10.3_lopez.pdf>
- MALHOTRA, N. K. (1984): "Reflections on the Information Overload Paradigm in Consumer Decision Making" [en línea]. En: *Journal of Consumer Research*, 1984, 4 (10), págs. 436-440. doi:10.1086/208982
- MCLUHAN, M. (1962): *La Galaxia Gutenberg: Génesis del Homos Tipográfico* [en línea]. Barcelona: Circulo de Lectores, 1962. [Consulta: 7 de marzo de 2014]. <<http://www.semioticafernandez.com.ar/comisiones5664/wp-content/uploads/2011/05/La-Galaxia-Gutenberg-Marshall-Mcluhan-.pdf>>
- MERILLO-BOBILLO, M., LLOVES-SOBRADO, B., & PÉREZ-GUERREIRO, A. M. (2013): "La interacción de los usuarios en los perfiles de Facebook de la prensa española". En: *Palabra Clave*, 2013 16 (3), 842-872. doi:10.5783/RIRP-3-2012-02-27-44

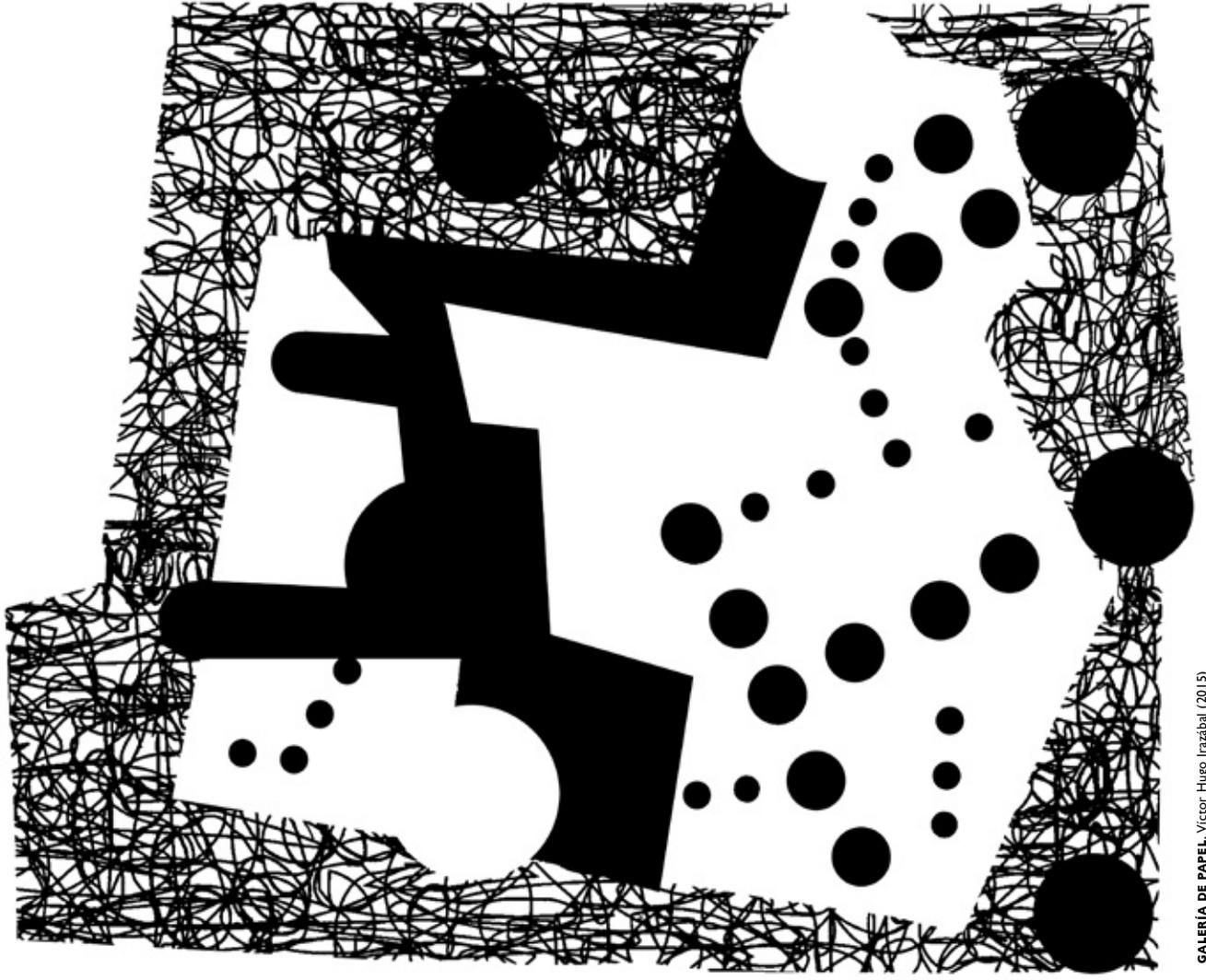
- MILGRAM, S. (2010): *The individual in a social world: essays and experiments*. Londres: Printer&Martin.
- MOLES, A. A., & ROHMER, E. (1983): *Teoría estructural de la comunicación y sociedad*. México: Trillas.
- NIELSEN. *Nielsen World Internet Stats* [en línea]. Nielsen, 2014. [Consulta: 16 de marzo de 2014]. <<http://www.nielsen.com/us/en.html>>
- ROMERO-RODRÍGUEZ, L. (2012): *Aplicabilidad de técnicas de desinformación en la gestión comunicacional de la crisis*. Universidad de Almería: Repositorio Institucional de la Universidad de Almería, 2012.
- _____ (2013): "Hacia un Estado de la Cuestión de las Investigaciones sobre Desinformación/Misinformación" [en línea]. En: *Correspondencia & Análisis*, 2013 (3), págs. 319-342. [Consulta: 7 de marzo de 2014]. <https://www.academia.edu/5588107/Hacia_un_estado_de_la_cuestion_de_las_investigaciones_sobre_desinformacion_misinformacion>
- ROTTEN, J., OLSZEWSKI, D., CHARLETON, M., & SOLER, E. (1978): "Loud Speech, Conglomerate Noise, and Behavioral Aftereffects". En: *Journal of Applied Psychology*, 1978, 63 (3), págs. 360-365. doi:10.1037/0021-9010.63.3.360
- SAMPEDRO, J. L. (2001): *El Mercado y la Globalización*. Barcelona: Destino.
- SARTORI, G. (2012): *Homo Videns: la sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus. doi:10.5354/0717-9162.2003.10669
- SHENK, D. (1997): *Data Smog*. Nueva York: Harper Collins.
- SHENK, D. (2003): "Information Overload, Concept of". En: *E- Science, Encyclopedia of International Media and Communications* (Vol. 2, pág. 396). Boston: Elsevier.
- SPEIER, C., VALACICH, J., & VESSEY, I. (1999): "The Influence of Task Interruption on Individual Decision Making: An Information Overload Perspective" [en línea]. En: *Decision Sciences*, 1999, 30 (2), pág. 338. [Consulta: 9 de marzo de 2014]. <<http://interruptions.net/literature/Speier-DS99.pdf>>
- STEWART, T. R., MONINGER, W. R., HEIDEMAN, K., & REAGAN-CIRINCIONE, P. (1992): "Effects of Improved Information on the Components of Skill in Weather Forecasting". En: *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 1992, 53, págs. 107-134. doi:10.1016/0749-5978(92)90058-F
- STREUFERT, S., DRIVER, M. J., & HAUN, K. (1967): "Components of Response Rate in Complex Decision-Making". En: *Journal of Experimental Social Psychology*, 1967, 3 (3), págs. 286-295. doi:10.1016/0022-1031(67)90030-3
- THOM, R. (1992): *Pouvoirs de la forme*. Paris: Aarhus University.
- TOFFLER, A. (1970): *Future Shock* [en línea]. New York: Bantam Books, 1970. [Consulta: 9 de marzo de 2014]. <<http://resource.lst.ir/PortallmageDb/ScientificContent/eae29e30-4f13-4016-8dc4-95f8ff7e1209/Future%20Shock.pdf>>
- WHITE, L. (1949): *The Science of Culture*. Nueva York: Grove Press.

NOTAS

- 1 Unidad métrica de almacenamiento de datos digitales que corresponde a 10^{21} bytes. Para tener mejor referencia, un Zettabyte es equivalente a 10^9 Terabytes, es decir, a un billón de Terabytes usualmente siendo TB=1 a la capacidad de almacenamiento de un disco duro externo.
- 2 Ya en Estados Unidos a principios del s. XX se conocía la figura del *PressBaron* (Barón de la Prensa), término que ha sido cambiado por *Media Baron* (Barón de los Medios), *Media Mogul* (Magnate de los Medios) o *Media Tycoon* (Emporios de Medios).



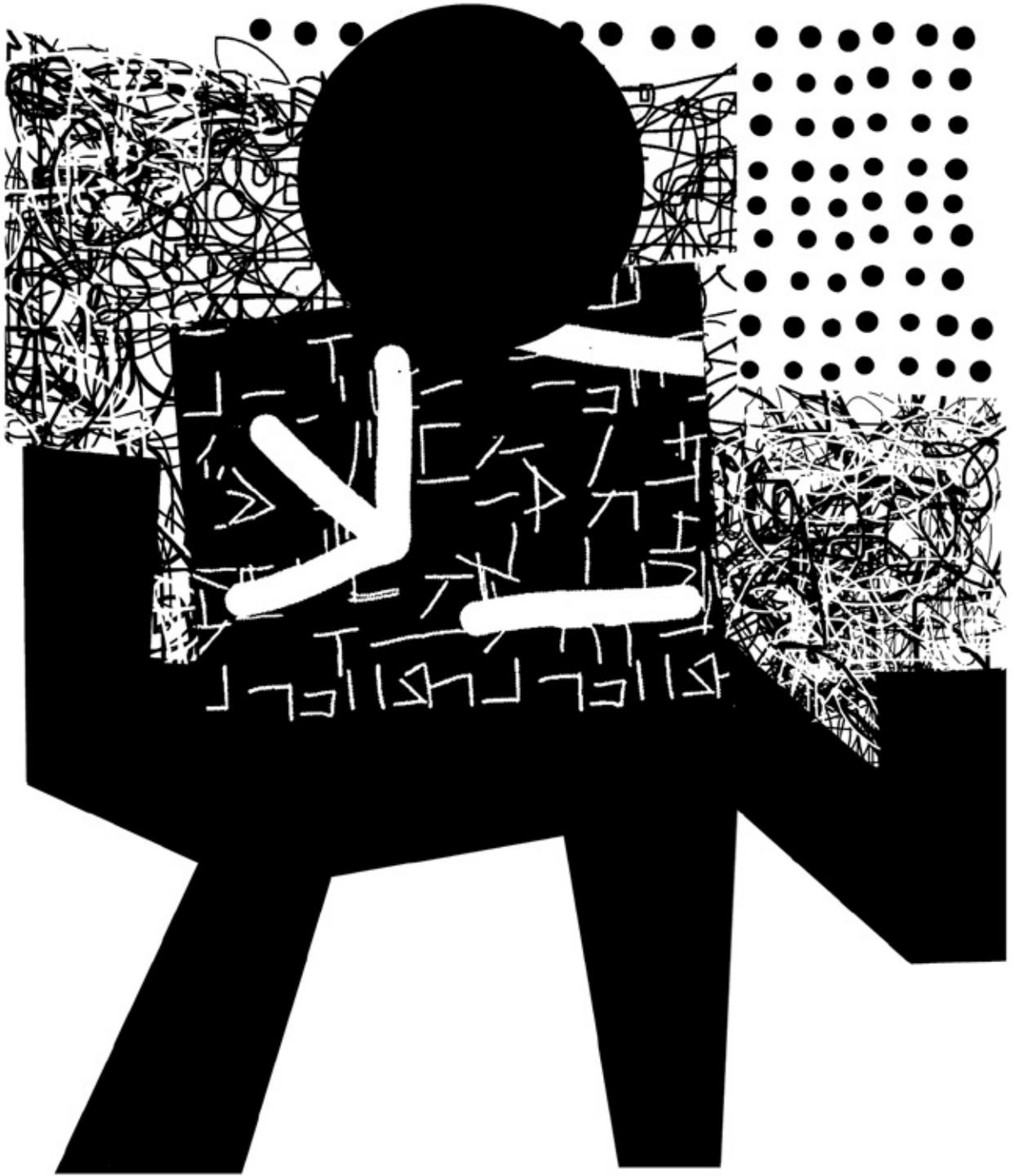
GALERÍA DE PAPEL. Víctor Hugo Irazábal (2015)



GALERÍA DE PAPEL. Víctor Hugo Irazábal (2015)

SUJETUALIDADES DIGITALES





GALERÍA DE PAPEL. Víctor Hugo Irazábal (2015)

El fenómeno del Yo Cuantificado: ¿una nueva tecnología del Yo?

EN EL 2007 los editores de la revista *Wired*, Gary Wolf y Kevin Kelly, emplearon por primera vez el término *Yo Cuantificado* (*Quantified Self*) para referirse al modo en que los individuos estaban “encontrando estrategias ingeniosas para extraer data interesante de las más ordinarias actividades humanas” (Wolf. Traducción libre del autor). Desde entonces, el número de personas empleando dispositivos digitales para monitorear sus pensamientos, sentimientos, hábitos y comportamiento ha ido en ascenso. A pesar de cuan novedosa parezca esta práctica, las nociones de auto-observación y auto-reflexión no son nada nuevas: ideas asociadas con el tomar conciencia de uno mismo como estrategia para la superación personal pueden encontrarse en la filosofía greco-romana, en la espiritualidad cristiana y en el humanismo liberal –aunque cada uno de esos periodos presente distintos métodos y nociones de lo que significa mejorar como individuo. El conjunto de estas prácticas es lo que Michel Foucault denominó las *Tecnologías del Yo*.

Ciertamente, las tecnologías digitales han hecho posible el surgimiento de una forma de *auto-conocimiento* que se basa en la utilización de distintos dispositivos para registrar, analizar y difundir información personal. Esta práctica contemporánea, popularizada por el movimiento del *Yo Cuantificado* (*The Quantified Self*), representa un quiebre con respecto a las visiones de auto-conocimiento anteriores, a la vez que mantiene ciertos factores en común con ellas. Desde una perspectiva foucauldiana, empleando algunas de las ideas expuestas en *Tecnologías del Yo* –inicialmente un seminario, convertido en libro luego de la muerte de Foucault– y *Vigilar y castigar*, este trabajo revisa los objetivos y mecanismos empleados en las prácticas de auto-observación y auto-análisis que se llevan a cabo en la contemporaneidad a través de dispositivos digitales.

BREVE RECUENTO DE LAS TECNOLOGÍAS DEL YO

El término *tecnologías del yo* parece una invención contemporánea, sin embargo, Foucault empezó a emplearlo a finales de los 80 para referirse a una serie de prácticas con orígenes y técnicas variadas, pero con el objetivo común del conocimiento y mejoramiento personal.

[Las Tecnologías del Yo] permiten a los individuos generar por sus propios medios o con ayuda de otros una serie de operaciones en su cuerpo, alma, pensamiento, conducta y modo de

Se nos dice que el rasgo más resaltante del fenómeno del Yo Cuantificado es cómo enfatiza que la identidad es una construcción maleable y modificable. En tal sentido la intención de este ensayo no es otra que presentar algunos posibles caminos de exploración en el estudio de las prácticas contemporáneas de auto-monitoreo, que bien podrían ser analizadas en futuras investigaciones.

We are told that the most outstanding feature of the quantified self is how it emphasizes that the identity is a malleable and modifiable construction. In such sense the intention of this essay is not other than to present some possible paths of exploration in the study of contemporary practices on self-monitoring, that might as well could be explored on future investigations.

● NELESI RODRÍGUEZ



La práctica de registrar y analizar los hábitos, pensamientos, emociones y comportamientos propios con la ayuda de dispositivos digitales es relativamente nueva. Comenzó a popularizarse en 2007, cuando la revista *Wired* acuñó el término “Yo Cuantificado” (...)

ser; de manera que puedan transformarse con el propósito de alcanzar cierto nivel de felicidad, pureza, sabiduría, perfección o inmortalidad (1988, 18. Traducción libre del autor).

En resumen, las tecnologías del yo son las estrategias que los individuos han usado —y siguen usando— para su superación personal. ¿Cuáles son esas estrategias? ¿Qué implica esa noción de superación? Las respuestas a estas preguntas han cambiado a través del tiempo, respondiendo a ciertos quiebres en los sistemas de conocimiento. En *Tecnologías del Yo* se establecen dos grandes rupturas: primero, la representada por el momento en que la espiritualidad cristiana suplantó la filosofía greco-romana, y luego, cuando la lógica religiosa es desplazada posteriormente por los principios del humanismo liberal. La llegada de cada uno de estos marcos de referencia representan un cambio en las ideas del Yo y de los métodos de auto-evaluación. Sin embargo, al mismo tiempo, la relación de estos nuevos modelos con los anteriores es evidente, sobre todo considerando que su llegada no necesariamente implica la desaparición absoluta de los predecesores.

De acuerdo a Foucault, en la filosofía griega, “cuidar de uno mismo” era una práctica popular asociada a funciones pedagógicas que representaba una manera de acceder al conocimiento personal:

***Epimeesthai* [cuidar de] expresa algo mucho más serio que el simple hecho de prestar atención. Implica distintas cosas: Preocuparse por los haberes y la salud propios. Más que una actitud, es una actividad real (1988, 24, Traducción libre del autor).**

Se trataba entonces de una experiencia dialéctica, en la que el cuerpo y el alma estaban profundamente conectados y el conocimiento y la comprensión de esa conexión era la vía a la sabiduría. Más tarde, en periodos Helenísticos y Romanos, la idea de “cuidar de uno mismo” experimentó dos cambios clave: con la introducción de la escritura como medio para la reflexión, el proceso de auto-observación se volvió cada vez más minucioso y la práctica pasó de tener un carácter pedagógico a uno más cercano a lo médico, “...el interés por uno mismo no es algo exclusivo de la gente joven preocupada por su educación; es un modo de vida para todos a lo largo de sus vidas.” (Foucault, 1988, 31. Traducción libre del autor)

Más tarde, con la llegada de la espiritualidad cristiana, la idea de enfocarse en uno mismo o “cuidar de uno mismo” adquiere un carácter hasta cierto punto inmoral, es una señal de egoísmo. En su lugar, se espera que las personas se conozcan a sí mismas, sus debilidades y sus pecados, para que puedan reconocer ante Dios su naturaleza imperfecta y encontrar perdón y salvación. En este periodo, el proceso de superación personal ya no se enfoca en el individuo: para alcanzar la salvación, una auto-examinación profunda no es suficiente; los resultados de esta revisión deben ser exteriorizados a través de los rituales de confesión y penitencia.

En la última parte de *Tecnologías del Yo*, Foucault cierra su análisis mencionando la existencia de un segundo quiebre en las prácticas de auto-reflexión, que comienza cuando durante el siglo XVIII las ciencias sociales se apropiaron de la práctica de la confesión, utilizándola esta

vez sin el propósito de renunciar a uno mismo. La psicoterapia es el resultado de este cambio.

Partiendo de esta breve revisión de *Tecnologías del Yo*, es posible proponer el estudio de un tercer quiebre, que inicia con la llegada de las tecnologías digitales como elemento inseparable de la existencia humana y que se encuentra en pleno desarrollo.

EL YO CUANTIFICADO A LA LUZ DE LAS TECNOLOGÍAS DEL YO

La práctica de registrar y analizar los hábitos, pensamientos, emociones y comportamientos propios con la ayuda de dispositivos digitales es relativamente nueva. Comenzó a popularizarse en 2007, cuando la revista *Wired* acuñó el término “Yo Cuantificado” (Lupton, 2014). Débora Lupton define el fenómeno de manera muy precisa.

El concepto de ‘auto seguimiento’ (también conocido como registro de la vida, el yo cuantificado, análisis personales, o informática personal) ha comenzado a surgir en discusiones sobre los modos en que la gente voluntariamente monitorea y registra [y comparte] rasgos característicos de sus vidas utilizando tecnologías digitales. (Lupton, 2014a, 2. Traducción libre del autor)

A pesar de la cantidad de aplicaciones móviles y sitios web dedicados a este tema, aún en muchos lugares del mundo es una actividad de nicho. Recientemente, han surgido críticas importantes resaltando la imposibilidad —o irresponsabilidad— de tratar de reducir el ser humano a números. Con las críticas, también han llegado algunas denominaciones alternativas para referirse al “Yo Cuantificado”: “Yo Cualitativo”, “Auto-seguimiento”, “Auto-monitoreo”, “Análisis personal”, “Informática personal”. Ninguno de ellos ha logrado sacar al “Yo Cuantificado” de los titulares.

Las razones por las que la gente decide involucrarse en esta práctica son variadas: Algunos lo hacen porque les ayuda a recordar las cosas que han hecho, otros, porque es un incentivo para alcanzar una meta específica —usualmente asociada con su salud, su bienestar físico o su productividad—, para otros es una manera de ganar control de sus vidas. Hay quienes lo hacen solo para generar contenido y compartirlo con los demás, o simplemente por el gusto de sentirse parte de la comunidad de *self-trackers* —el aspecto performativo del Yo Cuantificado (Lupton, 2014b). A pesar de la multiplicidad de usos, es importante mencionar que la gran mayoría de las aplicaciones desarrolladas en este contexto tienen que ver con salud, condición física y productividad.²

Al tratar de hacer un análisis crítico de esta forma contemporánea de auto-examinación, resulta sumamente útil partir de algunas ideas plasmadas en *Tecnologías del Yo*, abordando las distintas dimensiones del fenómeno e identificando cómo las prácticas revisadas por Foucault en este seminario —luego convertido en libro— pueden tomarse como antecedentes del Yo Cuantificado, al tiempo que se comprende de qué manera esta última versión de auto-examinación representa un quiebre con respecto a las anteriores.



Las prácticas asociadas al Yo Cuantificado implican de alguna manera un regreso al “cuidar de uno mismo” propuesto por Platón. Prestar atención a uno mismo antes que a cualquier otra cosa era la máxima durante los imperios griego y romano, y ciertamente parece ser la máxima en la sociedad contemporánea.

En la introducción a *Tecnologías del Yo*, Foucault establece cuatro tecnologías como fuente de toda razón: Tecnologías del Yo, Tecnologías del Poder, Tecnologías de Producción y Tecnologías de los Sistemas de Signos (1998, 18). El autor advierte que estas tecnologías rara vez funcionan de manera independiente. En el caso del Yo Cuantificado, es posible afirmar que todas actúan al mismo tiempo. A continuación se analiza la presencia de cada una de estas dimensiones en las prácticas de auto-seguimiento mediante dispositivos digitales, teniendo en cuenta que aunque el análisis aborde estos dominios de manera independiente, es imposible dibujar límites claros entre cada uno de ellos.

YO

Las prácticas asociadas al Yo Cuantificado implican de alguna manera un regreso al “cuidar de uno mismo” propuesto por Platón. Prestar atención a uno mismo antes que a cualquier otra cosa era la máxima durante los imperios griego y romano, y ciertamente parece ser la máxima en la sociedad contemporánea. A través de dispositivos digitales, la gente controla su peso, los kilómetros que corren diariamente, los alimentos que comen, sus sentimientos, las personas con las que pasan su tiempo, y cualquier otro tipo de información que les ayude a entenderse y a convertirse en la persona que esperan ser. Para Platón, la preocupación y el cuidado propio hace referencia a un estado erótico activo (Foucault, 1988, 24), e indudablemente hay cierto *eros* en el acto de observarse a uno mismo convertido en data e impactantes infografías, como es el caso del Yo Cuantificado. Sin embargo, el retorno de esta premisa aún lucha con ciertos estigmas muy asociados con la moral religiosa: En uno de sus escritos, Lupton (2014b) advierte que dedicar mucho tiempo a las aplicaciones digitales de auto-seguimiento puede ser calificado como un acto narcisista, un diagnóstico que demuestra el legado de la espiritualidad cristiana en la cultura occidental.

Por otro lado, al hablar del Yo en la práctica del Yo Cuantificado, está el asunto de la mediación y la validez de la auto-evaluación: ¿Cuán auténtica es esta práctica cuando la mayoría del análisis es realizado por una computadora? ¿Puede decirse que las personas que forman parte del movimiento del Yo Cuantificado tienen un real interés por conocerse a sí mismos?

Foucault define las tecnologías del yo como los mecanismos que permiten a los individuos llevar a cabo ciertas operaciones sobre sí mismos con el propósito de alcanzar cierto mejoramiento personal (1988, 18). A pesar de —o con— la mediación de dispositivos digitales, eso es precisamente el objetivo del movimiento del Yo Cuantificado. Adicionalmente, en *Tecnologías del Yo* es posible constatar que la auto-examinación contemporánea no es la única que ha sido mediada; la creación de diarios escritos o el mismo acto de la confesión son ejemplos de esta mediación.

Ciertamente, las prácticas del Yo Cuantificado tienen muchos retos que superar; empezando por encontrar un nombre más apropiado e igual de pegajoso y siguiendo con las metodologías para la recolección, integración e interpretación de data. Pese a sus deficiencias, cada vez son más las personas que utilizan dispositivos digitales en sus procesos de auto-exploración y auto-conocimiento. La incorporación de las tecnologías digitales al ser humano hoy es tal, que corrientes de

pensamiento como el post-humanismo³ ya perciben a los individuos como entidades complejas que se extienden fuera de sus cuerpos. “La idea del yo y la identidad propia, tal como las articulan los mecanismos de *self-tracking*, están inextricablemente relacionadas con las ideas de información e interpretación.” (Lupton, 2014b. Traducción libre del autor)

PRODUCCIÓN Y PODER

En *Tecnologías del Yo*, Foucault habla de producción y poder en los siguientes términos: “[Producción es eso que] nos permite producir, transformar o manipular las cosas” (1988, 18. Traducción libre del autor) y “[Poder es eso que] determina la conducta de los individuos y los subordina a ciertos fines o fuerzas dominantes” (Idem). En el Yo Cuantificado, tanto las tecnologías de producción como las tecnologías de poder tienen un papel importante, ya que a través de esta práctica los individuos producen data y manipulan sus propias identidades, al tiempo que se someten a estándares sociales promovidos por las aplicaciones y dispositivos que utilizan.

Muchas de las aplicaciones digitales utilizadas por el movimiento del Yo Cuantificado ayudan a los individuos a modelar su imagen de acuerdo a su idea de lo que deberían ser. No es un simple asunto de ajustar hábitos, perder un par de kilos, o dejar de consumir alcohol; más allá del hecho de estar actuando sobre el propio cuerpo, estas aplicaciones ayudan a producir y modelar identidades personales de una manera mucho menos tangible. Ser identificado como un *self-tracker* —una etiqueta usualmente asociada a palabras como innovación, inteligencia o creatividad—, o la posibilidad de tener presencia en la web en forma de una serie de gráficos y visualizaciones que pueden ser admirados, apreciados e imitados por muchos, son también maneras de construir identidad.

Adicionalmente, vale la pena mencionar que la data producida por esta comunidad muchas veces no es empleada solo por los individuos que la producen; en una sociedad de perenne vigilancia, las corporaciones privadas y los gobiernos tienen acceso a esta información y la usan para su propio beneficio. Sin embargo, esa es una discusión mucho más amplia, fuera del alcance de este trabajo.

Por otro lado, están las tecnologías de poder: en primer lugar, las aplicaciones del Yo Cuantificado —en particular aquellas empleadas para regular dietas o actividad física— son tecnologías de poder que actúan sobre el cuerpo. Esta idea está estrechamente relacionada con la definición foucauldiana de *corpos dóciles*⁴. Más aún, podría decirse que estas aplicaciones, particularmente las mencionadas arriba y aquellas que ayudan a los individuos a ser *más productivos*, imponen sobre sus usuarios ciertos valores sociales que coinciden con aquellos promovidos en otras instituciones del poder como los medios de comunicación y la publicidad. Desde esta perspectiva, el Yo Cuantificado no es más que otro mecanismo de estandarización, a través del cual se busca construir *el individuo ideal* en términos de apariencia y rendimiento.⁵

Un estudio realizado por investigadores de Microsoft y la Universidad de Washington muestra que el 60% de las personas encuestadas para el estudio realiza auto-seguimiento a través de dispositivos



Uno de los mayores retos para la comunidad del Yo Cuantificado es la dificultad que tienen los usuarios para integrar e interpretar grandes cantidades de data. Recientemente, algunos investigadores han resaltado la importancia de promover el pensamiento crítico alrededor de esta práctica (...)

digitales para mejorar su salud, su condición física o su productividad (Kyoung et al, 4. Traducción libre del autor). Esa cifra, sumada al hecho de que la mayoría de las aplicaciones empleadas por la comunidad del Yo Cuantificado están basadas en un sistema de recompensas y tienen un protocolo fijo (Ídem) debería despertar algunas alarmas con respecto a cuáles son los valores promovidos por desarrolladores y líderes de este movimiento.

SISTEMAS DE SIGNOS

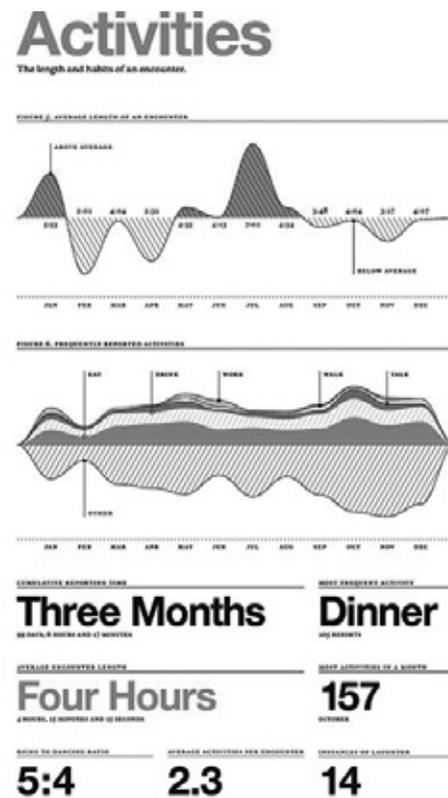
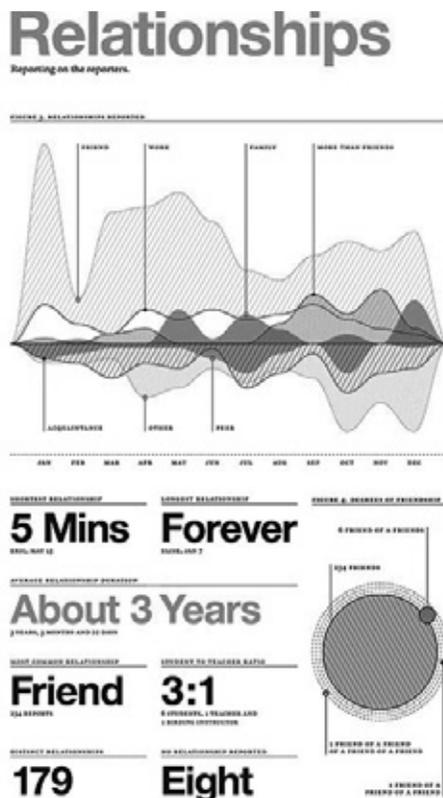
De acuerdo a Foucault, las tecnologías de sistemas de signos son esas que “permiten usar signos, significados, símbolos o significación.” (Foucault, 1988, 18). Este apartado reflexiona brevemente sobre el análisis, comprensión y representación de la información en las aplicaciones del Yo Cuantificado.

Las tecnologías del yo se basan en la idea de prestar atención a uno mismo con el propósito de alcanzar la superación personal. Para alcanzar esta superación, más que observar, es necesario comprender lo que se observa. Uno de los mayores retos para la comunidad del Yo Cuantificado es la dificultad que tienen los usuarios para integrar e interpretar grandes cantidades de data. Recientemente, algunos investigadores han resaltado la importancia de promover el pensamiento crítico alrededor de esta práctica, enfocándose particularmente en la última parte del proceso, en la que se espera que la información

sea transformada en conocimiento e idealmente en un sabio accionar sobre el cuerpo y la mente.

La práctica del auto-seguimiento puede entonces considerarse un modo de reflexionar a través de y con información, trabajando para encontrar conexiones entre un tipo de información y otras, e interrogando la cualidad y la validez de la data. (Lupton, 2014b. Traducción libre del autor)

Cuando se analizan las prácticas asociadas al movimiento del Yo Cuantificado en contraposición con previas tecnologías del yo, las tecnologías digitales no solo introducen nuevas maneras de registrar la propia existencia, proponen también nuevos modos de analizarla, representarla y compartirla. Una parte importante de las aplicaciones empleadas por esta comunidad es la visualización de data. Se trata de gráficos generados a partir de data con propósitos exploratorios, explicativos y estéticos. Los usuarios valoran aplicaciones de auto-monitoreo que ofrecen visualizaciones interesantes porque una parte importante de su proceso es compartir sus observaciones. En la contemporaneidad, la auto-visualización ofrece la posibilidad de practicar el auto-conocimiento y la auto-expresión al mismo tiempo, entendiendo y poniendo en escena la identidad de manera simultánea. (Lupton, 2014c)



CONCLUSIÓN

Desde el año 2005 Nicholas Felton, conocido *self-tracker*, ha estado creando y publicando anualmente su data personal en forma de visualizaciones sumamente detalladas y cuidadosamente diseñadas. Actualmente, su trabajo forma parte de la colección permanente del MoMA y se enorgullece de haber dirigido la creación del *timeline* de Facebook –un hecho que dice mucho sobre cómo el auto-monitoreo y la auto-visualización están ganando terreno en el público no-especializado. Sin embargo, es curioso que en los *Reportes Anuales Feltron*, el diseño parece ser más atractivo que el contenido. El mismo Nicholas Felton admite poner más atención en las decisiones estéticas que en la optimización de data al trabajar en sus productos finales⁶. Cuando el diseño de información es privilegiado sobre la recolección e interpretación de data en las prácticas de Yo Cuantificado, las imágenes producidas son vaciadas de significado y empiezan a significar en sí mismas. Entonces, estas imágenes-simulacro –ya no representaciones de data– son un ejercicio diferente de identidad.

Este ensayo revisa cómo el uso de las tecnologías digitales introducen un nuevo quiebre en lo que Michel Foucault denominó las Tecnologías del Yo, y que él divide en tres etapas: Filosofía Greco-Romana, Espiritualidad Cristiana y Humanismo Liberal. Al comparar lo que este trabajo propone como la versión contemporánea de las tecnologías del yo –representada por el movimiento del Yo Cuantificado– con las versiones previas presentadas por Foucault, algunas diferencias y ciertas continuidades fueron encontradas. Quizá el rasgo más resaltante del fenómeno del Yo Cuantificado es cómo enfatiza que la identidad es una construcción maleable y modificable, y cómo evidencia su carácter performativo, que inicia en el momento mismo que se decide empezar el monitoreo y termina con las auto-visualizaciones.

NELESI RODRÍGUEZ

Licenciada en Comunicación Social. Mención Audiovisual por la Universidad Católica Andrés Bello. Profesora de Semiótica y Creatividad. Coordinadora de Latin American TV Channel.

REFERENCIAS

- FELTON, Nicholas. *Acerca de*. Web. 7 de diciembre de 2014. www.feltron.com
- FLAHERTY, Joseph (2014): "An Infographics Genius Plots Out Another Insanely Detailed Year of His Life". En: *Wired Magazine*, 8 August 2014. Web. 10 de diciembre de 2014. <http://www.wired.com/2014/08/an-infographics-genius-plots-out-another-insanely-detailed-year-of-his-life/>
- FOUCAULT, Michel (1977): *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. 2nd ed. New York:Vintage. Impreso.
- _____ (1988): *Technologies of the Self: A Seminar with Michel Foucault*. Amherst: U of Massachusetts. Impreso.

HAYLES, Katherine (1999): *How We Became Posthumans: Virtual bodies in Cybernetics, Literature, and Informatics*. Chicago: The University of Chicago Press. Impreso.

HEYES, Cressida (2006): *Foucault Goes to Weight Watchers*. Hypatia. Web. 8 de diciembre de 2014. <https://muse.jhu.edu/journals/hypatia/v021/21.2heyes.html>

KYOUNG, Eun et al. *Understanding Quantified Selfers' Practices in Collecting and Exploring Personal Data*. Web. 8 de diciembre de 2014. <http://research.microsoft.com/en-us/um/redmond/groups/cue/publications/chi2014-quantifiedself.pdf>

LUPTON, Deborah (a) (2014): *Self-tracking Modes: Reflexive Self-Monitoring and Data Practices*. Paper for the 'Imminent Citizenships: Personhood and Identity Politics in the Informatic Age' workshop, ANU. Canberra. Web. 5 de diciembre de 2014. <http://ssrn.com/abstract=2483549>

_____ (b). *Beyond the Quantified Self: The Reflexive Monitoring Self. This Sociological Life*. Web. 5 de diciembre de 2014. <http://simplysociology.wordpress.com/2014/07/28/beyond-the-quantified-self-the-reflexive-monitoring-self/>

_____ (c) (2014): *You are Your Data: Self-tracking Practices and concepts of data. Pre-print of chapter for Lifelogging: Theoretical Approaches and Case Studies about Self-tracking* (provisional title), to be published by Springer. Canberra. Web. 8 de diciembre de 2014. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2534211

WOLF, Gary (2009): *Know Thyself*. Web. 9 de mayo de 2015. http://archive.wired.com/medtech/health/magazine/17-07/lbnp_know-thyself?currentPage=all

NOTAS

- 1 "Cuidar de uno mismo" es un concepto que Foucault toma del *Alcíbiades* de Platón.
- 2 Ver Kyoung et al.
- 3 Ver Hayles para mayor información sobre las ideas propuestas por el post-humanismo.
- 4 Foucault se enfoca en la docilidad del cuerpo durante el siglo XVIII, aun cuando reconoce la preexistencia de la idea del cuerpo como objeto de poder. Ver Foucault, 1977, 135-169.
- 5 Ver Heyes para mayor información al respecto.
- 6 En una entrevista con la revista *Wired*, Felton afirma que "el propósito de estas visualizaciones siempre ha sido la exploración más que la optimización", y que estos deberían ser vistos como notas de viaje más que como reportes". Ver Flaherty.



GALERÍA DE PAPEL. Víctor Hugo Irazabal (2015)

Transformaciones de la lectura, del libro y del lector desde el diseño

ROLAND Barthes (1976) nos dice que la lectura ocurre al interior de un sistema. Ella está intervenida y dominada por esa estructura que necesita y respeta; pero que a la vez, transgrede. Leer implica un “gesto del cuerpo (pues, por supuesto, se lee con el cuerpo) que, con un solo movimiento, establece su orden y también lo pervierte: sería un suplemento interior de perversión”(p. 42). El espacio de la lectura es el lugar donde la estructura queda trastornada y expande sus límites.

¿Cómo lidiamos con esto en el siglo XXI? ¿Qué significa leer en nuestros días? ¿Cómo han afectado la tecnología y los nuevos formatos este proceso? Gran cantidad de preguntas están sobre la mesa y no podemos esquivarlas. ¿Tenemos nuevos lectores o estrategias de lectura novedosas? Leer siempre nos remite a formas, combinaciones, interpretación y experiencia. Es tanto el espacio de la palabra y la imagen como el terreno del diseño. Es un ejercicio hecho a la vez en dimensiones visibles e invisibles: los signos, el contenido, la memoria, el deseo, el saber y la estructura donde todo puede sustentarse.

Dialogar sobre la lectura, los formatos emergentes y los nuevos lectores fue el motivo de un encuentro –abierto, especulativo y divergente– llamado *Los destinos del libro: un taller en dos tiempos*. Ocurrió en el 7º Festival de la Lectura Chacao “Homenaje a Eduardo Liendo”. Los participantes fueron los profesores Elena Cardona, Jean Marc Tauszik y Humberto Valdivieso. La coordinación fue del director de la Escuela Prodisegno, Jaime Cruz. Estas cuatro voces tuvieron la misión, durante la primera jornada, de elaborar el entramado central sobre el tema y dar respuesta a las inquietudes de los participantes. Fue un ejercicio interdisciplinario vinculado al diseño, la literatura, el psicoanálisis, el arte y la tecnología entre otros campos relacionados a la lectura.

En este artículo compartimos con los lectores una síntesis de ese seminario. Lo hacemos con la conciencia de que todo diálogo es un texto inconcluso y con la expectativa de generar reacciones y ofrecer aportes al tema.

● **JAIME CRUZ.** La propuesta de este encuentro/taller surgió como invitación de los encargados de la organización del Festival de la Lectura Chacao. Este se llevará a cabo en dos días. La idea es tratar primero el enfoque y las reflexiones sobre el futuro del libro desde la

Se trata de dialogar sobre las nuevas formas de leer ante la presencia de nuevas narrativas soportadas por formatos emergentes. Este diálogo, aquí registrado como artículo, se llevó a cabo al abrigo del 7º Festival de la Lectura Chacao “Homenaje a Eduardo Liendo”.

It's about talking about the new ways of reading in the presence of new narratives supported by emerging forms. This dialog registered here as article, took place under cover of the 7th Festival of Reading Chacao "Tribute to Eduardo Liendo"

- **MARIELA MATOS**
- **HUMBERTO VALDIVIESO**



HUMBERTO VALDIVIESO

“La lectura es el lugar donde el cuerpo se transforma, donde el cuerpo se modifica, donde el cuerpo queda alterado”. En su momento esa fue una idea muy transgresora. Yo creo que también es parte de la transgresión contemporánea el cuerpo permanentemente modificado a través de la lectura.

perspectiva del diseño. Para esta primera parte, nos acompañan Elena Cardona, Humberto Valdivieso y Jean Marc Tauszik. Tres personas que no son diseñadores y, para no quedar en visiones superficiales, los iré presentando desde su experiencia.

Elena Cardona, poeta y ensayista formada en Letras por la Universidad Central de Venezuela (UCV); actualmente, estudiante de fotografía. Es profesora de la Escuela de Prodisegno, vinculada a los talleres de diseño y a la fotografía. Su campo de trabajo está situado en la imagen; por eso su estrecha relación con el diseño. Tenemos a Humberto Valdivieso, también formado en Letras por la UCV, con maestría en Comunicación y aspirante al Doctorado de Humanidades por la misma casa de estudios. Actualmente es profesor e investigador del Centro de Investigación y Formación Humanística (CIFH) de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). Su línea de investigación ha estado centrada en el diseño y la imagen, el cine y la fotografía. Ha participado en proyectos editoriales, exposiciones y eventos académicos que giran en torno al diseño (desde la crítica y teoría). Por último, está con nosotros Jean Marc Tauszik graduado de diseñador gráfico en el Instituto de Diseño de Caracas y dedicado actualmente a la práctica del psicoanálisis. Forma parte del Consejo de la *Revista Latinoamericana de Psicoanálisis* y de la *International Encyclopedia of Psychoanalysis*. Dirige el Proyecto sobre Pensamiento Psicoanalítico Latinoamericano.

Todos, por igual, vienen de un área que se caracteriza por ser reflexiva y teórica. Su acercamiento al diseño desde sus distintas perspectivas los vincula entrañablemente al libro y a la lectura. Para los tres, la relación con la lectura es una experiencia de vida fundamental. Con estas ideas y los profesores que dialogarán con nosotros surge una pregunta. ¿Por qué esta reflexión y este encuentro? Preguntamos sobre los destinos del libro y la lectura es un punto importante que debemos revisar. Los que estamos aquí nos asociamos al libro como diseñadores, editores, lectores, escritores, entre otros.

Si bien los libros tradicionales aún gozan de buena salud, tenemos que estar entrenados para explicar la simultaneidad de existencia que tienen los libros hoy en día. Se han transformado las maneras de escribir, de leer, de expresión, y debemos revisar cómo darle contenido a estas nuevas formas de lectura y a la expansión de dispositivos digitales. Pensamos en el libro como dispositivo y por esto, la tecnología ha transformado también los modos de escritura y lectura. Esta modificación le otorga mayor importancia a la experiencia, al punto de convertirse en el sentido. ¿Es posible hablar de transición entre el libro tradicional impreso y el libro pensado desde los espacios digitales? Teniendo en cuenta la idea de la lectura como experiencia o el libro objeto como experiencia, le pediré a Humberto Valdivieso que reflexione desde su experticia y trayectoria.

● **HUMBERTO VALDIVIESO.** Quiero introducir una noción importante que debemos tomar en cuenta: estar “desubicado”. Para explicarlo, me gustaría tomar las palabras de Jaime al decir que Elena y yo no somos diseñadores y estamos participando en un evento que habla desde el diseño. Toda la vida he sido un desubicado —en mi aproximación a la lectura, a la imagen, a la investigación—. Entre mis pares y amigos también lo estoy, y eso es interesante para pensar el



tema de la lectura. El lector en el siglo XXI, tema que nos corresponde hoy tratar, es un lector fundamentalmente desubicado. Y eso llama la atención. Lo es porque a diferencia de las personas que quieren mantener una disciplina en su estado puro, en una especie de estado protegido donde no haya ninguna contaminación, la lectura hoy en día tiende a la contaminación.

El lector es un ser desubicado en un mundo de lecturas contaminadas. Y esta afectación viene porque los bordes —algo que Elena puede tratar mejor que yo—, las fronteras, los espacios que delimitan han ido cediendo; se han ido haciendo transparentes o permeables. Y es muy difícil que podamos encontrar espacios donde nos sintamos seguros de la intoxicación. A pesar de que se tiende a querer buscar la pureza y el espacio único, eso ya no es posible.

Ya no hay espacios vacíos; el lector hoy está confrontado directamente con este asunto. La lectura ha transgredido su propio espacio y no por la voluntad del autor. Ha quedado invadida y afectada por las condiciones del mundo contemporáneo. Hay teorías que quizá nos ayuden a pensar en esto. Pero, más que un asunto teórico, es asunto de la disposición de los seres humanos con respecto a sus actividades, a su vida cotidiana. Esto me lleva a una idea de Roland Barthes: “La lectura es el lugar donde el cuerpo se transforma, donde el cuerpo se modifica, donde el cuerpo queda alterado”. En su momento esa fue una idea muy transgresora. Yo creo que también es parte de la transgresión contemporánea el cuerpo permanentemente modificado a través de la lectura. Uno de los paradigmas que hemos atravesado, cuando hablamos de lectura, es la idea de que la lectura está solamente en el libro. La lectura hoy es más bien una forma de explorar, de abordar cualquier tipo de espacio.

● **ELENA CARDONA.** Yo iba asintiendo casi a cada una de las palabras de Humberto. Empezando por la sensación de haber sido siempre una desubicada. Permanezco sin lugar. Siempre queda un poco la experiencia de divagar junto a la experiencia de permeabilidad. Esto quiere decir que no hay privilegio de una cosa sobre otra; no es decir que el referente es más importante que la ficción, es reconocer la intersección entre ambos. Ciertamente lo que he llegado a entender es que me interesan los bordes, la periferia, a diferencia del centro; al ser desdibujadas las fronteras todas las posibilidades están en movimiento, se convierte en algo franqueable que está sujeto a cambios. Dicho esto, debo mencionar que el leer el nombre de este encuentro *Los destinos del libro* genera en mí un choque, porque no creo en la idea de destino, ni de origen. Creo en el tránsito, el movimiento y la experiencia; entonces para mí esa sería la primera renuncia que debo anunciar.



ELENA CARDONA

El “ya no quedan espacios vacíos” es una frase que me resultó resonante. Debido a que pensaba en que así como me interesan los bordes, me atraen por la idea de límite –lo que desborda, fragmenta y contiene–, de recorridos que no hacemos linealmente pero que permiten el tránsito.

Asimismo, tendría que decir lo propio sobre el libro. No creo en ningún destino sobre el libro, y no creo que el libro sea el origen de nada. Pero sí considero que tenemos la necesidad de construir unos relatos acerca de ese origen y de esos destinos para tener un mínimo de sosiego. Siempre entendidos desde la alternativa de contar una historia, de crear un artificio. Esa necesidad de calma es parte de la incertidumbre de la que estaba hablando Humberto. El “ya no quedan espacios vacíos” es una frase que me resultó resonante. Debido a que pensaba en que así como me interesan los bordes, me atraen por la idea de límite –lo que desborda, fragmenta y contiene–, de recorridos que no hacemos linealmente pero que permiten el tránsito. Cuando menciono esta palabra siempre cito la idea de Martin Heidegger: “El límite es reconocer aquello donde algo comienza a subpresentarse”. Y eso es lo que más pesa, no como origen sino como manifestación, como el aparecer de algo. Y también puedo citar a Hans George Gadamer cuando habla sobre la experiencia como algo que ocurre en el cuerpo. Así aparece la narración de las vivencias en las diferentes lecturas de un libro, una fotografía. Por eso me interesa tanto la imagen.

La imagen como lectura y aparición de las cosas es manifestación de lo sensible y también de lo invisible. En todo caso, me interesa mucho este planteamiento desde la lectura; algo que ha sido por excelencia lo que define mi relación como lector. Leer no es solo la acción de leer un libro en el sentido de un dispositivo al que hemos llamado por ese nombre, sino que lo que define al ser humano contemporáneo es que está constantemente leyendo, transitando y siendo un migrante; condiciones que afirman la posición desubicada del lector del siglo XXI. La idea de que no podemos “no comunicarnos” la podemos llevar a que no podemos dejar de interpretar. No solo porque tengamos cosas que decir constantemente, sino porque la voluntad de decir va acompañada de la pulsión de interpretar. Queramos o no estamos siempre interpretando y siendo interpretados por otro. Somos sujetos agentes de la lectura y sujetos pacientes de la lectura de otros también constantemente. Ese itinerario de la lectura fue homologando hasta cierto punto la idea de experiencia.

Me permito enlazar con esa cita que manejó Humberto de Barthes, otra que recordé en ese preciso momento: “El libro es, la lectura es lo que hago a través del cuerpo y la experiencia es todo lo que surge en el cuerpo”. Entonces para mí, estamos al final cuerpo, libro y experiencia como una tríada indisoluble e irrenunciable. Esto porque antes del texto no existen, solo tienen su existencia a partir del texto y en el texto: le da un significado, un orden y los difumina en la experiencia de la lectura. Desde esta mirada, todos somos dispositivos de lectura. Me causa conmoción esa expresión de que “no hay espacios vacíos” porque parte de mi pulsión por el diseño tiene que ver con pensar otra vez la ficción no desde el pensamiento de la literatura, sino la ficción desde el diseño, e incluso como una forma de diseño de lo posible –que es redundante porque diseño es posibilidad–. Lo que la ficción tiene para construir también en el diseño es la idea de diseñar experiencias, de expandir los caminos, de revelarse frente al otro –quien a su vez tiene la necesidad y el deseo de leer–. Por esta razón, la noción de ficción es una de las cosas que más me interesa en ese campo. Ella implica que haya vacíos, silencios, huecos, zonas de



determinación que permitan la resonancia de la experiencia individual y colectiva desde la reelaboración.

Lo primero que pensé con “no hay lugares vacíos, no hay vacíos donde andar” fue un camino para pensar algo que a mí me angustia. Esto es el deseo exacerbado en la lectura, el libro, el cine y la fotografía. Siento que hay un reclamo y una urgencia; un deseo en los lectores, al menos en mi pequeño ámbito hay un deseo de realidad, de documentalismo, de registro, de no ficción que se les devuelve en ficción y goce. Pero me angustia saber que alguien necesite tanta realidad, que busque que sea “verdadera”. Eso me hizo pensar en que quizá la experiencia social, de intercambio concreto, de “realidad” –aunque a mí me cuesta tanto el término– y su comprensión histórica, social, más que lo matérico considerado real me hace pensar que vivimos una realidad demasiado saturada de información.

Las redes sociales, los libros que parecen estar todos demasiado llenos, te doy todo, busca un lector consumidor; una persona que explica el fenómeno de la experiencia y el fenómeno semiótico. Ciertamente hay un ámbito de la comunicación en la que los participantes se constituyen en consumidores puros de información, más bien devoradores. Hay una relación interesante y es el preguntarse sobre ¿qué pasa si estoy pensando en mi audiencia y no en la pulsión individual? Aunque sea única se da porque quiere hablarle a alguien, compartirlo y establecer un diálogo. ¿Cómo se construyen esos diálogos hoy en una realidad tan llena, sin espacios vacíos, en una experiencia que reclama realidad? ¿Qué cosa patológica está ocurriendo en la psique que no admite la ficción o la interpelación de la ficción? Porque la ficción necesita volver, lograr un pacto, una reubicación, ser parte de y reconocerse para devolverme en eso. Es una suerte de reinención que forma parte de las estrategias narrativas fundamentadas en el vaivén de ocultar y mostrar.

● **JEAN MARC TAUSZIK.** La respuesta a tu pregunta está implícita. Vamos a ver si se puede hacer algo explícitamente, explicitarla. Mi primera formación es diseñador gráfico y me siento de algún modo con-



JEAN MARC TAUSZIK

Tenemos una generación nostálgica apegada al libro objeto, sin capacidad para navegar en el mundo virtual. También está presente otra generación muy inmiscuida en el mundo virtual, pero no son usuarios del libro.

vocado a pensar sobre lo que es el acto de diseñar. En mi transición hacia el psicoanálisis pienso el acto analítico también como un acto de diseño. Junto a mis colegas, psiquiatras y psicólogos en su mayoría, soy el “hijo bastardo” por mi formación en diseño. Lo interesante es cómo el diseño me permite un marco de observación y de trabajo con lo que acontece en la mente, algo que es válido a la hora de investigar, de proponer.

Ahora, ¿desde dónde me siento convocado? ¿Como diseñador, como psicoanalista o como un lector que experimenta la lectura? Desde el psicoanálisis dirijo un proyecto sobre pensamiento psicoanalítico latinoamericano que me hizo viajar en 2008 a México, al Fondo de Cultura Económica. En el sitio planteé una publicación que por el número de colaboradores que estaban involucrados superaba las 10.000 páginas. La misma gente del FCE dijo, “esto es viable haciéndolo digital”. Me llevo una gran sorpresa, porque en aquel templo del libro impreso, la recomendación fue, precisamente, desmaterializar el objeto y apuntar un poco al espacio virtual.

En ese episodio que relato hubo un duelo. Creo profundamente que la experiencia del duelo es fundamental para permitir los desplazamientos del texto a un contexto distinto. A todos, de alguna manera, nos toca elaborar un duelo. Y en este sentido, estamos viviendo un momento muy interesante. Tenemos una generación nostálgica apegada al libro objeto, sin capacidad para navegar en el mundo virtual. También está presente otra generación muy inmiscuida en el mundo virtual, pero no son usuarios del libro. Estas posiciones —que las exagero—, independientemente del sustrato en el que se apuntala el texto, tienen en común el hecho de que el sujeto que interpreta está presente.

Hay diferentes versiones del hombre que dependen de las muchas teorías que tratan de asirlo, entre ellas el *homo sapiens*, el *homo ludens* y, en la contemporaneidad, el *homo videns*, que desarrolla su vida frente a la pantalla. Si somos sujetos que interpretamos, que ficcionamos en ese acto de interpretar, ese solo acto-intérprete es un aspecto que podría acompañar en algo la elaboración de este duelo necesario. Duelo que convoca también al diseñador; que no se limita a ser alguien que trabaja con los aspectos más formales y superficiales de la imagen, sino que propone, redimensionando, reestructurando no solo el producto final, en este caso un libro, sino todos los canales a través de los cuales se va a ir perfilando un esquema, un orden, una estructura, una contención.

La pregunta y la inquietud de Elena tienen que ver con algo que ella plantea como un reto. Elena lo hace vía Heidegger y Humberto vía Barthes. Yo agregaría un poema, casi un aforismo, de Rafael Cadenas que dice: “Sólo he conocido la libertad por instantes, cuando me volvía de repente cuerpo”. Esa experiencia del cuerpo es lo que siempre nos va a mantener en una búsqueda, evocando, enamorándonos, produciendo imágenes que mantengan en movimiento un proceso, aportando el componente afectivo que imprime profundidad a cualquier representación. La experiencia con mis pacientes me confronta con la necesidad de cuestionar la dicotomía entre cuerpo e imagen, desdibujando sus límites. Desde los postulados del primer Jacques Lacan, que toma de la lingüística el término *significante*, podemos hablar



de esa unidad mínima susceptible que pulsa al sujeto y, a partir de ahí, lo captura. Entonces, una imagen, una palabra, un gesto, una obra de arte son en sí mismos una invitación a la lectura, un *punctum* en el sentido de Barthes. No solo habría que pensar los destinos del libro, también tendríamos que pensar los destinos de la lectura y del lector.

Todo libro se sostiene en el acto, en el acto de leer. ¿Qué se lee? ¿Cómo se lee? Sabemos que opera una transformación importante en la subjetividad contemporánea. En una doble vía la subjetividad, en su mutación, posibilita la creación de la tecnología que conocemos y, a su vez, la tecnología afecta, modula, modela la subjetividad. El asunto de la subjetividad también le concierne al diseñador. Por ejemplo, la capacidad de comunicarse en tiempo real tiene varios elementos a considerar desde la perspectiva de la subjetividad. A la desubicación que propone Humberto le agregaría la noción de ubicuidad. Es decir, con esa desubicación se dan las condiciones para la emergencia de una multiplicidad de lugares desde donde podemos compartir una experiencia, encontrarnos.

● **ELENA CARDONA.** La experiencia de los posibles itinerarios, los principios funcionales de esos sistemas, como médico, Jean Marc, ¿cómo funcionan? Es difícil de explicarlo en términos de esa perspectiva. El tema del roce, la comunicación nos devuelve a los linderos del libro como objeto digital o material. En ambos se hace cuerpo la lectura a través de algo. Ahí, lo digital es un aspecto que tenemos que pensar; no es algo “no material”, sino que es de una materialidad distinta. Nos habla de espacializar y organizar la lectura. Estas son las condiciones mínimas de existencia de la materia.

Nos encontramos frente a la permeabilidad en las fronteras, en la liquidez de las fronteras por las que pasamos una y otra vez afectados y afectándonos. Hoy de la experiencia de lectura que pasa por pensar también esa condición, de entender que la versión digital del libro no es “no material”, sino otra temporalidad y otra espacialidad del cuerpo de la lectura. Por supuesto esto dinamiza otras prácticas y otro tiempo pero que implica el contacto de lo digital, lo *touch* como necesidad de traer el contacto. Y es así donde hay algo que es irrenunciable entre las dos experiencias que se encuentran íntimamente ligadas.



HUMBERTO VALDIVIESO

(...) se trata de traer cosas que ya no pegaban y ahora aparecen de nuevo en nuestra experiencia. Costumbres tan antiguas y valiosas como la relación de la imagen con la lectura. Algo natural en la Edad Media, en los *Libros Iluminados*. Hoy tenemos el libro electrónico con todas sus fantasías.

● **JEAN MARC TAUSZIK.** Es importante descentramos de nuestras categorías, de los referentes que tenemos y que marcan nuestros prejuicios. Aún vemos estos fenómenos con la carga negativa de cierto pensamiento postmoderno. Corresponde sopesar qué lugar ocupa hoy ese pesimismo extremo y qué puede ser entendido en términos más creativos. Por ejemplo, el término consumo, con su fuerte carga ideologizada, podría recuperar su polisemia y, a partir de allí, hacerse de otros cuerpos. ¿Cómo subvertir viejos esquemas para pensarse desde otros lugares, generando nuevas lecturas?

● **HUMBERTO VALDIVIESO.** Existe un proceso interior que se ha exteriorizado. Se ha exteriorizado como texto. Hay una idea muy hermosa que se plantea Julia Kristeva cuando habla de intertextualidad: “el lenguaje poético en sí mismo es inabarcable”. No es posible abarcar el lenguaje poético, es un universo que nuestra capacidad humana no puede tomar por completo. ¿Qué es lo que hacemos sobre ese lenguaje poético? Tomamos fragmentos y los convertimos en posibilidades de lectura. Hacemos selecciones que son interpretaciones y eso es lo que queda como obra: fragmentos de la totalidad del espacio poético. A partir de ahí podemos plantear el tema de la intertextualidad. Desde esa totalidad inabarcable, desde todo lo que está conectado y dialogando entre sí. Eso crea un problema al interior del texto. Sin embargo, debemos pensar que hay otros en los bordes de aquello que lo sostiene y lo activa: el libro y el leer.

No hay espacio vacío, porque lo textual se ha volcado a la experiencia exterior de la totalidad del cuerpo; y la totalidad de la vida, de la totalidad de la ciudad. Las oportunidades que existen hoy con respecto a la creatividad y a la lectura pasan por entender que si eso se volcó hacia afuera y no hay vacío, lo mejor que nosotros podemos hacer es pensar ¿cómo seleccionamos? ¿Cómo volvemos a conectar? ¿Qué conectamos de nuevo? ¿Qué nuevas relaciones elaboramos? En el marco de esas nuevas relaciones podemos ofrecer lecturas distintas. Así nos olvidamos de lo nuevo, de lo original. Lo que podemos decir de diferente es aquello que hemos vuelto a conectar en ese espacio de la totalidad que es mucho más grande que nosotros. Por tanto, no es solo un problema que ha migrado del texto, sino que es también exterior y es un asunto referido al cuerpo del libro y del lector.

Eso nos lleva al problema del libro y del lector. Es el asunto de los formatos: papel y digital. La totalidad del cuerpo inmersa en los nuevos formatos nos han puesto en una disposición distinta; Marshall McLuhan diría que tiene que ver con los efectos del medio. En este sentido, hay que conectar de nuevo, se trata de traer cosas que ya no pegaban y ahora aparecen de nuevo en nuestra experiencia. Costumbres tan antiguas y valiosas como la relación de la imagen con la lectura. Algo natural en la Edad Media, en los *Libros Iluminados*. Hoy tenemos el libro electrónico con todas sus fantasías, con la opción de meterle video, imágenes e hipervínculos. Un efecto que también puede afectar al libro en papel, darle un espacio y cuerpo distinto, una relación distinta: pensar en el libro en papel como un objeto extraño donde pueden hacerse nuevas conexiones. Esto llevaría a lectores distintos, a productores y editores distintos también que tendrían que prepararse para otra cosa.

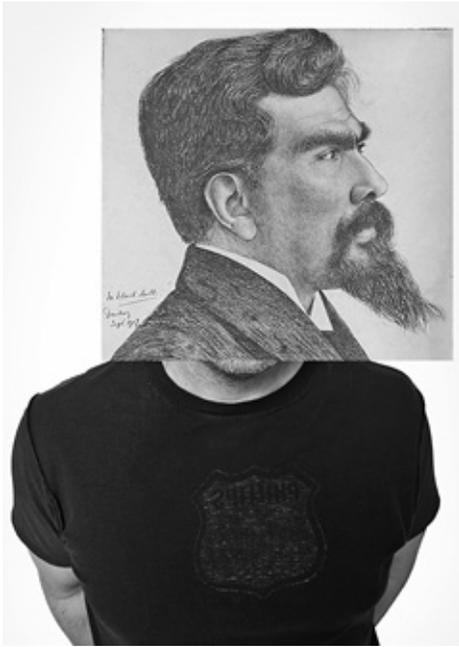
Cuando hablamos de consumidor, considero importante tomar en cuenta estos cambios. Yo me he preguntado como autor ¿quién está frente a uno? Encontré respuestas para este problema en Antonio Pasquali. Él dice que en nuestra era, donde hay tanta información en deuda con muchas cosas, solo recogemos fragmentos de lectura. Eso es lo que la gente consume: fragmentos de información, fragmentos de ideas. Es necesario afrontar esto pensando en el sujeto de la comunicación no como un consumidor, sino como un *prójimo*. Semejante disposición nos puede abrir escenarios distintos. Ese concepto de prójimo, que está en Pasquali, es absolutamente ético. Nos coloca ya no frente a un extraño o un objeto de venta sino a un *prójimo* capaz de conectar y reconectar con nosotros. Y esta es una idea avanzada que tiene peso en el mundo de hoy.

● **JEAN MARC TAUSZIK.** El lector, y el autor, aquel que cuenta. En ambos se da un proceso de remembranza. La remembranza no como el simple recuerdo de una anécdota, sino más bien como un estremecimiento, un acto del cuerpo, un movimiento que junta lo disperso. Y en el otro extremo de la remembranza, el desmembramiento. Dos experiencias que se hacen de la imaginaria del cuerpo, de sus *miembros*. Romperse, rasgarse y volverse a juntar en el acto de leer, de interpelar y ser interpelado, de contar. Lo poético, retomando a Kristeva, no lo veo como una cualidad del lenguaje, creo que el sujeto que interpreta, que lee, siempre poetiza, en el sentido de que todo texto, así sea el de un manual, es inabarcable, deja siempre algo de lo real por fuera. Toda lectura es siempre inacabada. Y hay que estar tranquilo con eso.

● **ELENA CARDONA.** Yo me pregunto, Jean Marc ¿cómo se puede estar tranquilos? Estamos llamando cuerpo al hacer sentir, en definitiva. Estamos uniendo lectura y cuerpo, la lectura del cuerpo; la experiencia es la que ocurre en el cuerpo, porque el cuerpo es el deseo de construir un sentido en el libro o en la analogía entera del libro que viene a ser la realidad. Todos los libros que leemos y cada cosa que hacemos tratan de reconstruir, de buscar un sentido, de tantear, de armar, desarmar y de encontrar el hilo de Ariadna. Artificio que, según la mitología, Ariadna enseñó a Teseo para que lograra salir del Laberinto de Creta tras vencer al Minotauro, y así volver hasta ella. Pero como ese hilo en la actualidad está fragmentado, robado o perdido, ya no lo encontramos. No podemos volver a lo que teníamos, al equilibrio del centro, de la unidad, del todo. Nos quedan los segmentos y el reto de volver a tejerlos, sabiendo que siempre son parte de una interpretación, indagación, ficción, experiencia.

● **JEAN MARC TAUSZIK.** Hablas de la construcción de un sentido, del aporte de un significado. Sentido también remite a lo sentido, a lo “vivenciado” en el cuerpo. También el sentido implica una dirección, como cuando decimos que vamos en un sentido. Cualquiera de estas acepciones puede ser un hilo de Ariadna en determinado momento.

● **ELENA CARDONA.** Considero que el orden también es importante aquí. Debe situarse en la construcción que surge en torno a él.



JAIME CRUZ

El objeto libro que tiene una anatomía que nos gusta por sus características, al pasar al otro territorio donde su cuerpo es transformado por la virtualidad, es desmembrado. Sus miembros desaparecen y el mundo digital intenta recrearlos.

El libro, en definitiva desde cualquier dispositivo del que hablemos, de algún modo es siempre el deo de dar sentido, que busca el lector por su cuenta. Esto nos coloca en una crisis y es la crisis del libro que podemos encontrarla también en la crisis de pensarnos. El solo hecho de creer que tenemos que pensar en el destino del libro nos indica que existe una crisis en torno a eso.

Compramos y buscamos libros impresos y digitales, somos seres activos de la lectura –lo cual siempre es extraordinario– porque buscamos pensarnos a través de otro. Miramos desde la percepción de aquel que también ha mirado. Por tanto, el problema no es si buscamos libros impresos o digitales, es ¿cómo estamos transformando la lectura? Aunque no todo el mundo está de acuerdo con Umberto Eco en los últimos años, él hace una afirmación un poco ingenua donde nos encontramos lo siguiente: “El libro es un artefacto tan perfecto que nunca desaparecerá”. Yo coincido en este sentido con Eco, porque todo libro produce en sí un tejido, un entramado, una conexión que no lo dejará pasar. Y eso es realmente lo que nos importa, ese entramado se da en las distintas posibilidades que reúnen la historia narrada, la mirada del lector y del escritor, y las distintas experiencias que nos brinda.

● **JAIME CRUZ.** Con todo lo que han comentado hasta ahora, quería aclarar una cosa para subrayarla. Una imagen con esa idea del desmembramiento para mí también podría ser la idea de nostalgia por el objeto libro. El objeto libro que tiene una anatomía que nos gusta por sus características, al pasar al otro territorio donde su cuerpo es transformado por la virtualidad, es desmembrado. Sus miembros desaparecen y el mundo digital intenta recrearlos. En esa transición, el libro electrónico trata de recuperar la idea de libro que tenemos desde su concepción tradicional. El libro aparece como recuperación del objeto, pero ¿cuánto durará esa doble existencia que vive al mismo tiempo en sus dos formas de materia: la electrónica y la tradicional?

● **JEAN MARC TAUSZIK.** Imagino al Walter Benjamin de *Desem-balo mi biblioteca* contemplando esta transición. Ciertamente, es un choque, lo previamente conocido corre el peligro de desmoronarse. ¿Hablamos de los destinos del libro o del libro como destino? Forzando un poco la referencia de Elena a Umberto Eco, siempre habrá algo que metafóricamente se ofrezca como un libro, se deje experimentar y escudriñar. Lo cierto es que los espacios en los que vivimos se reducen, el ocio y las concepciones del tiempo se alteran y eso no es sin consecuencias para el libro como artefacto.

● **ELENA CARDONA.** Quiero retomar en este momento la idea de Jaime sobre la concepción romántica y nostálgica para relacionarla a la pérdida del aura, ¿qué implicaría esto para el libro? En este caso tendría que partir de mi experiencia más académica. Estuve un tiempo leyendo el ensayo de Walter Benjamin sobre *La obra de arte en la era de su reproductibilidad técnica* con mis alumnos. Este texto en particular se ha convertido en el archi texto de mis estudiantes de literatura, de fotografía y de diseño. Hay un momento en el que lo he leído de tantos modos que no sé qué va a ocurrir después, aunque conozco el texto y siempre sus palabras son las mismas, la experiencia y su recorrido es lo que varía y eso lo hace interesante. Me resulta curioso que para los estudiantes de literatura de la Escuela de Letras, siempre existan las preguntas: ¿Por qué estamos leyendo esto? ¿Por qué de tantos otros textos interesantes de Benjamin, por qué no estamos leyendo *Poder y capitalismo*? ¿Por qué no leemos los textos de Benjamin sobre Charles Baudelaire? ¿Por qué leemos esto que casi no habla de literatura?

Para ellos, era una aproximación primaria que hace otros usos diferente a los literarios. Decían que “esto no afecta la literatura, en la literatura no se pierde el aura”. Esos eran los planteamientos que tenían hasta que empezamos a leerlo en el contexto. Cuando empecé la lectura con ellos no era un problema el tema del libro digital. En ese referente, cuando tienen la posibilidad de que los libros que leen sean en digital –cosa que suelen detestar–, ¿cómo los coloca a ellos este artículo en crisis frente a la idea del aura hoy? Los lleva a estar en crisis con su propia tradición romántica que revela, además, la condición evidentemente *romántica* de todo estudiante de Letras; al menos durante el tiempo de su formación. Tienen la idea de que el libro es sagrado, de que la literatura es sagrada; una especie de elevación espiritual que va acompañado con el solo acto de leer. El otro punto era, habituar en ellos la lectura de bibliografías cada vez que veíamos un seminario. El “podemos fotografiar esta parte porque no se consigue el libro impreso”. En algún momento estaba el “¿entonces por qué mandan este libro si no lo podemos conseguir?”. Suele haber la dualidad de “es que no me gusta leer en digital”. Cuento esto unido a la frase de Jaime de la dualidad que está actuando y me pregunto por una parte si, ¿creemos que va a haber una sustitución?

Yo en estos momentos de mi vida no lo creo. Pero, no podemos decir algo tajante sobre esto aunque no creo que uno vaya a sustituir al otro. Y tampoco que vaya a revivir por mucho tiempo esta concepción de que el libro digital imite al libro tradicional impreso. Porque es coherente con los tiempos que vivimos esta imitación. Vivimos en tiempos de acumulación en todos los ambientes de la experiencia y la literatura y en este sentido, además de que es propio de este momento, hay una recuperación del medio anterior, para decirlo en términos más teóricos desde Marshall McLuhan. Hay una recuperación de una tecnología anterior. Que en este caso no es anterior porque haya desaparecido, sino porque evidentemente se requiere de unos códigos conocidos donde digamos que aunque esto no sea impreso sigue siendo un libro. El libro en sí mismo lo entendemos con una función simbólica en la vida humana. Entonces, este lugar y los supuestos van reapareciendo.



HUMBERTO VALDIVIESO

El problema del autor-productor es ser visto.

Vargas Llosa habla en la *Civilización del Espectáculo* de cómo el productor se ha convertido en una suerte de payaso haciendo maromas para ser visto.

Necesita estar en escena para que las audiencias lo puedan cazar. Hay demasiada información.

● **JAIME CRUZ.** Tus palabras me hicieron recordar la valiosa cita de Alessandro Baricco que dice que en ese libro se trataba de entender cómo las nuevas generaciones se conectan con la cultura y con diferentes territorios de la cultura. Los libros tradicionales o las personas que los leen de forma tradicional —como los estudiantes de Letras— leen los libros sobre otros libros. La información o la interrupción para leer los libros está en ellos mismos.

Él dice que lo que tenemos que entender es que las nuevas generaciones leen los libros de otros lados. Lo hacen desde el cine, leen los libros de la televisión, desde Internet y las reglas para leer los libros y comprenderlos está en otros territorios que no son libros. Eso se conecta con la idea de que las fronteras cambian y que quizá si esa secuencia libro solo lo leemos de los libros podemos explicarlo desde la modificación, intoxicación, contaminación de otros territorios en un ambiente que se contagia muy rápidamente. Libros que están en otro territorio o ambiente van mutando y se conectan con la televisión, con las imágenes.

● **HUMBERTO VALDIVIESO.** Hay veces en las que el problema está más en el lector que en el libro. A mí me interesa el problema del lector. Por ejemplo, las distintas experiencias referidas a la lectura hoy. Por más que conservemos ese romanticismo del papel —que yo también lo he vivido— uno lee en una *tablet* una novela de Mario Vargas Llosa y sigue siendo Mario Vargas Llosa. No es problema del autor, él no cambia. Tampoco la historia. Las obras no saben distinto, saben igual.

El asunto es el lector, la disposición del lector. Algo muy importante que se ha tratado acá es la relación entre el lector que puede conectar otra vez, que está pidiendo eso, recolectar y el lector procesador. Este último afecta el dilema del lector consumidor, es decir, es gente a la que le preocupa todo. Es incapaz de reconectar porque solo procesa información. Y esa información no le crea ningún imaginario, no le produce nuevas relaciones, no es capaz de tener una perspectiva crítica frente a lo que está leyendo. Si esa es su disposición frente a la lectura, va a procesar igual en una *tablet* o en un libro de papel, no hay una diferencia.

Hay algo que mencionaba Elena: el hilo de Ariadna. Esto lo trata Michel Foucault. Él explica que la diferencia entre un tipo de “creatividad Ariadna” y un tipo de “creatividad Minotauro” radica en que el primero tiene un hilo capaz de conectar el adentro y el afuera. El Minotauro rompe con el afuera, es el encierro. Él es, a la vez, el laberinto y el modelo que lo hizo posible. Dentro de ese modelo es un procesador que engulle todo.

El asunto del lector es importantísimo porque estos tiempos están pidiendo más que otro tipo de libro, otro tipo de lector, de relaciones, de acercamiento. Ahí pienso otra vez en la desubicación y en Pasquali que estuvo en la UCAB hace unos meses y lanzó una bomba que disparó una polémica tremenda. A Pasquali, quien tiene 85 años, le preguntaron sobre las Escuelas de Comunicación Social. Él dijo “yo lo que puedo decir sobre todas las Escuelas de Comunicación de América Latina es que les pondría una bomba y las explotaría”. Literalmente explicó que acabaría con todas ellas porque no hay una sola Escuela que sirva, todas son del modelo de Chicago de los años cincuenta y

eso ya no responde a nuestro contexto, hay que repensarlo. Estaba apuntando a que necesitamos otro tipo de lector y de productor.

Ha cambiado el consumo también; antes desde los medios —incluyendo al libro— se cazaban a las audiencias. Las audiencias estaban ahí y los medios salían de cacería. Había mucho ego en los autores, en los medios. Los productores salían a cazar las pasivas audiencias que estaban pastando en un inmenso campo. Eso ha cambiado tanto que ahora son las audiencias quienes salen a cazar. Los lobos son otros, hay nuevos lobos. El problema del autor-productor es ser visto. Vargas Llosa habla en la *Civilización del Espectáculo* de cómo el productor se ha convertido en una suerte de payaso haciendo maromas para ser visto. Necesita estar en escena para que las audiencias lo puedan cazar. Hay demasiada información. Entonces es un problema que pide otro tipo de lector, un lector que pueda liberarse. Un hilo de Ariadna, que ya no es el de Foucault, sino el que describe Elena: un hilo deshilachado. Es interesante porque ya no es A-B sino que implica una multiplicidad grandísima.

● **ELENA CARDONA.** Puro entre medio y entre medio pero no hay una cuerda. Cuando tenemos fragmentos, miradas, percepciones que no son únicas, no podemos hablar de cuerdas. Toda cuerda tiene un inicio y un final, una secuencia que hoy en día no podemos encontrar. Pero esto no es lo realmente importante, lo que debemos mirar es la experiencia que tenemos unida a la posibilidad de lectura que se nos ofrece del mundo.

● **JEAN MARC TAUSZIK.** El paradigma de libro con el que nos hemos movido hoy parece ser el texto literario, ¿y qué de los manuales técnicos, de la literatura infantil, del cómic? Y previo al libro que conocemos, existieron otras formas de comunicar otros dispositivos, otras organizaciones sociales que condicionaban distintos modos de transmisión.

Me viene a la mente aquel diálogo entre Vargas Llosa y Lipovetsky, por la publicación del ensayo del primero sobre la sociedad del espectáculo, en el que la libertad estaba del lado de la alta cultura para uno y del lado de la cultura de masas para el otro. Ambos vértices implican una lectura consistente en las que cada quien se implicaba a partir de sus referentes culturales, carencias, conflictos, etcétera. El texto siempre expresa al sujeto ante su circunstancia.

● **ELENA CARDONA.** Hay un diálogo que moviliza estas cosas que mencionas, Jean Marc. Ciertamente, el asunto a pensar es el lector porque además creo que debemos puntualizar unas coordenadas mínimas de la historia de esa relación con el libro. Tenemos que ver que nuestra forma de entender, pensar, imaginar, de hacernos más en él está marcada por el libro. Asimismo, se encuentra marcada por la verbalidad de forma mucho más acentuada a partir de lo emergente o de la posibilidad de su concreción. Es decir, que no solo por la intención del alfabeto, sino que el que se hubiera comercializado la imprenta de tipo móvil, el que se hubiese dado la reproducción masiva del libro hace que se haya instaurado durante siglos una cultura singular que tiene como objeto, concreción, un libro que convierte en objeto a la



JEAN MARC TAUSZIK

Lanzo entonces una pregunta a tu comentario: ¿El diseñador va a hacer un libro? Quiero decir, ¿va a diseñar un libro? O ¿va a diseñar una experiencia a través del libro o el dispositivo?

propia escritura. Eso marcó y configuró otra manera de ver. Nos lleva a pensar y entender desde el sentir. La transformación de ese objeto incide por supuesto en nuestro modo de ver, pensar y sentir.

En ese sentido, me parece que un libro sustantivo para pensar es Baricco. Quien curiosamente nos otorga claves para pensar al lector de hoy, los movimientos del libro y la lectura en esta relación, la mirada. Algo que expone como interrogante para el lector; de manera esencial Baricco, es la sensibilidad. Allí hay un borde como todo, riesgoso, que puede ser extraordinario en el sentido creativo del que hemos estado hablando. O puede ser el desaguadero de toda mediocridad.

Un texto importante que conecta con la sociedad del espectáculo es el de Francisco Jarauta. En el 2010 vi una entrevista donde él propone leer la ciudad como texto. Lo que une la experiencia a las coordenadas del libro y la autoría con el lector. En esa entrevista también habla sobre los tiempos que vivimos y dice que hoy la estética ha de ser una ética. ¿Qué relación hay ahí entre forma, significante y sentido? Para mí, esta afirmación de la estética es, o ha de ser, una ética o la ética ha de ser una estética que supere y trascienda cualquier tradición nostálgica, moralista en el sentido de todo lo que ha o no de ser; busca superar lo bueno/malo en torno a esa posibilidad de ser libro y asume una apuesta de entender cuál es esa estética del libro digital.

● **JEAN MARC TAUSZIK.** Lanzo entonces una pregunta a tu comentario: ¿El diseñador va a hacer un libro? Quiero decir, ¿va a diseñar un libro? O ¿va a diseñar una experiencia a través del libro o el dispositivo?

● **ELENA CARDONA.** Para mí, diseñar algo siempre va a ser una experiencia, porque todos somos lectores. Hablamos sobre esto en torno de la lectura sabiendo que hay muchas formas de lectura. Hemos hablado de autores bastante establecidos y en ese sentido el gran hallazgo es que todos han tenido pensamientos que incluso hoy podemos aplicar: Pasquali, yo podría decir que tiene pensamiento de diseñador que siempre está en la anticipación. Siempre habla desde esa anticipación. Probablemente los demás que hemos citado tienen esa misma visión.

De algún modo las preguntas que estamos haciendo ellos ya las habían pensado, activado potencialmente en ese momento. Las preguntas o formas en que leemos tienen que ver con eso. Yo lo conecto también con el deseo y la necesidad urgente de mediar con el tipo de realidad que nos mediatiza. La efervescencia de esa realidad. Parte de lo que vemos es la lectura ficcional con cruces, donde hay lectores que se mueven en un adentro y afuera, en una indeterminación que caracterizan los ámbitos y territorios de los que hablamos. Asimismo la estética que entra en los pactos de lectura donde leo como ficción la realidad o leo como si no existiera la ficción. Hay unas exigencias en términos de las expectativas del lector de que funcione, y el imaginario cultural está lleno de eso. Vivimos en la dualidad de los textos, libros tradicionales y de realidad.

● **JAIME CRUZ.** Eso que planteas es leer un poco el comportamiento de la gente más joven. Quería tomar esa idea y conectarla

con la bomba de Pasquali en las Escuelas de Comunicación Social. La sensación que me queda es que necesitamos una escuela que tiene que experimentar mucho.

Que empiece desde el diseño y estructura a experimentar en un terreno que está todavía desierto pero abierto a que pasen cosas nuevas entre nostalgia y nuevos territorios. Enfocado en hacer que los jóvenes y estudiantes experimenten conscientemente. Jóvenes que asocian como los adultos la existencia de una narratividad a partir de subjetividades. ¿Cómo reformular el que estamos trabajando con jóvenes?

● **JEAN MARC TAUSZIK.** Los jóvenes tienen vocación instituyente, está en su esencia. A ellos debemos que Twitter devenga un nuevo género literario, que lo epistolar esté más presente que nunca gracias a Internet, que el periódico siga siendo un periódico aunque sea electrónico. Y sí, la narratividad es fundamental, donde hay narrador hay sujeto, hay ficción e implicación.

● **HUMBERTO VALDIVIESO.** Se refiere más bien a colocar sobre el espacio un componente seductor. Seducir para tentar al lector, al creador. Tal vez el asunto no es buscar lo nuevo, sino entender una vez más que elaborar algo, "acto creativo", es una operación cultural. No es procesar, sino entender que tenemos conexiones múltiples, que debemos estar dispuestos a transformarnos en el proceso y a desdibujarnos para cambiar. Una operación cultural siempre es considerada un riesgo, y debemos asumirlo.

Les cuento una experiencia que tuvimos hace poco, tiene que ver con el ámbito literario. Un grupo de escritores venezolanos fuimos invitados por la Universidad de Iowa a participar en un experimento global diseñado por la carrera de escritura creativa. Querían hacer una conexión entre autores de Caracas y Sarajevo para elaborar una publicación. El proceso de escritura ahí fue una operación cultural. Mandamos los textos, intercambiamos entre los autores de Sarajevo y Caracas. Se tradujeron los textos al inglés y los leímos. Esto transformó los textos. Había que comentarlos, hacer observaciones, criticar y generar ideas. Los trabajamos de nuevo, los pensamos en los tres idiomas y los transformamos. Esa interacción dejó una experiencia tremenda de colaboración intercultural. Ahí nadie podía decir "yo fui un autor puro porque propuse...", todo el mundo se desdibujó en el proceso.

En ese riesgo maravilloso de la operación cultural las escuelas tienen que comenzar a pensar. Yo soy pesimista en este sentido. Hacia donde veo —aunque soy optimista en casos como ProDiseño y por eso estamos dialogando— las universidades están caminando hacia la funcionalidad: mientras "menos operación cultural haya, mejor". Eso nos conduce a la improductividad, la ausencia de investigación y creatividad. Creo que todas las universidades están metidas en esa perspectiva: un sistema que produce gente funcional. Debemos decir: "No necesitamos más gente funcional, queremos operadores culturales capaces de transformar". Eso cambiaría la relación con la lectura y cambiarían muchas otras cosas.



HUMBERTO VALDIVIESO

Creo que todas las universidades están metidas en esa perspectiva: un sistema que produce gente funcional. Debemos decir: “No necesitamos más gente funcional, queremos operadores culturales capaces de transformar”. Eso cambiaría la relación con la lectura y cambiarían muchas otras cosas.

● **ELENA CARDONA.** Ese riesgo del que está hablando Humberto, tiene que ver con esto. Primero preguntarse ¿a qué es lo que estamos llamando libro? Más allá de anatomía o de aquello que hemos llamado libro como el dispositivo dispuesto para el acto de la lectura. No es una anatomía específica. En ese sentido hay que tomar el riesgo de descolocar. Hemos comenzado con la idea de que somos unos desubicados y bastardos. Creo que hay que hacerle sentir a esos otros, al lector, al escritor, el hacerlos desubicados y moverlos a la experiencia ficcional. Y de todas las experiencias ficcionales, a la poética. La poesía para ámbitos no necesariamente poéticos con el extrañamiento de la experiencia, eso es necesario, el desautomatizarnos de esa experiencia en el lector, el estudiante, el entorno, el escritor. Segmentarlos hasta encontrar el grado de eculización de ese extrañamiento.

Ahí creo en otra estrategia poética. Tenemos que hacer la relación entre ese ámbito académico referido por Humberto y el territorio de la lectura, lectores de los libros. Hay que escaparse de la posibilidad de toda la estandarización y de todo tema llevado a lo *universal* como modelo. Es a lo que menos debemos aspirar, de eso debemos escapar nosotros, el libro, el escritor y los procesos de lectura. No hay un modelo único, correcto, verdadero. Por eso, me voy por estrategias poéticas independientemente de que el libro sea poesía o no. Poesía entendida como forma involutiva del lenguaje. Cuando yo leí eso por primera vez, me parecía como la bomba de Pasquali. Nunca he estado cercana a la idea de evolución, le tengo resistencia al término. O el que evoluciona es aquel que sabe adaptarse a las necesidades del entorno, del exterior; que sabe cambiarse por el exterior.

Hemos tenido muchas evoluciones y creo que a lo que se refiere el poema es a que cuando lo poético, el lenguaje, la poesía es una especie involutiva es que en lugar de adaptarse se vuelve cada vez más extraña y requiere para seguir existiendo extrañificarse. Eso me parece extraordinario, porque pareciera que hace un llamado al individualismo y es más bien de resistencia. No se trata de negar o no entender al exterior; sino aprender a diferenciamos. Esa es la manera de seguir existiendo y de transformar el entorno porque implica no adaptarse al entorno preexistente, sino diferenciarse siempre.

● **HUMBERTO VALDIVIESO.** Hay una experiencia interesante que quería compartir. Hablar de algo contemporáneo con respecto a la lectura, de otro tipo de lectura a la cual hoy nos enfrentamos. Yo soy un lector atípico, un lector académico; la mayoría de mis lecturas son teóricas. Pero me encanta leer la teoría como ficción. En literatura hay autores a los que vuelvo obsesivamente, pero no soy lector de novedades. También me da fastidio leer muchas novelas. El mínimo tiempo que me queda luego de leer libros de teoría se debate entre leer una novela o ver una película; prefiero la película. Ahora, me encanta el *videogame*. Y he encontrado ahí un mundo extraordinario. He descubierto en ellos una perspectiva distinta de la lectura. Hay títulos como *Skyrim*, *Deus Ex*, o *Dishonored* que son muy interesantes.

Resulta que en *Skyrim*, además de la lectura activa que hace uno como jugador, hay libros y bibliotecas por todos lados. Se trata de una especie de mundo ficcional con lecturas de todo tipo: literatura, historia, gastronomía, etcétera. De hecho, en algún momento uno entra en

la dimensión de un demonio del conocimiento. Esto es posible porque los libros son portales. Uno los abre y lee, los abre y te llevan a dimensiones alternativas, los abre y encuentras soluciones prácticas para seguir adelante. Pasa algo similar con *Deus Ex*, ahí encontramos libros electrónicos en tabletas. El avatar prende la *tablet* y empieza a leer. En los *videogames* estamos en el ámbito de otro tipo de experiencia. Los jugadores son gente que está explorando, que inventan y piensan en algo distinto. Si las grandes casas productoras solo quisieran consumo se quedarían anclados a la emoción de la acción. Pero no, ellos proponen lecturas dentro de lecturas. Esto da cuenta de que la gente está haciéndose otras preguntas.

● **JEAN MARC TAUSZIK.** Me gustaría compartir una experiencia que compartí con Humberto en unas jornadas de psicoanálisis de la Sociedad Psicoanalítica de Caracas. Las jornadas trataron sobre psicoanálisis y mundo virtual. Me pregunté sobre la posibilidad y los efectos de un acto analítico en una plataforma como *Second Life*, en donde habitan millones de avatares. En esa pregunta la teoría psicoanalítica revela su carácter ficcional, cuestionando algunos de sus conceptos operativos más importantes, exigido de repensarse.

● **ELENA CARDONA.** Seguimos en eso, en lecturas. Esa ficcionalización de la identidad es extraordinaria. Es una práctica de lectura siempre distinta, que se reinventa y reconstruye en todo momento. Toda lectura arma y desarma –codifica y descodifica–, revela gestos, desplazamientos, busca sentidos y significados para vivir distintas experiencias, interactuar.

● **JAIME CRUZ.** Destinos del libro, “el destino es la ficción” es lo que ustedes están diciendo o proponiendo con estas intervenciones. ¿Alguna idea, autor o frase breve para cerrar este conversatorio?

HUMBERTO VALDIVIESO. Friedrich Nietzsche escribió: “La realidad a la postre se convierte en fábula”.

ELENA CARDONA. Yo tengo una de Donna Haraway: “La frontera, el borde entre la ficción y la realidad, es una construcción discursiva”.

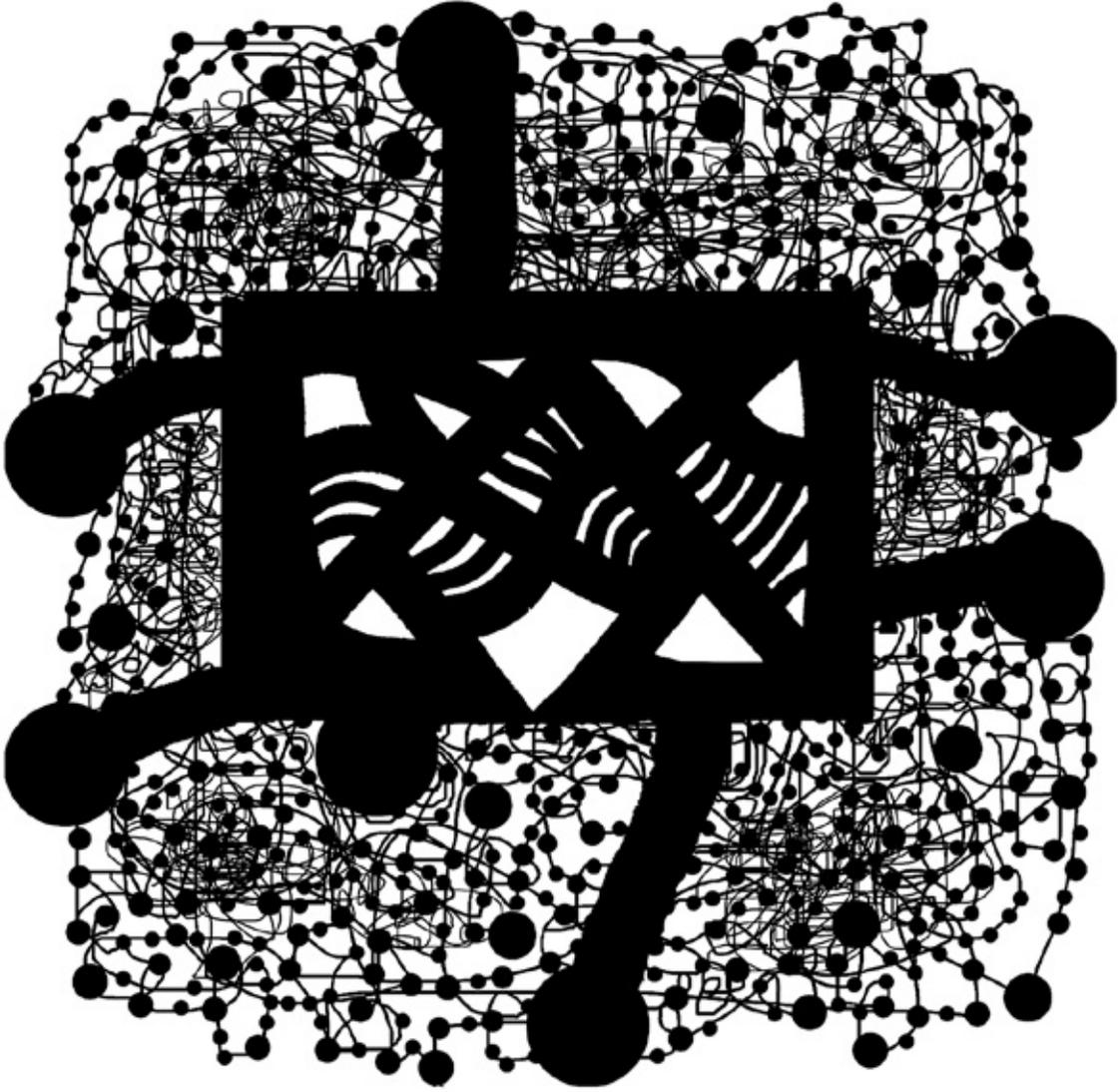
JEAN MARC TAUSZIK. De Platón: “Lo maravilloso no siempre corresponde a la verdad, pero, a veces, se aproxima mucho a ella”.

MARIELA MATOS

Licenciada en Comunicación Social por la UCAB. Licenciada en Letras por la misma universidad. Investigadora del Centro de Formación en Investigación Humanística (CIFH). Candidata a Magister en Filosofía.

HUMBERTO VALDIVIESO

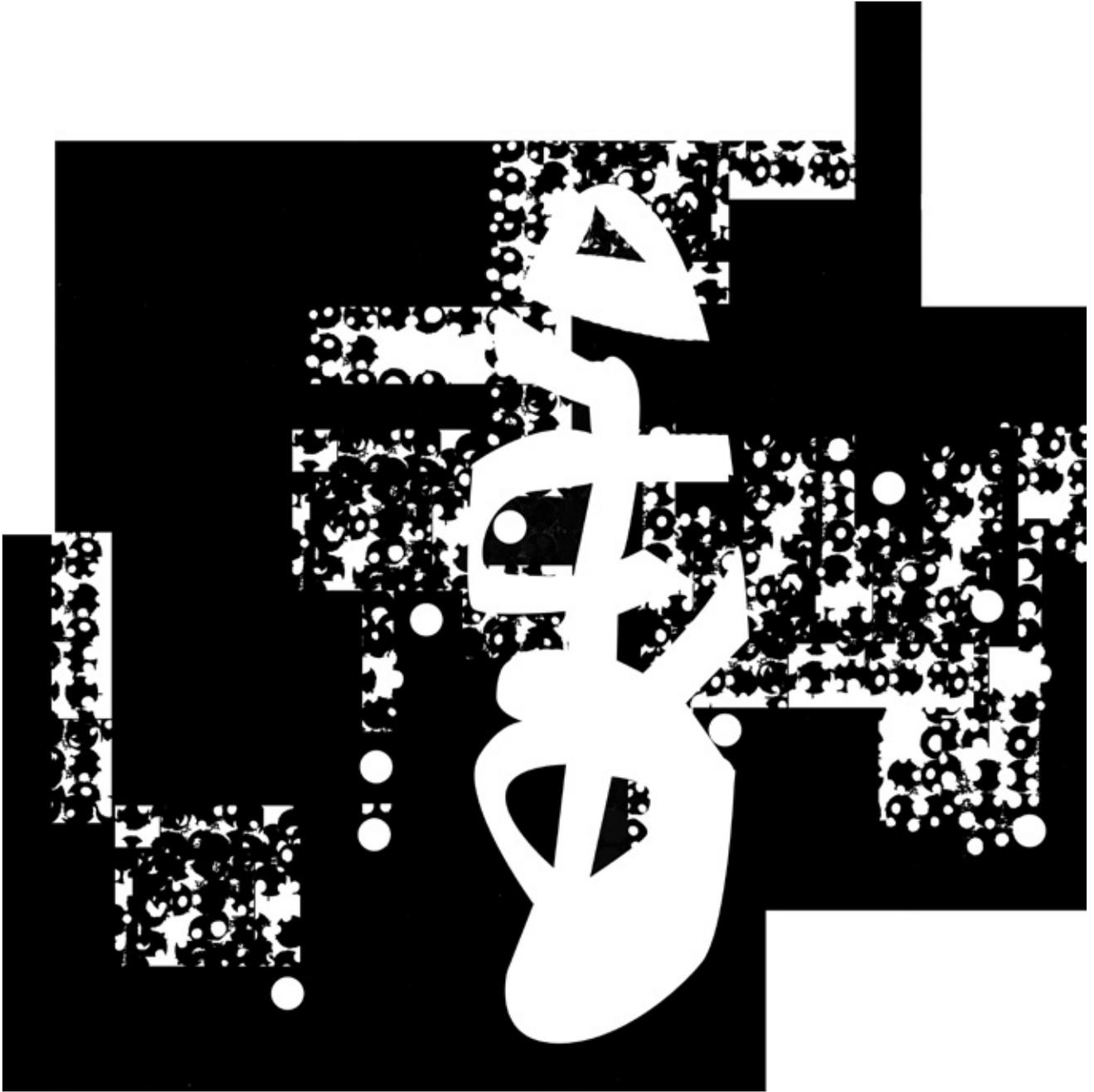
Profesor e investigador CIFH-UCAB. Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación*.



GALERÍA DE PAPEL. Víctor Hugo Irazábal (2015)

CAMBIOS PROFESIONALES

40
años



GALERÍA DE PAPEL. Víctor Hugo Irazábal (2015)

El impacto de los nuevos modos de producción en el campo de la Comunicación Social

CONVERGENCIA Y NICHOS PROFESIONALES EMERGENTES

Los cambios sociotécnicos en el modo de producción social de la información en las sociedades del conocimiento afectan incluso más profundamente que a otros campos al sector tradicional de las comunicaciones, que en pleno siglo XX se consideraban modernas. (Invecom: *Cambios en el modo de producción social de la información en las Sociedades del Conocimiento*. Aguirre 2015). Pocas áreas se han visto tan radicalmente removidas en su concepción y funcionamiento por una acumulación progresiva y convergente de múltiples innovaciones tecno-sociales, que han hecho estallar los anteriores modelos de negocio de las industrias culturales.

I. El modelo de negocio y los valores intangibles

Uno de los debates actuales sobre la economía digital se ha centrado en la rentabilidad de los nuevos medios digitales a partir del derrumbe de los diarios impresos y de las publicaciones periódicas en papel. Una vez más algún experto como Philip Mayer pronostica que el último periódico de papel se imprimirá el año 2043 y otra como Arianna Huffington considera que el modelo híbrido sobrevivirá, aunque los modelos de financiamiento varíen.

Investigaciones estadounidenses de la empresa Pew Research comprobaron que de cada diez dólares que perdieron los periódicos, solo recuperaron uno en anuncios digitales. El reacomodo es más lento de lo previsto por algunos gurús. Las entrevistas realizadas a más de sesenta expertos tanto del área comunicacional (John Huley, Martin Nisenholtz, Paul Sagan...) como de las redes (Steve Case, Tim Berners-Lee, Nicholas Negroponte...), muestran que el debate sobre el pago de las ediciones continúa –*Financial Times* es uno de los pocos medios que rentabiliza su versión *on line*–, y que persisten incluso visiones opuestas sobre lo que tiene que ser el negocio de la información (Huley y otros, 2014).¹

Hay que considerar, además, que el periodismo no es el nicho principal de la nueva economía digital y de los nuevos modelos de negocio, que han ido encontrando las formas de valorización de los productos.

Las nuevas integraciones de empresas logran una rentabilidad que posibilita incluso editar diarios y periódicos gratuitos. La compra de

En el marco de las transformaciones del modo de producción social de la información, dinamizadas por la sobreinformación, la hipercomplejización, la sobrevigilancia y la rapidización, se describen los impactos en el campo de las anteriores industrias culturales y en el ejercicio de los comunicadores.

On the framework of transformations on the social production mode of information, dynamic because of overinformation, the hipercomplexity, surveillance and the streamlining, describe the impacts on the field of prior cultural industries and on the exercise of communicators.

Dedicado a Tiziana, Pedro e Yraida*

● JESÚS MARÍA AGUIRRE

*Tiziana Polesel, directora de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello; Pedro Navarro, coordinador académico e Yraida Sánchez, coordinadora de la Reforma Curricular de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.

Washington Post por Amazon no es sino un ejemplo de los múltiples caminos que aún puede recorrer el periodismo impreso o digital, aunque con el riesgo de convertirse en el brazo de un conglomerado financiero y mercantil (cuadro 1).

Pero si bien los modelos de negocios conexos o afines con los tradicionales medios se van perfilando en el nuevo entorno, el surgimiento y la expansión de redes sociales y "social media" ha supuesto otro sismo que ha introducido nuevas incertidumbres en la valoración de los productos y servicios.

"El retorno de la inversión en redes sociales, –comenta el experto Manuel Moreno– no puede calcularse con la clásica fórmula matemática que se enseña en facultades y escuelas de negocios: [(beneficio-inversión)/inversión x 110], ya que en las redes sociales la inversión serían el tiempo y los recursos humanos dedicados a la gestión de los perfiles" (Moreno, 2014: 229). Resulta todavía muy difícil otorgar un valor numérico al beneficio que constituyen las relaciones con las comunidades y clubes de usuarios o la relevancia de una marca en Internet.

2. La morfología portátil-móvil e interactiva

La comunicación móvil ha sido otra de las transformaciones de mucho mayor calado incluso que el de las radios transistorizadas en el pasado, cuando los aparatos se miniaturizaron y la recepción se independizó de una localización fija.

Añádase a ello las posibilidades aún no explotadas al máximo de la interactividad entre emisores múltiples y usuarios en red (gráfico 1).

La enorme variedad de funciones, desde las transacciones comerciales y bancarias hasta las de interacción social, puede clasificarse con distintos criterios de acuerdo a las características morfológicas de las redes, a los tipos de servicios y a los usos predominantemente comunicativos. Desde la perspectiva de la integración social cabe esta tipología al uso, aún poco refinada (cuadro 2 y gráfico 2).

En esta carrera de aplicaciones, en las que algunos expertos como Cavazza anuncian un sobrecalentamiento por exceso de ofertas, las tendencias de corto plazo, según datos suministrados por la Gartner Symposium, apuntan hacia la atención de los usuarios móviles en diversos contextos, la expansión del Internet de las cosas, la impresión en 3D, arquitectura cloud/cliente y sistemas de seguridad (Ticbeat, 2015). Por lo que respecta a Venezuela, aunque las expectativas quedan reducidas por el retraso habitual, es previsible la ola del consumo de datos (Alvarado, 2015).

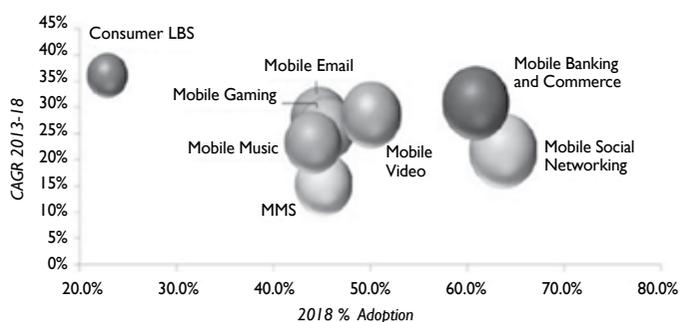
Por lo demás, queda aún mucho por hacer en la implementación y uso generalizado de la web.02 en las empresas (Gómez y Otero, 2011) y en la educación (De Haro, 2011), cuando ya no se da un esfuerzo sostenido de inversión en medio de una profunda crisis económica.

CUADRO 1
FORMAS DE VALORIZACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

MODELOS DE NEGOCIO CLÁSICOS Y EMERGENTES
Gestión de derechos edición discontinua (e-book, cd, dvd)
Gestión de derechos edición continua (diario o revista digital)
Gestión de derechos de emisión continua (radio y televisión)
Emisión-recepción por pago (abono mensual o pay per view)
Gestión de fondos de información (bases de datos, consultas)
Servicios comunicativos (edición informática y on demand)

Fuente: adaptado de Azpillaga, 1998.

GRÁFICO 1
PROGNÓSTICO DE LA ADOPCIÓN DE LOS SERVICIOS MÓVILES



Fuente: Cisco VNI Service Adoption Forecast, 2013-2018
Note: By 2018, the global consumer mobile population will be 4.8 billion

CUADRO 2
TIPOLOGÍA DE SOCIAL MEDIA/MEDIOS SOCIALES

FUNCIÓN PREDOMINANTE	EMPRESAS DE SERVICIOS
Plataformas de integración	Face-book, Buzznot, Babo
De expresión (publicación, discusión y agregación)	Twitter, Blog, (agregadores)
De networking (contactos)	Search, Viadeo, Mylife
De contenido (temático)	Youtube, Vimeo, Scribd
De participación (productos, emplazamientos)	Share, Lybrary, Addresses
De video juegos (convenidos, casuales)	Zynga, Gala, Gunz

GRÁFICO 2
CLASIFICACIÓN PROPUESTA POR FRED CAVAZZA





Es necesario, por ello, reformular el mapa actual para analizar el conjunto de las profesiones emergentes en el actual entorno y ver si las anteriores figuras del periodista (impreso o digital), del creativo audiovisual o del publicista son o no residuales en los modelos de negocio que están surgiendo.

3. Profesionalización y ocupaciones predominantes

Estas adopciones socio-técnicas no se dan sin sus repercusiones en el modo de generar, transmitir y comunicar datos, lo que implica cambios en las funciones y tareas de los operadores y trabajadores.

En primer lugar predomina la creación de puestos técnicos de alta calificación para levantar las infraestructuras, prosigue la formación de los expertos en tecnologías sociales para las aplicaciones, y a continuación surgen los creadores de contenidos. Veamos, por ejemplo, una lista de nuevos oficios que demanda este mercado en la actualidad, en que el 70 % se concentra en el área de social media y *marketing* digital (cuadro 3).

Así como en el pasado asistimos a la desaparición de algunas ocupaciones (linotipista, diagramador de maqueta...), la adaptación de otras (periodista digital, infógrafo...), hoy asistimos a la aparición de nuevas ocupaciones, sea en el área informativa (webmaster, social media manager, community manager...), en la publicitaria (e-commerce, mobil marketing, social CRM manager...), en la de entretenimiento (desarrollador de video-games) y consecuentemente en la misma investigativa (analista digital, investigador digital, especialista en SEO o SEM...).

LAS DIFICULTADES DE LOS COMUNICADORES PARA RESITUARSE EN EL NUEVO ENTORNO

En principio, pudiéramos pensar que la nueva ecología informacional favorece la inscripción de los estudiantes y/o profesionales del periodismo y de la comunicación, tal como observa el economista Azpillaga, quien al referirse al cambio de oficios afirma:

Por ejemplo, en el periodismo *on line* se trabajaría desde la diversidad del hipertexto frente a los formatos estándares y los géneros de los media. La relación comunicativa misma sería más interpersonal y personalizada, se recrearían nuevas comunidades por intereses y aficiones. Asimismo, la linealidad informativa dejaría paso al collage informativo. Sería un periodismo de especialización temática, técnica o por grupos de usuarios y más centrado en los servicios que en las noticias. El periodista es hoy más un comunicador que un informador. (Azpillaga, 1999: 68)

Esta observación válida para la hilera profesional del periodismo, derivado de la prensa, no tiene en cuenta, sin embargo, que el mismo periodismo digital se encuentra en fase de recomposición al cambiar su piso por las convergencias no solamente de lenguajes, sino de empresas y de plataformas. Más aún, con la implantación de las redes sociales en la trama de los medios de comunicación hay una deslocalización de los tradicionales puestos y una redefinición de los mismos. Es necesario, por ello, reformular el mapa actual para analizar el conjunto de las profesiones emergentes en el actual entorno y ver si las anteriores figuras del periodista (impreso o digital), del creativo audiovisual o del publicista son o no residuales en los modelos de negocio que están surgiendo.

Hagamos un ejercicio de replanteamiento de las funciones de los comunicadores y de las empresas de comunicación social a partir de

CUADRO 3

PERFILES DIGITALES. LISTA DE LOS 25 PUESTOS MÁS DEMANDADOS SIN JERARQUIZACIÓN (INESDI, 2014)

	CATEGORÍA PROFESIONAL	DESCRIPCIÓN DE CARGO
1	Digital manager	Responsable de la estrategia digital
2	Digital sales specialist	Experto en venta en canales digitales
3	Digital project manager	Responsable de proyectos digitales
4	Digital communication specialist	Experto en comunicación digital
5	Digital marketing manager	Responsable de marketing digital
6	Content manager	Responsable de contenido digital
7	Digital account manager	Responsable de cuentas digitales
8	Social CRM manager	Responsable de relación digital con clientes
9	SEO specialist	Experto SEO
10	SEM specialist	Experto SEM
11	Lead marketing specialist	Experto en captación de leads
12	Affiliate marketing specialist	Experto en afiliación
13	Acquisition specialist	Experto en adquisición de tráfico
14	Social media manager	Responsable de la estrategia de medios sociales
15	Community manager	Responsable de la gestión de comunidades y redes sociales
16	Web master	Responsable del desarrollo de la web
17	Web developer & designer manager	Desarrollador web
18	App developer/Mobile designer	Desarrollador de Apps
19	Videogames & Serious Game developer	Desarrollador de videojuegos
20	User experience specialist	Experto en usabilidad
21	Mobile marketing manager	Responsable del marketing móvil
22	Digital analyst	Analista digital
23	Web conversion analyst	Experto en conversión web
24	Ecommerce manager	Responsable de comercio electrónico o tienda web
25	Data scientist	Investigador digital de datos

Nota. El marcado en negrita y resaltado por oficios afines a comunicación social es nuestro.



Dados los cambios permanentes de esta nueva cultura rapidizada, la versatilidad y la formación continua son requisitos indispensables para sobrevivir en un mercado laboral cambiante y sometido a una gran incertidumbre.

los nuevos modos de producción informacional, que hemos descrito en la primera parte.

1. Las redes de intercambio de información son *coextensivas* a los diversos niveles y escalas de relacionamiento social (interpersonal, grupal, asambleario, comunitario, organizacional, masivo, reticular...) e *interpenetradas* en diversas combinaciones. Las capacidades comunicativas, partiendo de la oralidad y escritura, se requieren en cualquier nivel o escala de las redes. En la sociedad informacional las competencias digitales están en la base no solamente de la profesión de los comunicadores, sino de todos los ciudadanos activos. Hoy no solamente se habla de alfabetización, sino se cualifica a la misma de digital. Las preguntas cruciales para los nuevos profesionales son: en qué nivel o emplazamiento se sitúa su quehacer; qué saben hacer en el marco de la nueva ecología y qué aportan como valor agregado a lo que los usuarios y la gente común ofrecen en las redes sociales, en las empresas de comunicación y otros entornos.

2. Los tradicionales medios de producción y difusión (prensa, radio, cine, televisión, video), se reconvierten en *empresas creativas* o de *contenidos* con múltiples servicios y plataformas, a la vez que varios operadores de computación y telecomunicaciones se han ido fundiendo con empresas de medios de difusión. En estas transmutaciones la figura del periodista o comunicador tradicional queda desplazada o adaptada al nuevo emplazamiento, mientras se definen los nuevos puestos. En ese juego con otros actores de la cadena producción-consumo está demostrado que los distribuidores de contenidos (estudios, sellos discográficos, editores...) operan a mayor escala financiera y son más poderosos que los creadores de contenidos, de manera que captan una gran parte del valor agregado de los contenidos creativos.² Sus competencias básicas de oralidad y escritura tienen que ser completadas con las nuevas modalidades del lenguaje hipertextual, multimedia e interactivo, pero en último término, si no se reducen a meros operadores, tienen que preguntarse cuál es la oferta creativa de contenidos para los nichos seleccionados o, en general, para la ciudadanía (Telos 2011, N. 87).

3. La *refuncionalización* de las distintas plataformas para responder a necesidades heterogéneas (vigilancia de entorno, correlación de opiniones, formación cultural y educativa, entre-

tenimiento, mercadeo...), está en plena marcha y aún no se prevé una fijación, aunque hay indicios de un reacondicionamiento marcado en unos casos por las necesidades funcionales de las empresas (servicios noticiosos, *marketing* digital, social media), y en otros, por las preferencias de los mismos usuarios (Twitter para contactos e informaciones puntuales; Face-book para relaciones sociales; LinkedIn para intercambios académicos e igualmente Instagram, WhatsApp y otros).

Las múltiples absorciones de las grandes empresas no solamente han obedecido a criterios económicos, sino también a la estrategia de ampliación de nichos innovadores atendiendo a las diversas regiones geopolíticas, lingüísticas y culturales. AOL, Yahoo, Google y Amazon de origen estadounidense predominan en el hemisferio occidental, mientras Tencent, Alibaba y Rakuten de procedencia china y japonesa mantienen el liderazgo en el hemisferio oriental con otras combinaciones de servicios. La Webdia francesa y la DST rusa con capitales cruzados tratan de aumentar su espacio clientelar utilizando también las ventajas de los espacios lingüísticos-culturales más cónsonos.

Esto no obsta para que se impongan la centralidad y la hegemonía de los servicios de las empresas Google y Facebook, cuestionadas por prácticas monopólicas, asunto inquietante por cuanto la mayoría de los internautas no dejan un solo día sin integrarse a la galaxia de Google.³ (Ver gráfico 3)

Los reacomodos funcionales de gran escala dependen sobre todo de las empresas y corporaciones multinacionales, pero siempre es posible el emprendimiento basado en las particularidades de ciertos nichos localizados.

Dados los cambios permanentes de esta nueva cultura rapidizada, la versatilidad y la formación continua son requisitos indispensables para sobrevivir en un mercado laboral cambiante y sometido a una gran incertidumbre.

4. La *flexibilización laboral* de los contratos es un arma de doble filo para los comunicadores, por cuanto ciertas ventajas particulares pueden convertirse en desventajas para la mayoría. La hipótesis de la descalificación del trabajo por la nueva revolución tecnológica no ha sido corroborada plenamente, por cuanto, si bien hay algunas operaciones y tareas eliminadas por la automatización, otras requieren de una recalificación, como en el caso de la informatización de las empresas.

Ahora bien, si por producción flexible entendemos, siguiendo a Harrison, (1997): "la reorganización de

GRÁFICO 3
COMPETENCIA MUNDIAL HACIA LA HEGEMONÍA GLOBAL DE SERVICIOS





Persiste el equívoco de redefinir perfiles profesionales desde las nuevas tecnologías –es decir una nueva ocupación por cada nueva tecnología– haciendo caso omiso de las funciones sociales, que son relativamente independientes de la plataforma o dispositivo técnico.

las relaciones laborales a largo plazo de las empresas entre sí y con las unidades”, con el objeto de adaptarse mejor a los nuevos mercados, la misma merecería la aprobación común. Pero, habida cuenta de que esta flexibilización va acompañada de otros fenómenos como la descalificación de unas tareas, la reducción de plantillas con menos capacidad adaptativa, la pérdida de ciertos derechos laborales y/o las ventajas sociales adquiridas en los convenios, la exteriorización del trabajo o *outsourcing*, etcétera, la tendencia a la misma es altamente problemática en medio de la creciente incertidumbre (Wood Stephen, 1981).

Este conjunto de fenómenos desatados en plena crisis económica mundial ha dado al traste con la profesión de los comunicadores, que se ha manifestado en la pérdida de identidad profesional, la disolución de los perfiles profesionales, la descalificación por la competencia de nuevos oficios y el reajuste en un mercado laboral sumido en la incertidumbre. (Aguirre, 2009, 2011).

El mismo teletrabajo, a primera vista favorable a los empresarios y trabajadores por el ahorro de los desplazamientos y la plasticidad de los horarios, entra actualmente en un terreno cenagoso por las dificultades inherentes al cumplimiento y control de los compromisos adquiridos y las posibles arbitrariedades contractuales. Este obstáculo es aún mayor para los profesionales de la comunicación que utilizan los dispositivos móviles como instrumento de trabajo, pues se ven prácticamente obligados a estar siempre disponibles sin poder marcar las fronteras entre el puesto virtualizado del trabajo y su vida personal. La amalgama de comunicaciones (voz, e-mail, mensajería), de acceso a la información (Internet y bases de datos) y de gestión de la información (ofimática móvil), sume al trabajador en una vorágine estresante, sobre todo, si vive bajo la lógica de estar en conectividad permanente (Aguado-Terrón y Martínez, 2009). En un cuasi-caos legal, pues los procesos innovadores anteceden a la legislación, el poder las corporaciones y de las empresas impone las reglas y usos de facto en favor de la rentabilización.

5. *Los retos de las Escuelas de Comunicación* para afrontar el nuevo entorno son manifiestos. Basta con recorrer los diversos nombres de las Facultades y Escuelas afines a ese campo para ver la confusión de nombres, figuras profesionales y currículos. Así se entiende que los autodidactas logren adaptarse mejor al mercado laboral que los estudiantes formados en las academias, para no se sabe a ciencia cierta qué campo de trabajo. Todas las Escuelas de Periodismo, Comunicación y Afines han tenido que entrar en un proceso de reforma curricular por adición de materias en los programas pasados o por una reconversión integral de los mismos. Persiste el equívoco de redefinir perfiles profesionales desde las nuevas tecnologías –es decir una nueva ocupación por cada nueva tecnología– haciendo caso omiso de las funciones sociales, que son relativamente independientes de la plataforma o dispositivo técnico.

La integración del pensamiento técnico dentro de una tradición humanística y social, buscada por la Red Iberoamericana de Comunicación Digital (Red ICOD), no puede lograrse sin la superación de las actitudes tecnofóbicas y los simples discursos ideológicos, como ha demostrado la experiencia pasada.

ANEXOS

PERFIL DE LAS NUEVAS PROFESIONES AFINES A COMUNICACIÓN SOCIAL EN LAS REDES SOCIALES





El mismo teletrabajo, a primera vista favorable a los empresarios y trabajadores por el ahorro de los desplazamientos y la plasticidad de los horarios, entra actualmente en un terreno cenagoso por las dificultades inherentes al cumplimiento y control de los compromisos adquiridos y las posibles arbitrariedades contractuales.

Las universidades son los espacios llamados para tomar la iniciativa en unas propuestas creativas, si no quieren convertirse en academias de ciclos cortos para formar meros operadores baratos para un mercado inestable.

Ciertamente las nuevas tecnologías exigen nuevas competencias técnicas, pero estas no definen las necesidades sociales, ni los perfiles laborales de los profesionales de la comunicación, cuyas competencias son semio-técnicas para efectos de comunicación social y no de simple transmisión informacional.

Por otra parte, el creador de contenidos, una vez adquiridas las competencias técnicas debe más su valor agregado a sus competencias cognitivas y a su trabajo creativo, que a su virtuosismo tecnológico⁴.

Las dificultades organizacionales solamente se resuelven en la práctica por la negociación entre las propuestas de las empresas, las preferencias de los usuarios y las expectativas de los profesionales, en las que los Estados tienen también su baza como empresarios y legisladores.

Me pregunto si estamos formando profesionales capaces para saber responder a los nuevos retos de los infomedia:

- ¿Preparamos para la selección entre los múltiples dispositivos y para la jerarquización de información significativa en medio de una infosfera con sobreinformación?
- ¿Dotamos de capacidades para la adaptación en contextos complejos y cambiantes –multiplataforma y multitarea–, a la vez que instruimos para la defensa de los valores intangibles?
- ¿Alertamos sobre las ventajas y riesgos de la rapidización respecto a la calidad de la producción intelectual y de la explotación del trabajo?
- ¿Entrenamos en el uso de herramientas de seguridad frente a la intrusión o en la superación de barreras de censura debido a las constricciones de la vigilancia estatal, industrial y comercial?
- ¿Creamos conciencia de las asimetrías de capital informacional entre países y regiones infopobres e inforicas en aras de una democratización de las comunicaciones y de la construcción de Sociedades de la Comunicación?

No está de más añadir que sin las actitudes éticas y el compromiso social para la construcción no solamente de unas Sociedades del Conocimiento, sino unas Sociedades de la Comunicación, seremos útil servidumbre o si se prefiere dóciles servomecanismos humanos para el funcionamiento de los sistemas de una Sociedad de la Información para rentabilizar el capital informacional.

Queda pendiente la pregunta, retomando la visión de la modernidad reflexiva de Ulrich Beck, de cómo nosotros, investigadores, docentes, consultores, movimientos sociales, seleccionamos estrategias en medio de los agujeros negros de la Sociedad de la Información, y a la vez, cómo nos apropiamos en la Sociedad del Conocimiento de los saberes propios de nuestro campo profesional para tomar decisiones democráticas en medio de incertidumbres fabricadas por la sobreinformación, hipercomplejización y rapidización en un campo supervigilado por los centros de poder.

ANEXOS • CONTINUACIÓN

PERFIL DE LAS NUEVAS PROFESIONES AFINES A COMUNICACIÓN SOCIAL EN LAS REDES SOCIALES

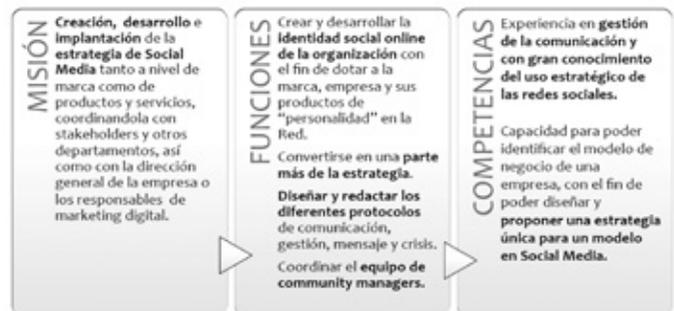
Mobile Marketing Manager

Responsable del Marketing Digital



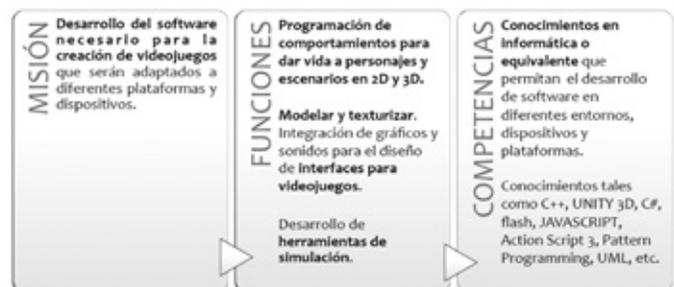
Social Media Manager

Responsable de la estrategia de medios sociales



Videogames & Serious Games Developer

Desarrollador de videojuegos



JESÚS MARÍA AGUIRRE

Profesor Titular de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB).

Profesor de pregrado y postgrado de la UCAB. Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación* desde su fundación (1975).

REFERENCIAS

- ABRIL, Gonzalo (1997): *Teoría general de la información*. Madrid: Ed. Cátedra.
- Acceso Libre (2014) *Informe 2014 sobre el estado de Internet en Venezuela*. Caracas.
- AGUIRRE, Jesús María (2006): "Transformaciones en el campo laboral de la información y de la comunicación. Retos para la formación de los comunicadores sociales en Venezuela". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de Comunicación*, N. 135, Tercer Trimestre. Caracas: Centro Gumilla, pp. 42-57.
- _____ (2008): "El fin de las industrias culturales". En: revista *Comunicación, Estudios venezolanos de Comunicación*, N. 143. Caracas: Centro Gumilla, pp. 4-13.
- _____ (2009): "Comunicadores en shock". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de Comunicación*, N. 148. Caracas: Centro Gumilla.
- _____ (2011): "Perturbaciones en el periodismo, extensibles a los comunicadores". En: Delgado Carlos –coordinador– 2011. *Medialidades*. Serie Mapas de comunicación, Postgrado de Comunicación Social. UCAB, pp.167-173.
- _____ (2014): "Del enciclopedismo a la ideología Wikipedia". En: revista *Comunicación. Estudios venezolanos de Comunicación*, N.165. Caracas: Centro Gumilla, pp.83-89.
- _____ (2015): *Cambios en el modo de producción social de la información en las Sociedades del Conocimiento*. Conferencia magistral del V Congreso de Invecom, mayo 27-29 de 2015, UCAB. Caracas.
- ALVARADO, Heberto (2015): <<http://www.hormigaanalitica.com/portada/articulo/11185/Comenz%C3%B3-la-guerra-por-el-negocio-de-los-datos-m%C3%B3viles>>
- ANDRADE, J.A. y CAMPO-REDONDO, M. (2014): "Google: análisis ideológico de las redes sociales en Internet". revista *Quórum Académico*, Vol. 11, N. 2, julio-diciembre 2014. Maracaibo: Universidad del Zulia.
- AZPILLAGA, P, Miguel, J.C. y ZALLO, R. (1999): "Las industrias culturales en la economía informacional. Evolución de sus formas de trabajo y valorización". En: Mastrini, G. y Bolaño, C.-editores- (1999): *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*. Bs. As.: Editorial, Biblos, pp. 61-81.
- BAUDRILLARD, Jean (1991): *La guerra del Golfo. La guerra que nunca fue*. Anagrama.
- BECK, Ulrich (2002): *La sociedad del riesgo global*. Siglo XXI.
- BEIGEL, Fernanda (2013): "Centros y periferias en la circulación internacional del conocimiento". En: *Nueva Sociedad*, N. 245, mayo-junio, pp. 110-123.
- BERRIZBEITIA, Jorge Luis (2005): "La Sociedad del Conocimiento en Venezuela". En: *Anuario ININCO*, N° 17, Vol. 1. Caracas.
- BRIGGS, Asa y BURKE, Peter (2002): *De Gutenberg a Internet*. Madrid: Taurus.
- CAF (2014) <http://www.caf.com/es/actualidad/noticias/2014/09/la-meta-es-reducir-la-brecha-digital>
- CALLENS, Stéphane (2005): "La Societé de l' Information: Une societé de surveillance". En: Mathien, Michel (2005): *La 'Societé de l' Information': Entre mythes et réalités*. Bruxelles: Ed. Bruylante.
- CARR, N. (2011): *Superficiales: ¿qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Madrid: Taurus.
- _____ (2014): *Atrapados. Cómo las máquinas se apoderan de nuestras vidas*. Madrid: Taurus.
- CASSIN, Barbara (2008): *Googléame*. México: F.C.E.
- CASTELLS, Manuel (1997): *La era de la información, economía, sociedad y cultura. La sociedad red*, Vol. 1., Madrid: Alianza Editorial.
- _____ (2001) *La Galaxia Internet*. Madrid: Areté.
- _____ (2006) *Comunicación móvil y sociedad*. Madrid: Ariel.
- _____ (2009) *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- CERN: home.web.cern.ch
- COBO, J. C. (2009): "El concepto de tecnologías de la información". En: revista *ZER*, Vol. 14, n. 27. Bilbao: Universidad del País Vasco, pp. 295-318.
- DE HARO, José (2011): *Redes sociales para la educación*. Madrid: Anaya.
- DE JESÚS GONZÁLEZ, María Inés (2013): "De lo supranacional andino a lo intergubernamental en el Mercosur: el contexto de las normas sobre propiedad intelectual en Venezuela". En: Uzcátegui, A. y De Jesús, M.A. (2013): *Venezuela ante el Mercosur*. Academia de Ciencias Políticas y Sociales, ULA y UCAB.
- DERRIDA, Jacques (1967): *De la grammatologie*. Paris: Minuit.
- DURAND, Gilbert (2007): *Imaginación simbólica*. Bs. As.: Amorrortu.
- EDWARDS, David y CROMWELL, David (2005): *Guardians of power: the myth of the liberal media*. London: Pluto Press. (Versión en castellano: *Los guardianes del poder. El mito de la prensa progresista*. Tafalla: E.Txalaparta.
- EISENSTEIN, Elizabeth (1993): *The printing revolution in early modern Europe*. Cambridge University Press.
- FCC: www.fcc.gov
- FLICHY, Patrice (2001): *L'Imaginaire de l'Internet*. Paris: La Découverte.
- FREEMAN, J. (2009): *The tyranny of e-mail: the four-thousand-year journey to your inbox*. New York: Scribner.
- Fundación Telefónica (2011): "Nuevos perfiles profesionales para comunicación digital"—dossier—. En: revista *TELOS*, N.87, abril-junio, pp.57-82.

- GIRAUD, G ael (2014): *La ilusión financiera*. Santander: Ed. Sal Terrae.
- G Omez, A. y OTERO, C. (2011): *Redes sociales en la empresa. La revolución e impacto a nivel empresarial y profesional*. Madrid: RA-MA.
- HABERMAS, J. (1987): *Teoría de la acción comunicativa*, Tomos I y II, Madrid: Taurus.
- HALL, Frania (2014): *El negocio en la edición digital*. México: F.C.E.
- HAMELINK, Cees (1999): "Language and the right to communicate". *Media Development*, Vol. XLVI, 4/1999. Londres: WACC.
- HANCE, Olivier (1996): *Leyes y negocios en Internet*. Sociedad de Internet de México: McGraw-Hill.
- HARRISON, B. (1997): *La empresa que viene*. Barcelona: Ed. Paidós.
- HULEY, J., NISENHOLTZ, M., SAGAN, P. (2014): Congreso de Periodismo Digital y Asociación de la Prensa de Aragón. España.
- IDEAB (2007): *La industria informática*. Observatorio de corporaciones transnacionales, Boletín, Núm. 17, Córdoba, España.
- IGNATIEFF, Michael (2014): *Fuego y cenizas.  xito y fracaso en política*. Madrid: Ed. Taurus.
- KNIGHTLEY, Philip (2001): *First casualty. The war correspondent as hero and mythmaker from the crimen to Kosovo*. Prion Books.
- LA BROSS, Renaud de (2005): "La d mocratisation d'Internet". En: Mathien, Michel (2005): *La 'Société de l'Information'. Entre mythes et réalités*. Bruxelles: Ed. Bruylante, pp. 261-276.
- LANDER, Edgardo (2014): "Un planeta en crisis. El papel de las formas hegemónicas de producción del conocimiento". En: Canosio, A., Banko, C., y Prigorian, N. América Latina y el Caribe. *Un continente, múltiples miradas*. Bs.As.: Clacso-Celarg.
- LANIER, Jaron (2012): *Contra el rebaño digital*. Barcelona: Debate.
- LEAL, Salvador (2014): "Los límites de las libertades de expresión e información en la Web 2.0". En: revista *Frónesis*, Vol. 21, N  2, Universidad del Zulia.
- LORETI, Damián y LOZANO, Luis (2015): *El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas*. Bs.As.: Siglo XXI Ed.
- MARTÍN SERRANO, Manuel (2007): *Teoría de la comunicación*. McGraw-Hill/Interamericana.
- MATHIEN, Michel (2005): *La 'Société de l'Information'. Entre mythes et réalités*. Bruxelles: Ed. Bruylante.
- _____ (2003): * conomie générale des m dias*. Paris: Ellipses.
- MATTELART, Armand (1995): *La invención de la comunicación*. Barcelona: Bosch.
- _____ (1997): *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- MAYER SCH NBERGER, Víctor y CUKIER, Kenneth (2013): *Big data. La revolución de los datos masivos*. Madrid: Turner.
- MI GE, Bernard (2007): <<http://www.campusred.net/telos/articulo AutorInvitado.asp?idarticulo=1&rev=73>>
- Ministerio de Ciencia y Tecnología: www.mct.gov.ve
- MORENO, Manuel (2014): *El gran libro del community manager*. Madrid: Gestión 2000.
- MOROZOV, Evgeny (2011): *The net delusion*. New York: Public Affairs.
- MORRIS, Christopher (1997): *Teoría crítica, postmodernismo, intelectuales y la Guerra del Golfo*. Madrid: Ed. Cátedra.
- MUÑOZ, Santiago (2000): *La regulación de la red*. Madrid: Taurus.
- NEWBIGIN, John (2010): *La Economía creativa. Una guía introductoria*. British Council, www.britishecouncil.org.
- NGAI, Pun; CHAN, Jenny y SELDEN, Marx (2014): *Morir por un iPhone. Apple, Foxconn y las luchas de los trabajadores en China*. Bs. As.: Ed. Continente.
- OLSON, G. (2005): *El mundo sobre el papel. El impacto de la escritura y de la lectura en la estructura del conocimiento*. Barcelona: Gedisa Ed.
- ONG, Walter (1987): *Oralidad y escritura. Las tecnologías de la palabra*. FCE.
- OTTE, Max (2000): *El crash de la información. Los mecanismos de la desinformación cotidiana*. Madrid: Ariel.
- PASQUALI, Antonio (1978): *Comprender la comunicación*. Caracas: Monte Ávila.
- _____ (1990): *La comunicación cercenada*. Caracas: Monte Ávila.
- PEKKA, Himanen (2001): *La  tica del hacker y el espíritu de la Era de la Información*. https://docs.google.com/document/d/1ONaAn_UPB-mahPaldnHOtdZGTHAgaXhqrXzsGlvuKg/edit
- PEÑA, William (2015): *Más bloqueos: 1500 páginas Web prohibidas en Venezuela*. <http://www.talcualdigital.com/ediciones/2015/04/11/default.asp>.
- PÉREZ, Carlota (2000): *La reforma educativa ante el cambio de paradigma*. Caracas: Publicaciones UCAB.
- PNUD (2002) *Informe sobre el desarrollo humano en Venezuela. Las tecnologías de la información y la comunicación al servicio del desarrollo*. Editado por el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. Venezuela.
- Red ICOD (2005) Red Iberoamericana de Comunicación Digital. http://www.icod.ubi.pt/es/es_proyecto_presentaci n.html
- RENDUELES, César (2013): *Sociofobia. El cambio político en la era de la utopía digital*. Madrid: Col. Entrelineas.
- RODRÍGUEZ, Anidelys y GARCÍA, Leidys (2013): "Big data y periodismo en el continente americano. Cinco pasos de estudio". En: *TELOS*, junio-septiembre. Madrid: Fundación Telefónica, pp. 57-65.
- SÁDABA, Igor (2008): *Propiedad intelectual.  Bienes públicos o mercancías privadas?* Madrid: Catarata.
- SERRANO PUCHE, Javier (2014): "Hacia una comunicación slow". En: *Tr podos*, n  34. Barcelona: Universitat Ramon Llull, pp. 201-214.
- SUÁREZ, Alejandro (2012): *Desnudando a Google*. Ed. Deusto.
- TAPSCOTT, Don (1996): *La economía digital*. Santafé de Bogotá: McGraw-Hill.

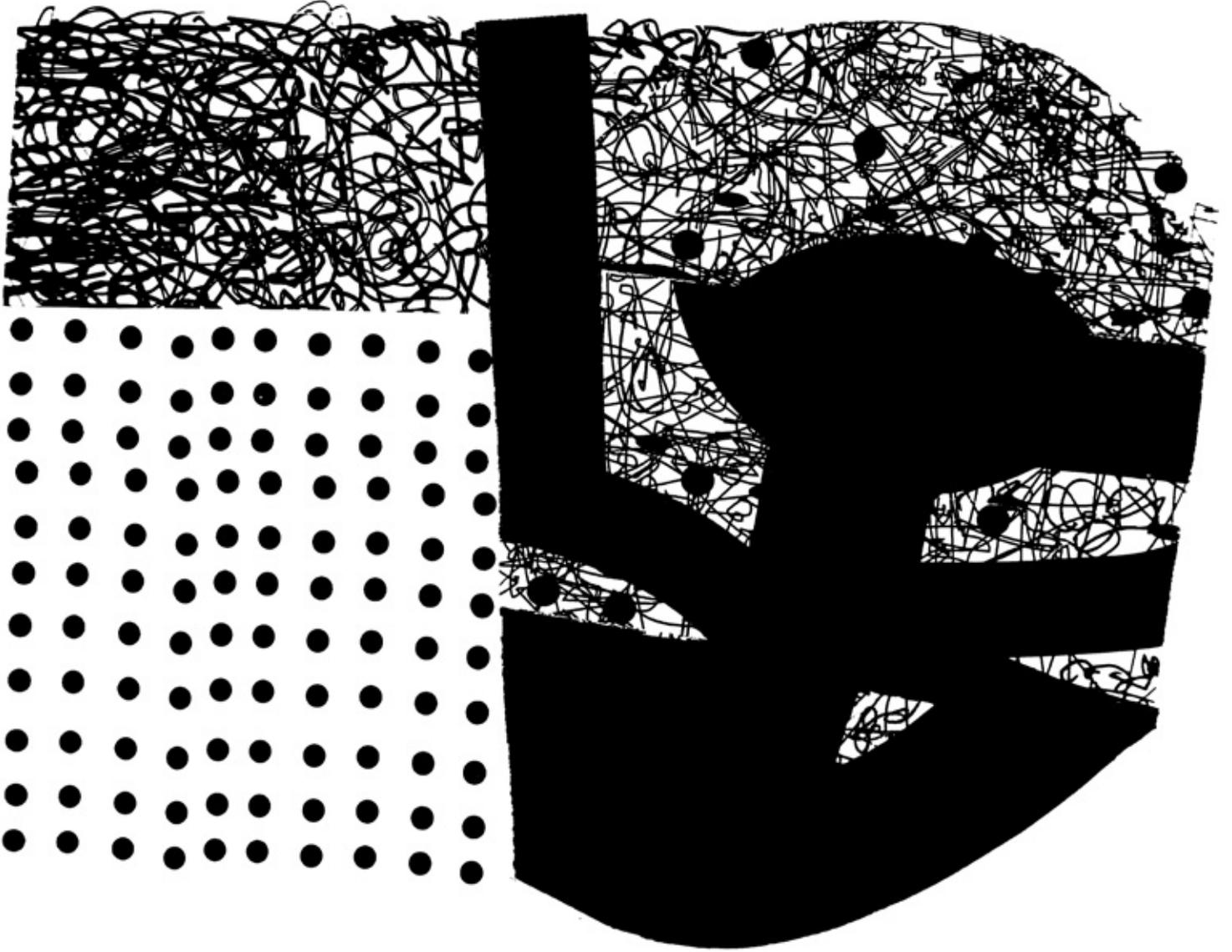
- TAPSCOTT, Don; TICOLI, D.; LOWY, A. (2000): *Digital capital. Harnessing the power of business webs*. Harvard Business School Press.
- TASCÓN, Mario (2013): "Introducción: Big data, pasado, presente y futuro. En: *TELOS*, junio-septiembre, N° 98. Madrid: Fundación Telefónica. Véase también <FUNDESCO (2015) *TELOS*, N. 100. La era digital: balance y tendencias. < http://www.fundaciontelefonica.com/artes_cultura/publicaciones-listado/pagina-item-publicaciones/?itempubli=330>
- TICBEAT (2015): <<http://www.ticbeat.com/tecnologias/10-tendencias-tecnologicas-marcaran-2015/>>
- TRIVINHO, Eugênio (2007): *A Dromocracia cibercultura*. São Paulo: Paulus.
- TRUCANO, Michael (2005): *Knowledge maps: ICTs in education*. Washington, DC: infoDev/World Bank.
- UGARTE, David de (2014): "Participación, adhesión e invisibilidad. La venganza de Habermas. En: *TELOS*, junio-septiembre, N° 98. Madrid: Fundación Telefónica, pp. 97-99.
- UNESCO (2005): *Informe mundial hacia las Sociedades del Conocimiento*. Documento en línea, disponible en <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001419/141908s.pdf>
- URRIBARRI, Raiza: <http://www.slideshare.net/uraiza/ecuentro-de-gobernanza-de-internet-en-venezuela-2014>
- TOMLINSON, J. (2007): *The culture of speed: the coming of immediacy*. Los Angeles: Sage.
- VIRILIO, Paul (1986): *Speed and politics*. N.Y.: Semiotext (e).
- WOOD, Stephen (1986): *Degradation of work. Skill, deskilling and the braverman*. New York: Debate.
- ZABALA, Suhail (2010): *Venezuela: ¿En la brecha digital o en revolución tecnológica?* <<http://www.revistaespacios.com/a10v31n04/103104151.html>>

NOTAS

- 1 Los extractos más destacados de las entrevistas se encuentran disponibles en: <www.niemanlab.org/riptide>
- 2 Un informe del London Business School demostró empíricamente que los distribuidores de contenido son mayores y más poderosos que los creadores de contenidos, lo que les permite captar una mayor parte en el negocio. Véase en el reporte de John Newbiggin (2010) *La Economía creativa. Una guía introductoria*. British Council, www.britishecouncil.org. Todavía en Europa el 80 % de las ventas musicales está en manos de cuatro compañías (Unctad: Creative Economy Report, 2008).
- 3 La Unión Europea comenzó a investigar las posibles prácticas monopólicas de Google hace cinco años, a partir de acusaciones hechas por Microsoft, Tripadvisor, Streetmap, entre otras empresas. Estas alegan que las direcciones de Googlemaps, los videos de Youtube y los anuncios de la plataforma Adwords aparecen por delante de otros enlaces al hacer una búsqueda en Google, cuyo motor de búsqueda concentra el 90 % de las búsquedas en Internet en Europa <<http://periodistas-es.com/la-ce-acusa-a-google-de-abuso-de-posicion-dominante-51048>>
- 4 Cuando el año 2011, Nate Silver, exitoso profesional estadounidense en NTIC, fue invitado por la Universidad de Columbia para dar su discurso de orden en la graduación del Journalism School no destacó tanto el dominio técnico, sino que hizo las siguientes recomendaciones:
 - a. Aprender a leer todo tipo de fuentes y a diseñar una buena dieta informativa;
 - b. Aprender a emprender, que ya dijimos que se puede;
 - c. Aprender a argumentar, desarrollar hipótesis, valorar evidencias y exponer conclusiones a semejanza del método científico y perfectamente aplicable a las conversaciones en medios sociales;
 - d. Aprender a trabajar con datos y estadísticas, para no terminar engrosando los archivos de la mala prensa. <<http://www.ecuadernono.com/2012/01/12/entrevista-en-canal-4-sobre-el-futuro-del-periodismo/>>



GALERÍA DE PAPEL. Víctor Hugo Irazábal (2015)



La comunicación para el desarrollo en la sociedad del conocimiento

LA configuración de la comunicación para el desarrollo (CPD) se inicia en el marco de la Duodécima Conferencia General de la Unesco, celebrada en París, Francia, el 09 de diciembre de 1962, en la cual se recomienda el nombramiento de un especialista para examinar, a partir de las conclusiones presentes en los tres simposios regionales realizados entre 1960 y 1962, el papel que juegan los medios masivos en la promoción del progreso económico y social.

El catedrático designado fue Wilbur Schramm, profesor para ese entonces de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Stanford, quién publica en el año 1964 el libro titulado *Medios masivos y desarrollo nacional*, con el cual establece un marco teórico de referencia para la implementación de la comunicación en los procesos de desarrollo social (Tito Hernández. 2009: 64).

Schramm analizará en su obra, tanto la problemática de la comunicación de desarrollo, como la comunicación de apoyo al desarrollo, trabajo que será complementado con los aportes de otros investigadores norteamericanos como Daniel Lerner y Everett Rogers, quienes centrarán sus análisis en las innovaciones tecnológicas y su impacto en la sociedad, determinando que el desarrollo se podrá alcanzar gracias a los avances de los medios de comunicación y, en particular, a través de su adquisición o consumo social.

Por otra parte, si bien es cierto que los estudios académicos de la comunicación para el desarrollo surgen a mediados de la década de los sesenta, no son menos importantes las iniciativas que se habían desarrollado diez años antes, una vez culminada la Segunda Guerra Mundial, por el gobierno de Estado Unidos.

Estas iniciativas estuvieron caracterizadas por dos ámbitos de acción bien definidos, el primero se ubica en 1945 y se fundamentó tanto en las teorías de la modernización existentes para la época como en las estrategias informativas implementadas por el gobierno norteamericano durante la Segunda Guerra Mundial; y el segundo, surgió de la mano de la Industria Cultural norteamericana, en su interés de generar procesos masivos para la adquisición de bienes y servicios por parte de la sociedad estadounidense (Gumucio y Tufte. 2008).

Cabe recordar que la Segunda Guerra Mundial significó para los Estados Unidos, el poder experimentar una segunda revolución industrial al contar, una vez terminada la guerra, no solo con una infraestructura industrial intacta y totalmente desarrollada, sino con una extensa

Desde sus inicios, la concepción de la comunicación para el desarrollo social se ha visto enmarcada en el avance progresivo de la tecnología, conceptos e interpretaciones que han estado en una constante disputa frente a los diferentes paisajes culturales, políticos, económicos y por tanto sociales presentes, resultando hoy en día en su valoración desde el derecho a la comunicación como principal fundamento de la sociedad del conocimiento.

From the beginning, the concept of communication for social development has been framed in the progressive advance of technology, concepts and interpretations that have been in a constant dispute towards different cultural, political, economic and social scenes present, resulting nowadays in its valoration of the right of communication as main principle of knowledge society.

● BLAS FERNÁNDEZ



Estos conceptos y demás definiciones sobre la comunicación para el desarrollo permiten establecer que el desarrollo, y por tanto la comunicación, son efectos sociales que dependen de forma directa de procesos como el diálogo, la participación y el acuerdo social.

mano de obra calificada. Aparataje industrial que tuvo en muy poco tiempo la capacidad de transformarse, al pasar de la elaboración de equipos y elementos armamentísticos, a producir una gran variedad de productos destinados al consumo masivo, por una clase media en plena expansión.

Ahora bien, no es hasta la década de los 70 que la comunicación para el desarrollo vuelve a retomar su protagonismo, pero esta vez desde los países en vías de desarrollo, en especial latinoamericanos, desde los cuales estudiosos como Antonio Pasquali, Armand Mattelart, Ariel Dorfman, Luis Ramiro Beltrán, Bernal Sahún, Reyes Matta y otros, realizan una serie de observaciones y propuestas, al entender que la tradición de la perspectiva norteamericana realmente no generaba un desarrollo equitativo, sino que para los países de la periferia significaba un nuevo proceso de dependencia y dominación cultural.

Estos enfoques sufrirán una aproximación teórica a partir de los años 90, década en la que surge una nueva visión sobre la comunicación para el desarrollo, pero en esta ocasión fundamentada en el hecho cultural y particular de cada país, sustentada en la participación social como factor primordial e ineludible para cualquier proceso de desarrollo de la sociedad.

NUEVAS CONCEPCIONES

Las diferentes interpretaciones y enfoques sobre la comunicación para el desarrollo, han generado una gran variedad de conceptos, muchos de los cuales se fundamentan en definir los objetivos en cuanto a la selección, por una parte, de las necesidades sociales (comunicación para el desarrollo) y, por otra, de las estrategias que se deben implementar (comunicación para el cambio social).

Frente a estas distinciones, se puede señalar que cualquier definición sobre la comunicación para el desarrollo no pasa necesariamente por su explicación, sino que tiende a ser descriptiva, en torno a la conjunción de una serie de factores teóricos, metodológicos, tecnológicos, económicos, políticos, culturales, sociales y hasta individuales o personales, para su consecución.

A continuación se presentan algunos conceptos recientes, que permiten observar las principales interpretaciones o consideraciones de la comunicación para el desarrollo como concepto:

● El Primer Congreso Mundial de Comunicación para el Desarrollo, realizado en Roma en octubre de 2006, bajo el auspicio de la organización La Iniciativa de la Comunicación (Comminit), la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) y el Banco Mundial (BM), definió a la Comunicación para el Desarrollo como:

Un proceso social basado en el diálogo usando un amplio abanico de instrumentos y de métodos. Se refiere también a la búsqueda del cambio a diferentes niveles que incluyen escuchar, construir confianza, compartir conocimiento y habilidades, desarrollar políticas, debatir y aprender para lograr cambios sostenibles y significativos. No se trata de relaciones públicas ni de comunicación corporativa (en Acunzo y Vértiz. 2011).

● En lo que respecta a la FAO, considerada por muchos expertos como la organización con la más larga tradición y experiencia en la comunicación para el desarrollo, establece:

La comunicación para el desarrollo es un proceso social basado en el uso sistemático y participativo de métodos e instrumentos de comunicación para facilitar el entendimiento y lograr consenso hacia una acción común para el desarrollo y el cambio social (en Boerger, Vera. 2010).

● Otra interpretación, pero esta vez desde la perspectiva de las prácticas sociales, la realiza María Elena Hermosilla, quién resalta que:

La comunicación para el desarrollo vendría siendo un aporte al ejercicio de fortalecimiento de la ciudadanía de los sujetos y grupos y una educación para la democracia, esa asignatura tan pendiente en la mayoría de los países de América Latina. Saber escuchar para poder hablar a otros; la tolerancia en la pluralidad; agudizar la capacidad de comprender a quienes son diferentes escuchando sus mensajes porque nos competen y pueden aportarnos a la vida y al desarrollo; expresar opinión desde los problemas vividos, testimonios de los actores de los procesos sociales. Son los aprendizajes que podemos realizar en la relación entre medios, mensajes y públicos (Hermosilla, Elena 2006).

Estos conceptos y demás definiciones sobre la comunicación para el desarrollo permiten establecer que el desarrollo, y por tanto la comunicación, son efectos sociales que dependen de forma directa de procesos como el diálogo, la participación y el acuerdo social. Al ser factores indispensables en torno a la generación de acciones o políticas, tanto locales como nacionales, para el acceso e implementación de los medios masivos y las tecnologías para la información y comunicación (TIC), en provecho de la sociedad, como herramientas fundamentales a favor del cambio y la mejora de la calidad de vida de todos los ciudadanos.

CAMBIOS DE ESCENARIOS

La evolución de la comunicación para el desarrollo, y por tanto sus enfoques, ha estado ligada de forma directa con los diferentes paradigmas sobre el desarrollo social que han surgido desde la década de los años 40, pudiéndose establecer tres etapas consecutivas (Servaes, 2000):

1. Enfoque de la modernización (desde 1945 hasta 1965).
2. Enfoque de la dependencia (desde 1965 hasta principios de los ochenta).
3. Enfoque de la multiplicidad (desde los años 80 hasta la actualidad).

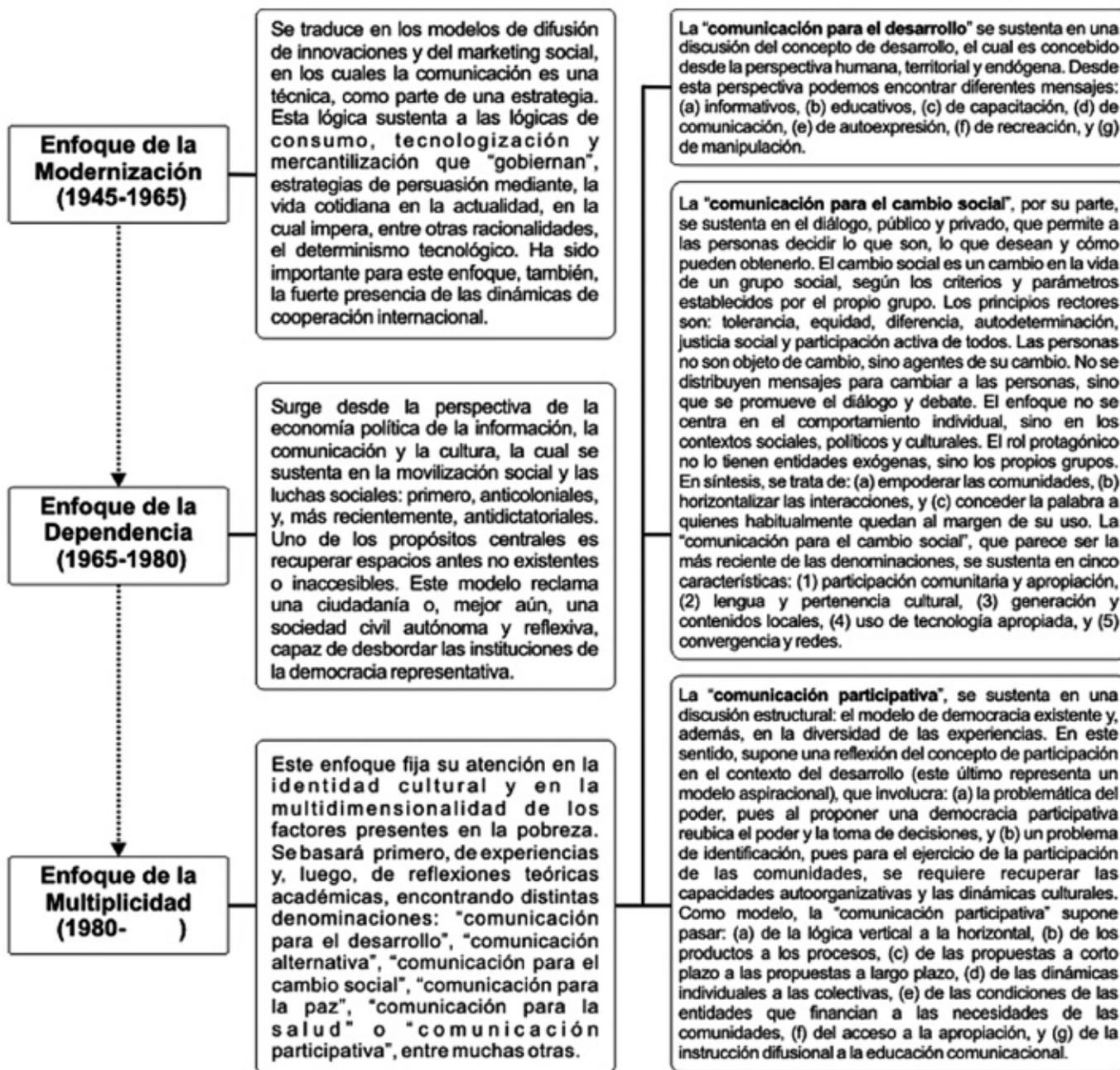
En ese sentido, se considera importante destacar las diferencias que propone Carlos del Valle (2007: 122-124), sobre cada uno de estos tres enfoques, los cuales se han organizado en la figura número 1:



(..) aunque muchas de las perspectivas sobre la comunicación para el desarrollo presenten un surgimiento cronológico desde los años 50, su progresión no debe ser entendida como una sustitución entre ellas, sino que actualmente se mantienen las discusiones y reflexiones a favor o en contra sobre los objetivos que persiguen

FIGURA I

PRINCIPALES DIFERENCIAS ENTRE LOS ENFOQUES DE LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO



Fuente: elaborado en base al texto de Carlos Del Valle (2007): "Comunicación participativa: aproximaciones desde América Latina".



(...) aunque muchas de las perspectivas sobre la comunicación para el desarrollo presenten un surgimiento cronológico desde los años 50, su progresión no debe ser entendida como una sustitución entre ellas, sino que actualmente se mantienen las discusiones y reflexiones a favor o en contra sobre los objetivos que persiguen (...)

De acuerdo con Jan Servaes, estas tres perspectivas del desarrollo permiten apreciar la presencia de cambios sustanciales en el pensamiento científico actual, identificando la siguiente evolución o enfoque mixto:

- Desde un enfoque más positivista, cuantitativo y comparativo hacia otro normativo, cualitativo y estructural.
- De procesos altamente prescriptivos y predecibles hacia procesos menos predecibles y orientados al cambio.
- Desde una perspectiva etnocéntrica hacia una visión doméstica y con ello a una perspectiva contextual y policéntrica.
- Del endogenismo (“culpar a la víctima”) al exogenismo (“culpar al forastero”) y, entonces, al globalismo y holismo.
- Desde un interés económico a un interés más universal e interdisciplinario.
- De un esquema de referencia nacional a una perspectiva internacional y, de este modo, a niveles de análisis combinados.
- De enfoques segmentados a más holísticos y, luego, a perspectivas orientadas a la resolución de problemas.
- De una estrategia integradora y reformista a opciones revolucionarias y con ello hacia una visión integral del cambio revolucionario y evolucionario.
- De una perspectiva del desarrollo administrado tecnocráticamente hacia enfoques participativos y de resolución de problemas (2000: 15).

En resumen, aunque muchas de las perspectivas sobre la comunicación para el desarrollo presenten un surgimiento cronológico desde los años 50, su progresión no debe ser entendida como una sustitución entre ellas, sino que actualmente se mantienen las discusiones y reflexiones a favor o en contra sobre los objetivos que persiguen, en cuanto a la identificación de las necesidades sociales y en especial, sobre las estrategias para atenderlas.

LOS NUEVOS ESCENARIOS

Por otra parte, todo este paisaje comunicacional obliga a realizar una serie de reflexiones sobre los espacios comunicacionales con el que cuenta el ciudadano común en la actualidad, y es que el surgimiento estrepitoso de las nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC), ha generado un proceso continuo de modificación de los modelos tradicionales de la comunicación y en especial de las formas de participación e interacción social.

Escenario que ahora se presenta no desde los ámbitos tradicionales de los medios masivos, sino de aquellos que en un momento fueron considerados como alternativos para la información y participación ciudadana, reunidos desde hace algunos años bajo la figura del ciberespacio o mundo digital.

Nuevos contextos sociales, que en palabras de Manuel Castells, son interpretados desde la noción de comunidades virtuales (sociedades red), las cuales, señala, se definen por compartir dos características culturales de gran relevancia:

La primera es el valor de la comunicación horizontal y libre. La actividad de las comunidades virtuales encarna la práctica de la

libertad de expresión a nivel global, en una era dominada por grandes grupos mediáticos y censuradoras burocracias gubernamentales. (...) El segundo valor compartido, surgido de las comunidades virtuales es lo que yo llamo conectividad autodirigida, o sea, la capacidad de cualquier persona para encontrar su propio destino en la red y, si no lo encuentra, para crear y publicar su propia información, suscitando así la creación de una nueva red (2001: 70-71).

Lo que ha significado, desde la aparición de los medios masivos, una nueva ruptura en las formas de como se establecen las relaciones sociales, en donde el tiempo y el espacio vuelven a expandirse, pero en esta ocasión sin límites aparentes para los consumidores de las nuevas tecnologías.

El creciente uso masivo de Internet y en particular de la telefonía móvil, está permitiendo a sus usuarios disfrutar de forma progresiva del supremo don de la ubicuidad, estar en todas partes y poder conectarse con todo el mundo en cualquier momento, el tránsito de la otrora aldea global (McLuhan, 1998) al nuevo ciudadano global, promotor y artífice de la floreciente cultura de Internet.

(...) cultura construida sobre la creencia tecnocrática en el progreso humano a través de la tecnología, practicada por comunidades de hackers que prosperan en un entorno de creatividad tecnológica libre y abierto, asentada en redes virtuales dedicadas a reinventar la sociedad y materializada por emprendedores capitalistas en el quehacer de la nueva economía (Castells, 2001: 77).

Tránsito cultural que ha trastocado de manera inconsciente uno de los valores más apreciados por generaciones anteriores, como es el sentido de privacidad o intimidad, violentado actualmente por la imperiosa necesidad de poseer una huella social (Bonnely, 2011), en donde el ciudadano común tarde o temprano estará en la obligación de presentarse, para impedir su aislamiento.

Cambios sociales que Manuel Martín Serrano (1990) ha analizado desde lo audiovisual, y que Marcelino Bisbal (2010: 142-143), redefine y sintetiza de la siguiente manera:

1. Han afectado la distribución y el uso del tiempo existencial de las personas. El tiempo de la persona dedicado al uso y consumo de los medios es otra práctica más entre las prácticas. Pero esta actividad suele ir ganado en tiempo relativo.
2. Además de la transferencia de tiempo, los medios de comunicación han recibido una transferencia de funciones comunicativas que antes se satisfacían por el contacto directo y la comunicación cara a cara.
3. Han afectado al empleo y disfrute de los espacios privados, y a su significado afectivo. Igualmente, el uso de los espacios públicos se ha visto alterado.
4. Han hecho posible el predominio de valores particularistas y etnocéntricos. Así mismo, hemos podido conocer de otras luchas,



Dentro del nuevo ecosistema comunicacional es importante destacar la reflexión que realiza Carlos Scolari, sobre la necesidad de ampliar el estudio de las mediaciones que generan los medios convencionales a las nuevas hipermediaciones sociales que están originado los medios digitales

reivindicaciones y sufrimientos a partir de la “transparencia” que imprime a los hechos, incluso involucrándonos a distancia.

5. Han establecido nuevas dialécticas entre las comunicaciones personales y las comunicaciones mediadas.
6. Han derivado en una vinculación de dos actividades que estaban separadas: el informar sobre lo que acontece, el intervenir en lo que acontece.
7. No han modificado en nada los factores que determinan la marginación comunicativa.
8. Han creado las condiciones tecnológicas y económicas para un reencuentro de las prácticas comunicativas audiovisuales y textuales.
9. Han culminado el proceso socioeconómico, que vincula la información para la comunicación, con todos los otros usos no comunicativos de la información.

Por otra parte, esta sobreexposición social, que es producto de la naturaleza humana de integración, ha originado una serie de nuevos ámbitos sociales enmarcados en la comunicación ciudadana y, en especial, nuevos perfiles profesionales desde la noción de los *social media* y su *community manager*; en los cuales es innegable la amplitud que manifiestan para la participación, información y conexión entre las personas, permitiendo relaciones más fluidas y precisas, pero con la condición personal de estar siempre expuesto y atento.

Circunstancia que, desde el campo de la comunicación para el desarrollo, puede generar la ilusión de ser una excelente oportunidad en la promoción de nuevos lugares para el encuentro y toma de decisiones en torno a necesidades concretas, por parte de grupos y comunidades organizadas.

Para lo cual, ya no solo se debe prever las limitaciones socioeconómicas que puedan afectar al acceso o disfrute de las nuevas tecnologías, sino hasta qué punto y de qué forma las personas estarán dispuestas a exponerse a través de los nuevos sistemas comunicacionales.

En ese sentido, Néstor García Canclini (1995) en el análisis que realiza sobre las modificaciones socioculturales que se vienen gestando en la mayoría de las sociedades, producto de la presencia dominante de los medios electrónicos, destaca el surgimiento de una *nueva escena sociocultural* promotora de comunidades virtuales o una sociedad en red, la cual se caracteriza por un redimensionamiento de las instituciones y los circuitos de ejercicio de lo público; la reformulación de los patrones de asentamiento y convivencia urbanos; la reelaboración de lo propio; la consiguiente redefinición del sentido de pertenencia e identidad, y en especial por:

El pasaje del ciudadano como representante de una opinión pública al ciudadano como consumidor interesado en disfrutar de una cierta calidad de vida. Una de las manifestaciones de este cambio es que las formas argumentativas y críticas de participación ceden su lugar al goce de espectáculos en los medios electrónicos, en los cuales la narración o simple acumulación de anécdotas prevalece sobre el razonamiento de los problemas, y

la exhibición fugaz de los acontecimientos sobre su tratamiento estructural y prolongado (en Bisbal. 2010: 144).

Circunstancia que en su momento se observó como un deterioro progresivo en la capacidad de las personas para participar y ocuparse de los asuntos de interés público, situación reiterada desde finales del siglo pasado por gran parte de los estudiosos de la comunicación, en torno al papel de los medios, las nuevas tecnologías, lo alternativo y el poder social, aspectos sobre los que Marcelino Bisbal desde la noción de la comunicación participativa realiza la siguiente reflexión:

A pesar de todos los errores que se han cometido en la llamada conquista y socialización del poder, hoy más que nunca la alternativa es ésta: asegurar la presencia del hombre para construir una sociedad participativa, que desarrolle el protagonismo real del hombre, que desarrolle su derecho a imaginar y crear, es decir, su derecho a la alegría de vivir y no sólo el justo derecho a tener más. Crear para una comunicación alternativa, donde la comunicación sea tan sólo una pieza de lo alternativo (Bisbal. 1987: 133).

Para Marcelino Bisbal el nuevo escenario comunicativo, está presentando formas inéditas de interactuar; la ampliación de los modos de relacionarse socialmente y hasta nuevas maneras de acceder a la información. Novedades que trascienden la visión instrumental y funcional que estos nuevos sistemas o medios digitales puedan estar incorporando en la vida de los ciudadanos, al estar suscitando cambios significativos en su dinámica social, que por los momentos solo se aprecian en el orden cultural-comunicativo (2010:169).

Dentro del nuevo ecosistema comunicacional es importante destacar la reflexión que realiza Carlos Scolari, sobre la necesidad de ampliar el estudio de las mediaciones que generan los medios convencionales a las nuevas hipermediaciones sociales que están originado los medios digitales, destacando que:

Si el estudio de las mediaciones proponía analizar las articulaciones entre las prácticas de comunicación y los movimientos sociales, las investigaciones de las hipermediaciones deberían salir de la pantalla para analizar las transformaciones sociales que el desarrollo de nuevas formas de comunicación está generando. La experiencia acumulada por las investigaciones etnográficas, los estudios culturales y la tradición comunicológica latinoamericana constituyen una amplia base desde la cual abordar estos procesos.

Las hipermediaciones, al reivindicar el rol activo del receptor, marcan otro nivel de continuidad con uno de los presupuestos fundamentales de la teoría de las mediaciones. Desmontar las visiones que sólo ven manipulaciones —ya sea en una telenovela o en un videojuego— y evidenciar la complejidad de los procesos de interpretación es una tarea teórica que los procesos de hipermediación vuelven a poner en primer plano.

Si los viejos televidentes, al convertirse en usuarios, se transforman y asumen un nuevo rol, también los viejos medios es-



(...) más que hablar de una sociedad global del conocimiento, lo cierto es que estamos ante sociedades locales del conocimiento, cada una con atributos y características particulares.

tán siendo reconvertidos a partir de su contaminación con los hipermedios. Además de facilitar los procesos de producción y distribución textual -por ejemplo creando redes y abriendo el juego a los usuarios-, las tecnologías digitales han aceitado -en el sentido de favorecer- las contaminaciones entre lenguajes y sistemas semióticos. Las consecuencias de estas dinámicas son impredecibles porque han hecho entrar en tensión al ecosistema generando una explosión de nuevas formas y experiencias comunicativas de las cuales, además, se habla mucho pero se sabe poco. (Scolari 2008: 116-118).

En este sentido, Carlos Scolari en base al trabajo desarrollado por Jesús Martín Barbero (1987), señala que si el estudio de las mediaciones exige el desplazamiento del objeto de estudio (los medios) para enfocarse en el análisis de los procesos sociales que estos realmente generan, el enfoque de las hipermediaciones demanda abandonar de una vez por todas, la fascinación por los medios emergentes, al observar la imperiosa necesidad de analizar actualmente los procesos comunicacionales no solo desde sus mediaciones, sino a partir de una perspectiva diferente, que demanda interpretaciones desde nuevos formatos y espacios de interacción social, como manifiesta a través del esquema presentado en la figura 2.

Podríamos resumir a continuación, de acuerdo a los planteamientos de Carlos Scolari, que este nuevo escenario de las hipermediaciones no se debe limitar al análisis de objetos-medios y sus novedades, sino preocuparse y ocuparse por el estudio de los procesos señalados, desde la perspectiva de una ecología comunicacional, donde los medios digitales son un factor más a tomar en cuenta para el cambio, participación y mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.

EL DERECHO A LA COMUNICACIÓN

A pesar del indudable avance que han significado los desarrollos tecnológicos en materia de información y comunicación social, la realidad es que estos han constituido en muchos países (dependientes o simples consumidores de tecnología), una ampliación del distanciamiento social, tanto digital como cognitivo para sus ciudadanos, al punto de establecerse la condición de info-ricos e info-pobres (Pasquali, 1998: 189) como nuevo factor de disparidad entre las clases sociales.

Actual escenario, en donde la atención para muchos expertos ya no se dirige solo a permitir un mayor acceso a la información por parte de los diferentes grupos sociales, función instrumental de la tecnología, sino que la información a la que estos grupos sociales acceden o difunden sea realmente significativa para las personas que los conforman.

Circunstancia que no es nueva, ya que desde décadas anteriores se ha visto fundamentada en la discusión entre el interés global por la cantidad (globalización) frente a la necesidad local por la calidad (glocalización) de la información con la que se está en contacto o se conoce diariamente, por lo que más que hablar de una sociedad global del conocimiento, lo cierto es que estamos ante sociedades locales del conocimiento, cada una con atributos y características particulares.

Al respecto, Carlos Delgado-Flores (2012: 229) destaca que son evidentes las variadas formas en el acceso y la percepción sobre las condiciones en que el nuevo escenario digital constituye un contexto para el desarrollo social, indicando que desde el ámbito latinoamericano la brecha digital se observa como un fenómeno extenso y relativo, por lo que propone una clasificación, basada en los principales contrastes entre las diferentes nociones y los desafíos que se esbozan para superarla en el continente, que se presentan a continuación:

FIGURA 2

ESQUEMA COMPARATIVO DE LAS CARACTERÍSTICAS PRESENTES EN LOS PROCESOS DE MEDIACIONES E HIPERMEDIACIONES Y SUS ÁREAS DE INVESTIGACIÓN.

MEDIACIONES	HIPERMEDIACIONES
Características del proceso	
Soportes analógicos.	Soportes digitales.
Estructuras textuales lineales.	Estructuras hipertextuales.
Consumidor activo.	Usuario colaborador.
Baja interactividad con la interfaz.	Alta interactividad con la interfaz.
Modelo difusionista uno-a-muchos fundado en el broadcasting (radio, televisión, prensa).	Modelo muchos-a-muchos fundado en la colaboración (wikis, blogs, plataformas participativas).
Confluencia/tension entre lo masivo y lo popular.	Confluencia/tension entre lo reticular/colaborativo y lo masivo.
Monomedialidad.	Multimedialidad/Convergencia.
Características de la investigación	
Se estudia la telenovela, el teatro popular, los informativos, los graffitis, etcétera.	Se estudia la confluencia de lenguajes y la aparición de nuevos sistemas semióticos.
Mirada desde lo popular (se investigan los procesos de constitución de lo masivo desde las transformaciones en las culturas subalternas).	Mirada desde lo participativo (se investigan la convergencia de medios y la aparición de nuevas lógicas colaborativas).
Espacio político territorial (constitución desviada de lo nacional-moderno).	Espacio político virtual (constitución desviada de lo global-posmoderno).

Fuente: elaborado literalmente del texto de Carlos Scolari (2008): Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva.



Jesús Martín Barbero desde el análisis del valor social de la información y el conocimiento, define el derecho a la comunicación como la facultad que poseen todos los ciudadanos o grupos sociales de acceder y producir información, así como el derecho a disfrutar del equilibrio en el flujo informativo proveniente de, y entre los diferentes países (...)

a. Brecha digital de acceso: “Es la perspectiva tradicional y se refiere al potencial contacto que puede tener o no un individuo con el mundo interconectado digital. Dependiendo del indicador que se desee manejar, se toma en cuenta si la persona no es usuaria de esta herramientas o no las posee”.

b. Brecha digital-cultural: “Manuel Castell define esta brecha al indicar que buena parte de la reserva de la gente para entrar en contacto con Internet la constituye su desconfianza tecnológica, debido a sus propias lógicas culturales. En este caso el grado educativo, o la proximidad a rutinas que generan la necesidad de navegar e interactuar con otras personas a través de computadoras, tiene un mayor peso a la hora de dejar a más gente del otro lado de la brecha aunque los costos de conexión fueran baratos y accesibles”.

c. Brecha digital de uso: “Este enfoque sí toma en cuenta exclusivamente el indicador de la cantidad de usuarios que se conectan a la red desde cualquier punto de acceso al menos una vez a la semana, con el cual se mide el acceso efectivo. Es el indicador más cercano al de *audiencia* que se aplicaba con otros medios de comunicación y fue incluido dentro de los *Objetivos de Desarrollo del Milenio* para 2015 por la ONU como acceso a nuevas tecnologías”.

d. Brecha digital etárea: “Dado que la edad influye en cierta forma en la apropiación tecnológica, tanto en la adquisición de nuevas prácticas y destrezas como en la comprensión de los nuevos lenguajes visuales que plantean los entornos digitales; esta perspectiva de brecha plantea que existen unos nativos digitales cuya juventud les permite crecer y formarse en un entorno en el que las TIC's les son familiares e imprescindibles, mientras que otras generaciones pasan a ser migrantes digitales que abordan la tecnología desde sus conocimientos y prácticas previas, que deben ser adecuadas”.

e. Brecha digital política: “Por regla general, los regímenes autoritarios y/o totalitarios, conocidos como los enemigos de la libertad de Internet, han desarrollado medidas políticas, económicas, de desarrollo o filtrado, que dificultan el uso y la participación de sus ciudadanos en el entorno digital”.

f. Brecha digital lingüística: “Es quizás la brecha más evidente pero menos tomada en cuenta cuando se habla de Sociedad del Conocimiento. La brecha lingüística nos habla de la cantidad de lenguas que se construyen por separado, reflejando aún más desigualdades que las económicas: las barreras de idiomas y las de desarrollo de software o plataformas en lenguas no dominantes van tejiendo una red fragmentada que requiere cada vez más puentes comunicantes” (Delgado Flores. 2012: 230-231).

La anterior clasificación permite establecer como uno de los principales desafíos para muchos países, especialmente latinoamericanos, el poder garantizar la generación de una sociedad del conocimiento fundamentada tanto en el desarrollo de capacidades tecnológicas

como en competencias comunicacionales para los ciudadanos, que posibilite no solo una mayor inclusión social, sino la integración progresiva entre inmigrantes y nativos digitales.

Aspectos que ponen de manifiesto, desde los diferentes ámbitos de la generación de conocimientos y la participación social, la necesidad imperante por un derecho a la comunicación, a través del cual los países menos desarrollados y sus sociedades puedan alcanzar una sociedad del conocimiento integral, que posibilite el surgimiento de individuos nativos digitales conscientes de los usos y funciones del Internet y sus contenidos, así como de náufragos e inmigrantes digitales capaces de acceder e incorporarse de forma regular en los diferentes entornos digitales que puedan estar presentes.

Desde esta perspectiva, el derecho a la comunicación se fundamenta en dos dimensiones principales. La primera, educativa: caracterizado en la formación de ciudadanos capaces de emplear los diferentes formatos y sistemas comunicacionales existentes o por existir; y la segunda, participativa: a través de competencias comunicacionales para la inclusión e integración social en pro de la edificación de un diálogo constructivo que beneficie a todos los miembros de la sociedad.

Jesús Martín Barbero desde el análisis del valor social de la información y el conocimiento, define el derecho a la comunicación como la facultad que poseen todos los ciudadanos o grupos sociales de acceder y producir información, así como el derecho a disfrutar del equilibrio en el flujo informativo proveniente de, y entre los diferentes países, estableciendo que:

El reconocimiento de esos nuevos derechos tiene a la base el valor que el conocimiento ha adquirido en la “sociedad-red”, como bien público primordial. Y de ahí entonces el otro derecho ciudadano a la comunicación pública del conocimiento que se torna aun más decisivo en las nuevas condiciones de hegemonía tecnológica del saber y de las presiones mercantiles sobre el proceso mismo de su producción y circulación. Lo que se busca salvaguardar es, al mismo tiempo, el derecho a que la sociedad pueda seguir contando con ese otro conocimiento que proviene de los saberes de experiencia social, y el derecho a que todo lo que concierne a las opciones y decisiones sobre desarrollo e inversión en investigación científica y tecnológica pueda ser objeto de información y debate públicos.

El derecho al conocimiento no es sólo el derecho al conocimiento que nos viene de los otros, sino también el derecho a nuestro propio conocimiento, el derecho a participar en la producción de conocimientos del mundo. Así como hay coproducción cinematográfica entre diversos países, así como hay coedición de libros entre muy diversas instituciones, así mismo debería haber coproducción de conocimiento. Y así ellos y nosotros podríamos ser coautores del conocimiento, Lo que se desdobra en el derecho de nuestros países a tener diversos tipos de conocimientos. O sea, a no ser barridos por una racionalidad occidental que nos impone su modo de conocer, empobreciéndonos terriblemente no sólo en lo económico sino en lo cultural (Martín Barbero. 2005: 3-4).



Pasquali destaca que solo serían válidas las normas y comportamientos relativos a una sociedad de la información, en la medida que no afecten o limiten derechos propios de la sociedad de la comunicación, al entender que el derecho a la información o expresión son elementos que integran, y no objetivos del derecho a la comunicación.

EN LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

La sociedad del conocimiento busca como principal objetivo superar la tradicional visión instrumentalista y comercial de la información, a través de herramientas educativas que por una parte permitan a las personas el análisis, selección y descarte de la información de manera crítica, y por otra, aprehender los elementos realmente significativos y formadores de conocimientos que incidan en la mejora de la calidad de vida (Unesco. 2008: 17-18).

Frente a lo anterior, vale la pena cuestionar, cuáles objetivos de desarrollo pueden alcanzar tanto la información como el conocimiento sin la garantía de la socialización; al respecto Pasquali (2011) desde el análisis que realiza del derecho a la información, establece que la perspectiva de la sociedad de la información es una verdadera y manipuladora contradicción en los términos, ya que solo la comunicación permite la socialización, mientras que la información simplemente jerarquiza.

En este sentido, Pasquali destaca que solo serían válidas las normas y comportamientos relativos a una sociedad de la información, en la medida que no afecten o limiten derechos propios de la sociedad de la comunicación, al entender que el derecho a la información o expresión son elementos que integran, y no objetivos del derecho a la comunicación.

Distinción que finalmente pone de manifiesto León Olivé, en su discurso de apertura del foro: *El libro, la lectura y las bibliotecas en la sociedad del conocimiento*, realizado en octubre de 2008, en la Universidad Nacional Autónoma de México, al señalar:

Es especialmente importante no reducir la idea de sociedad del conocimiento a una sociedad que dispone ampliamente de tecnologías de la información y la comunicación, porque eso puede llevar a la equivocada creencia de que el tránsito a una sociedad del conocimiento descansa en un incremento en el uso de artefactos tales como teléfonos móviles, computadoras, conexiones a Internet, libros y bibliotecas digitales y virtuales, y en las interacciones en ese nuevo espacio social. Lejos de ello, se debe poner el énfasis en la educación de las personas y en lograr las condiciones que garanticen el desarrollo de sus capacidades de aprovechar el conocimiento ya existente y de generar el conocimiento nuevo que se requiera para la solución de sus problemas y para la realización de sus planes de vida. De la misma manera se debe lograr la disponibilidad pública del acervo universal de conocimiento (Olivé. 2008: 7).

De esta forma, la sociedad del conocimiento desde el derecho a la comunicación, se presenta como un verdadero escenario democrático, incluyente y participativo, garante no solo de la libertad de opinión y expresión (artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos, 1948), que en la mayoría de los casos ha defendido los intereses de instituciones mediáticas y de la profesión del periodismo bajo la concepción de la libre empresa, sino del derecho y libertad de comunicar de todos los ciudadanos por igual, sin límites o restricciones artificiales de algún tipo, la cual debe ser la finalidad de

cualquier marco regulatorio en materia de comunicación y por tanto de desarrollo social.

Finalmente, es una gran contradicción observar cómo en nombre de promover la comunicación para el desarrollo, el derecho a la comunicación y por tanto la sociedad del conocimiento en el continente, un número significativo de países circunscriban sus normas y reglamentos a responder a la necesidad de ofrecer un espacio comunicacional para aquellos sectores y grupos sociales que tradicionalmente son ignorados, pero de qué sirve tener voz, si a la final nadie escucha, presta atención ni atiende los reclamos.

Después de cincuenta años, son aun vigentes las exigencias para que en el continente se generen de una vez por todas políticas públicas e instrumentos legales que realmente permitan la participación e integración de todos los sectores de la sociedad, lo cual dependerá, como se ha podido apreciar, de posibilitar una comunicación libre y plural para el desarrollo de la sociedad.

BLAS FERNÁNDEZ

Licenciado en Comunicación Social (UCV). Magister en Comunicación Social, mención Comunicación para el Desarrollo Social (UCAB). Coordinador académico de los postgrados en Comunicación Social de la UCAB.

REFERENCIAS

- ANCUZO, M., VÉRTIZ, M. (2011): *Tendencias y desafíos de la comunicación para el desarrollo rural en América Latina: la experiencia de la FAO*. Recuperado el 07-02-2012: <http://www.csdinitiative.org/view-document-details/15tendencias-y-desafios-de-la-comunicacion-para-el-desarrollo-rural-en-america-latina-la-experiencia.html>
- BISBAL, M., PASQUALE, N. (2010): "Sensibilidad, medios y cultura: reflexiones desde el consumo cultural". En: Jesús María Aguirre y Marcelino Bisbal, coordinadores: *Prácticas y travesías de comunicación en América Latina*. Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- BOERGER, Vera (2010): *Comunicación para el desarrollo y uso de redes para el manejo de agua*. Ciudad de Panamá: Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente. Oficina Regional para América Latina y el Caribe.
- BONNELLY, Rafael (2011): *La huella social. Cómo los usuarios tomaron control de Internet*. Caracas: Ediciones de El Nacional.
- CASTELLS, Manuel (2001): *La galaxia Internet*. Barcelona: Editorial Areté.
- DELGADO-FLORES, Carlos (2012): *Educación para la sociedad del conocimiento en Venezuela. Educación para transformar el país*. Foro Cerpe. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas, Venezuela.
- DEL VALLE, Carlos (2007): "Comunicación participativa: aproximaciones desde América Latina". En: *Revista de Estudios para el Desarrollo Social de la Comunicación* (Redes.com), No 4. 113-130. Pensar la ciudadanía, transformar la ciberdemocracia. Recuperado el 18-02-

12: <http://www.revista-redes.com/ojs/index.php/Redes-com/article/view/1167>

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1995): *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. México D.F.: Editorial Grijalbo.

GUMUCIO, A., TUFTE, T. (2008): *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.

HERMOSILLA, María Elena (2006): "Comunicación para el Desarrollo en América Latina: ¿Tiene aún sentido?" En el portal de la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC). Toronto, Canadá. Recuperado el 19-09-07: <http://waccglobal.org/en/20063-communication-for-development-and-social-justice/592-Comunicacion.html>

HERNÁNDEZ, Tito (2009): *La función estratégica de la comunicación en el desarrollo sustentable. Xico, Veracruz. Un ejemplo de aplicación*. Tesis para obtener el Grado de Doctor en Comunicación. Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Veracruzana. Veracruz, México.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (2005): *Desafíos estratégicos de la sociedad de la información a nuestras culturas*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. Esta conferencia hizo parte del "VI Encuentro para la Promoción y Difusión del Patrimonio Inmaterial de los Países Andinos". Recuperado el: 22-06-12: <http://www.c3fes.net/docs/memoriasbarbero.pdf>

OLIVÉ, León (2008): *El libro, la lectura y las bibliotecas en la sociedad del conocimiento*. Palabras de apertura del foro realizado en la Universidad Autónoma Nacional de México, con el patrocinio de Centro para el Fomento del Libro en América Latina, el Caribe, España y Portugal (Cerlalc). Recuperado el 01-03-12: http://www.cerlalc.org/Prospectiva/Leon_Olive.pdf

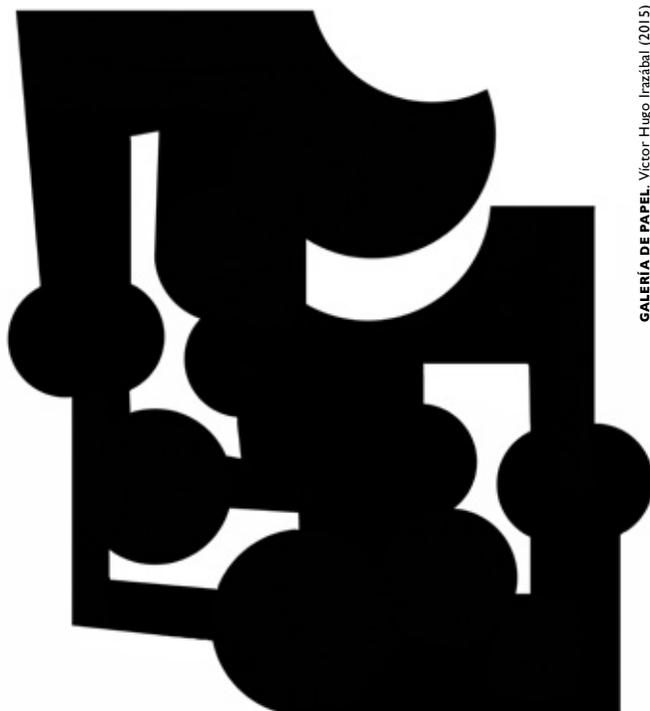
Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2008): *Indicadores de desarrollo mediático: marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*. París: Unesco-Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC).

PASQUALI, Antonio (1998): *Bienvenido global village*. Caracas: Monte Ávila Editores Latinoamericana.

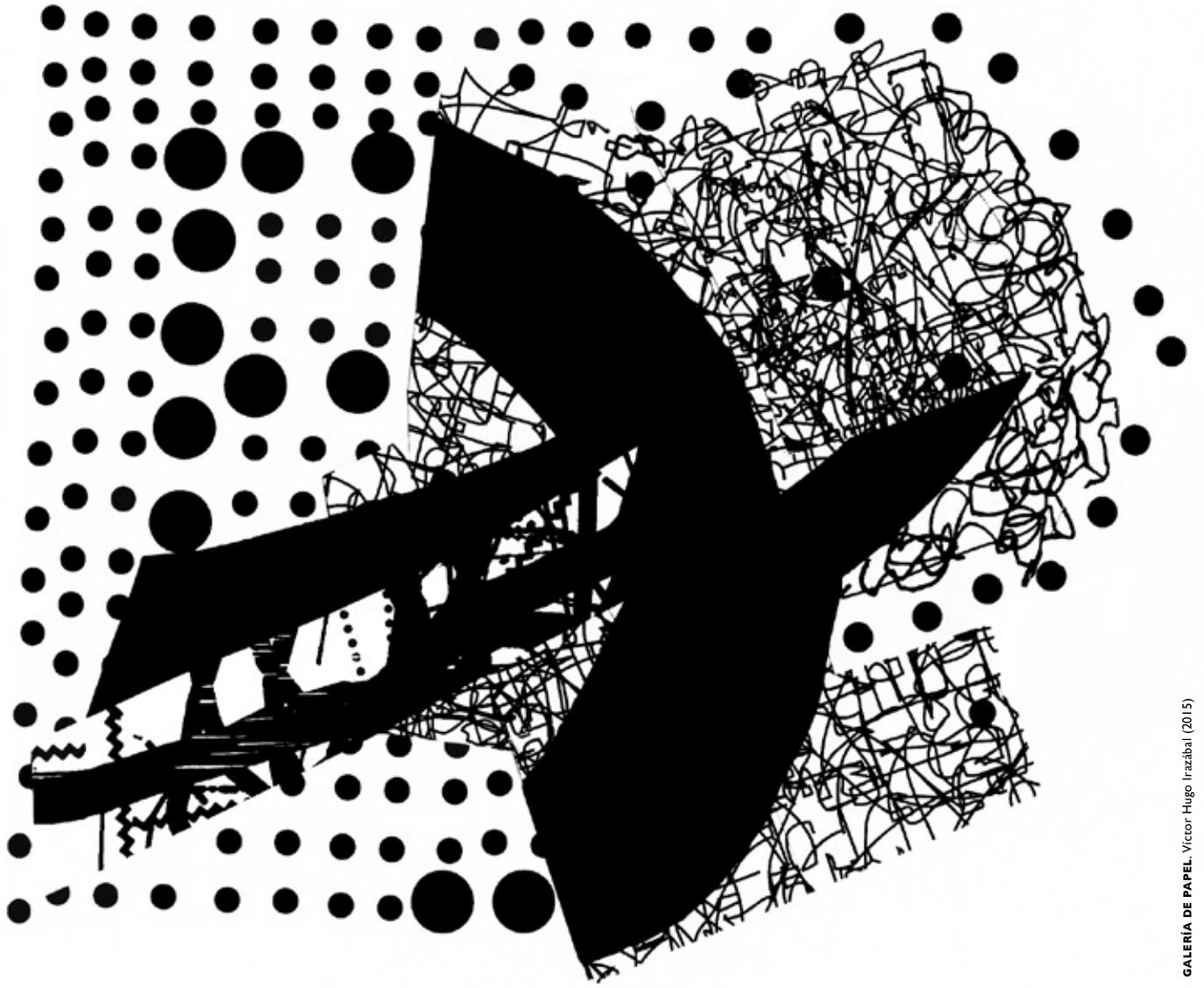
_____ (2011): "La comunicación mundo. Releer un mundo transfigurado por las comunicaciones". En: *Colección Espacio Iberoamericano*, N°1. Zamora, España: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

SCOLARI, Carlos (2008): *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Editorial Gedisa.

SERVAES, Jan (2000): "Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos". En: revista *Temas y Problemas de Comunicación*. Año 8. Vol 10. Departamento de Ciencias de la Comunicación. Centro de Investigaciones en Comunicación (Cicom). Facultad de Ciencias Humanas. Universidad Nacional de Río Cuarto, Argentina.



GALERÍA DE PAPEL. Víctor Hugo Irazábal (2015)



GALERÍA DE PAPEL. Victor Hugo Irazábal (2015)

Storytelling, la experiencia de una labor titánica

LA CRISIS DE LAS MARCAS

Desde hace unos cuantos años se habla de la crisis de las marcas, de la nueva infidelidad de los consumidores. Christian Salmon, apoyado en la sociedad americana de estudios de mercado NDP Group, nos cuenta que “cerca de la mitad de los consumidores norteamericanos que se declaraban fieles a una marca en 2003, había cambiado de opinión años más tarde”.¹ Se sabe que dicha fragilidad es nociva para ellas. Salmon recalca que en 2002 Nokia estaba en el sexto puesto de la clasificación mundial de las marcas, y que para el año siguiente, tuvo pérdidas de 6 mil millones de dólares.

Estamos en los tiempos líquidos², la vida se agita en el vértigo. Internet, con mayor preponderancia de las redes sociales, lo ha cambiado todo. Una información solapa otra información en un día, en minutos. No nos ha dado tiempo de asimilar un evento cuando ya debemos comprender el siguiente. Pero además, debemos opinar al respecto, reportarnos, dar cuenta al mundo de nuestro estado del alma, de aseverar ante la humanidad que estamos montados en el futuro, que no nos hemos quedado atrás. La gente está conectada, la gente conversa y, para desembocar por el lado que nos interesa, la gente también recibe, en este mundo potable, demasiada información, demasiada publicidad.

En ese sentido, se habla entonces de unas determinadas, muy específicas estructuras narrativas de nuestros tiempos que se caracterizan por la fragmentación de la trama, por su velocidad y, por lo tanto, por su brevedad. Se dice además, que son historias flexibles, abiertas, dispuestas a mutar según las determinaciones de su audiencia. Historias que van tan rápido como van los tiempos.

Ante esto, ¿cómo deben entonces reaccionar las marcas? ¿Cómo deben contar sus historias? Es acá donde ha surgido un giro del mero *branding* hacia la *branding experience*. Si bien es cierto que las marcas no han dejado de tener el valor que las instituye y que siguen siendo fundamentales para el mercado y en la mente de los consumidores, no se puede dejar a un lado el hecho de que el vínculo emocional de ellas es cada vez más débil. ¿Serán las marcas un mero signo que resplandece, pulido, hermoso, una placa en el pecho de alguien que nos dice que quien la exhibe tiene poder y nada más, como una autoridad, como un detective que entra a la escena del crimen? No totalmente, pero deben empezar a pensárselo.

Estamos en tiempos “líquidos” como nos dice Zygmunt Bauman. En estos tiempos la llamada convergencia tecnológica –interrelación entre el sector informático y el de las telecomunicaciones– da como resultado el mundo del Internet y con él las redes sociales. En ese sentido, se habla entonces de unas determinadas, muy específicas estructuras narrativas que se caracterizan por la fragmentación de la trama, por su velocidad y, por lo tanto, por su brevedad. El storytelling viene a surgir de este modo como una idea que va en sentido contrario de ese remolino cambiante que son los nuevos tiempos comunicacionales.

We are in “liquid” times as Zygmunt Bauman says. In this times the so called technologic covergency –interrelation between the informatic and telecommunication sector– gives as a result the Internet world and with it social networks. In that sense, we speak about very specific narrative structures that characterized by fragmentation of the frame, its speed and brevity. Storytelling comes up this way as an idea that goes against that changing swirl that are the new communicational times.

● FEDOSY SANTAELLA



**¿Qué es más honesto?, podría preguntarse alguien:
¿Mostrar el producto, mostrar la marca y decir
cómpranos, o contar una historia emotiva
–siempre interesante– patrocinada por una marca?
En su página web, BoConcept nos presenta un
cortometraje, *The Guest* que puede resultar una
buena metáfora al respecto.**

EL ATREVIMIENTO MAYOR

El *storytelling* viene a surgir de este modo como una idea que va en sentido contrario de ese remolino cambiante que son los nuevos tiempos comunicacionales. Mientras los expertos en la academia insisten en exaltar las propiedades de espejo roto de las nuevas narrativas, de preponderar su brevedad y su premura, el *storytelling* viene, como atrevimiento mayor, a retar tales estudios con una ética basada en la tradición, en la vuelta al pasado, en el pozo de las aguas mansas. El *storytelling* ha venido a resultar una respuesta de las marcas ante la acelerada trasmutación líquida.

Kevin Roberts propone así el poder de la atención sobre el poder de la información: “La gente está sobrepasada ante la cantidad de elecciones que tiene que hacer. Adiós a la Economía de la Información. La atención humana se ha convertido en nuestra principal moneda de cambio”.³ El profesional publicitario de nuestros tiempos debe captar la atención de las personas, pero también prestar atención. Ya no es el producto, ya no es la *trademark* lo que constituye la atmósfera del mundo. ¿Cómo puede serlo? A la velocidad que vamos ya el producto queda en segundo plano. No hay tiempo para él en un universo cibernético y *mass*-mediático. Ni lo hay tampoco para las marcas, porque, paradójicamente, lo que importa es que el objeto sea lo suficientemente nuevo y atractivo antes de que sea demasiado tarde y su valor como signo muera. Solo queda tiempo para los signos. Para los signos que giran y giran en torno a la gente, demasiado cargados de electricidad, demasiado acelerados. El *storytelling*, en ese sentido, sabe que no puede volver al producto y que tampoco debe abandonar a la marca, signo todavía activo pero insuficiente. El *storytelling* se mantiene en la punta del tercer simulacro de Baudrillard, allí donde los signos se intercambian unos con otros, donde los signos son referencias de sí mismos. El *storytelling* lo tiene muy claro: el tercer simulacro produce modelos, mapas que refieren o sustituyen la realidad, y esos modelos solo pueden ser más o menos perdurables por medio de las historias. Es como si lo moderno se hubiera dado cuenta que la única manera de seguir siendo moderno es siendo antiguo. Hemos vuelto a lo clásico.

Se creyó, durante demasiado tiempo, en el valor de lo nuevo, en la capacidad del hombre para renovar e innovar. La renovación y la innovación en el *storytelling* tienen la antigüedad del primer hombre que comenzó a contar historias. Se ha vuelto a la superestructura, se ha vuelto al flujograma tradicional, se ha vuelto a la épica, se ha vuelto al arte de contar historias, al cuento. El *storytelling* existe desde Homero.

LO SAGRADO

De modo que el publicista del *storytelling* no ha inventado nada. Su mirada es una vuelta al pasado que busca encontrar; en las estructuras narrativas tradicionales, la mano que detiene ese vértigo de los nuevos tiempos. La publicidad del *storytelling* hace una pausa, medita y habla con una voz menos grandilocuente, menos autosuficiente. La publicidad que piensa historias busca ahora instalarse en torno a la hoguera y empezar a contar. Quiere detener, por un instante, la carrera de los signos, la discontinuidad del mundo de lo real que ya se nos antoja tan

no-real, quiere otorgar sentido y quiere, sobre todo, detener por un instante el tiempo y al consumidor con el fin de mostrarle otro espacio y otros ritmos. El *storytelling* pretende así ser un punto fijo, como diría Eliade, “el eje central de toda orientación futura”.⁴ Marc Augé señala que en el mundo global las imágenes cotidianas nos presentan un mundo *sin fronteras*, “donde los espacios de la comunicación, de la circulación y del consumo, los ‘no-lugares’, no dejan de extender un mundo en el que quedan abolidas algunas de las antiguas fronteras, externas e internas, de los lugares tradicionales”.⁵ En este mundo, atestado de no-lugares, atestado de información publicitaria, el *storytelling* crea ese espacio que pretende sacarnos de la avalancha de las imágenes, del simulacro de los signos, e instalarnos en una especie de espacio sagrado, “el único que es real, que existe realmente”.⁶ Así llama Eliade al espacio sagrado del hombre antiguo. De algún modo, las historias nos convierten de nuevo en hombres antiguos, en hombres que todavía guardan un resquicio de inocencia para asombrarse, para creer en la magia de lo narrado.

Las historias pretenden llevarnos allá, a ese lugar donde el tiempo quiere ser real y lleno de sentido. Pero imaginar historias, dirá Vargas Llosa en *El viaje de la ficción*, no es “no es nunca, en el fondo, una diversión inocente”,⁷ porque las historias disparan los deseos y la imaginación de manera tal que hace crecer la brecha entre lo que somos y lo que nos gustaría ser; y permite brotar en nosotros ese rasgo humano que es “la inconformidad, la insatisfacción, la rebeldía, la temeridad de desacatar la vida tal como es y la voluntad de luchar por transformarla, para que se acerque a aquella que erigimos al compás de nuestras fantasías”.⁸

Para el *storytelling*, la competencia no la gana quien va más rápido, sino quien se detiene a un lado del camino y crea un espacio para llamar tu atención. Si no hay meta en la acelerada carrera por la novedad, si nunca llegaremos a un lugar, ¿entonces por qué no detenerse un instante y disfrutar el paisaje? Esta es la teoría del contador de historias, así es como encaja dentro del *branding experience*.

LA METÁFORA

El *storytelling* hace pausa y te invita a disfrutar de la experiencia de la marca. Acércate, no tengo algo que decirte, tengo más bien algo que (re)contarte, una vieja y bonita historia que no pretende *venderte* nada. Solo queremos que disfrutes.

¿Qué es más honesto?, podría preguntarse alguien: ¿Mostrar el producto, mostrar la marca y decir *cómpranos*, o contar una historia emotiva –siempre interesante– patrocinada por una marca? En su página web, BoConcept nos presenta un cortometraje, *The Guest* que puede resultar una buena metáfora al respecto.

Mikkelsen recibe a un amigo (Dejan Cukic) en el aeropuerto y lo lleva a su casa. La casa está llena de muchachas hermosas en trajes de baño que además sonríen y parecen dispuestas a complacer cualquier petición. El amigo se alegra pero luego desespere, porque Mikkelsen ignora a las chicas y se dedica a distraer a su amigo en otros asuntos. Lo sienta en unos cómodos sofás, le habla de comer sushi, saca el sushi de un compartimento secreto de la mesa del centro de la sala, lo invita a tomar café en una mesa retráctil y de formas modernísimas,



(...) lo que ha ocurrido es que los costos que podrían haber sido destinados a los medios, se trasladan a la producción de un material de entretenimiento mucho más elaborado y vistoso. Tal como dice Tom Hipe, hay marcas que tienen algo complejo e interesante que contar, y para ello han surgido nuevas herramientas que están ganando terreno.

lo lleva al cuarto donde dormirá y le muestra una cama que guarda las sábanas en un espacio también discreto (allí se escondía una de las chicas). Hasta el final, el amigo se muestra realmente ansioso por compartir con aquellas magníficas muchachas, mientras que Mikkelsen solo se esmera en mostrar, solo en mostrar, sin decir nada al respecto, el mobiliario de la casa. La pieza cierra con Mikkelsen diciéndole al amigo que mañana le tiene otra sorpresa: lo llevará a la tienda de muebles.

BoConcept nos está contando una historia divertida, donde a nosotros, los invitados, no nos interesan los muebles, sino la historia que nos están contando (representada por las chicas). Pero por supuesto, BoConcept, como el personaje de Mikkelsen, está allí, mostrándonos sus productos. Tan solo mostrando. ¿Está bien esto, hay honestidad allí? Pues que no quepa duda: nadie va hacia una pieza publicitaria (así sea un cortometraje con una buena historia) sin saber que está viendo una pieza publicitaria. Las reglas del juego están preestablecidas: esto que vas a ver es publicidad. Mientras así sea, ¿dónde está la deshonestidad? Lo que ha hecho la marca es cambiar de perspectiva: mi publicidad ahora será una historia, pero no deja de ser publicidad. Allí está el logotipo, allí de entrada, allí al inicio, y allí al final la frase de la marca cerrando la pieza y otra vez el logotipo o el nombre de la marca.

Pero BoConcept no te ha dado cualquier cosa. Se ha esforzado por complacerte, por entretenerte. Se ha esmerado por hacer que detengas por un instante la carrera, que te bajes de la montaña rusa y entres en una carpa, donde tan solo hay alguien, sentado en una silla sobre la tarima, contándote una historia debajo del foco de luz. ¿Tienes tiempo para eso? Pues si lo tienes, nosotros no haremos que lo pierdas. Te daremos algo que te gustará y que recordarás. Recordarás la historia, y esperamos que nos recuerdes a nosotros.

El cortometraje en cuestión es para todos, está allí, al alcance de quien tenga una conexión de Internet, pero es sobre todo, para quienes están ocupados y no quieren perder el tiempo cuando le dan un lugar al esparcimiento.

¿Lo van a perder viendo publicidad?

¿O lo van a invertir viendo publicidad?

El *storytelling* cree en la economía de la atención, esa es su apuesta, en eso se arriesga. Llama la atención pero luego de haber prestado atención, pues se ha dedicado a escuchar a la gente. La gente quiere ser escuchada, la gente, diría Roberts, tiene un mensaje muy claro que darle al publicista de hoy: sedúceme, enamórame y quédate conmigo.

CREAR TIEMPO

Ese tiempo, cabe decir y tal como ya se asomó, se despliega con todas sus posibilidades en Internet. En las formas de la publicidad tradicional, hay muy poco tiempo y espacio para este tipo de exposiciones. Considérese que sus costos serían altísimos. Esto no quiere decir que el *storytelling* sea más económico. En muchos casos, lo que ha ocurrido es que los costos que podrían haber sido destinados a los medios, se trasladan a la producción de un material de entretenimiento mucho más elaborado y vistoso. Tal como dice Tom Hipe, hay marcas que tienen algo complejo e interesante que contar, y para ello han surgido nuevas herramientas que están ganando terreno.⁹ Cito a Hipe:

En los espacios *on-line*, las posibilidades de los contenidos de marca son más flexibles y menos limitadas. Mientras que la publicidad tradicional se basa esencialmente en comprar tiempo, los espacios *on-line* se basan en crearlo. Invitan a la gente a descubrir y explorar relatos al nivel que deseen. Mientras la experiencia valga la pena y sea interesante, la historia puede alargarse infinitamente.¹⁰

La experiencia *on-line* ha permitido contar historias como la de Horst Schlämmer y Volkswagen. En 2007, la compañía contrató al comediante Hape Kerkeling, para desarrollar una historia con el inefable Horst Schlämmer, un personaje ya conocido por el pueblo alemán que es todo un esperpento pero que se piensa un absoluto símbolo sexual. En esa oportunidad, Schlämmer apareció en varios episodios *on-line* en los que intentaba aprender a manejar con el fin de sacarse la licencia de conducir y así... conseguir una novia. Schlämmer, por supuesto, culpaba de su impericia a los carros. Ninguno era suficientemente bueno para él. Solo cuando encontró un Volkswagen se sintió satisfecho. Por supuesto, ya la serie estaba por terminarse, y la marca fue rebelada. Ya para ese momento, las audiencias estaban cautivadas. El sitio web obtuvo 4 millones 270 mil visitas, y, lo más importante, se vendieron 150 mil autos en tan solo dos meses. Fue la campaña viral más exitosa de Alemania.

También Internet ha permitido el desarrollo de historias de mano de la gente. Ejemplo de ello fue la serie interactiva *Where are the Joneses?*, de Ford, que nos contaba la aventura de Dawn e Ian Jones, dos hermanos que empezaron a recorrer Europa en busca de sus otros hermanos, nacidos después de que su padre acudiera a un banco de semen. El sitio web invitaba a los espectadores a comentar los episodios y a participar en la elaboración del guión. Las aventuras se filmaban y se colgaban todos los días. Los espectadores podían dictar lo que pasaría al día siguiente, con quién entrarían en contacto los Jones y los lugares que explorarían. La colaboración se hacía por medio de una página *wiki*, y así se creaban argumentos, e incluso la gente podía presentar videos e imágenes para realizar propuestas.

El *storytelling* busca el tiempo, crea el tiempo, nos regala tiempo y espacios de distracción y creatividad. Con el *storytelling* la marca llama la atención y presta atención, mantiene una relación que, se espera, sea a un largo plazo más o menos relativo. ¿Todo un arte malévolo de la publicidad? Que no quepa duda. Un arte malévolo que entretiene.

¿QUÉ HAY EN UN NOMBRE?

¿Qué hay en un nombre?, pregunta eternamente Shakespeare en *Romeo y Julieta*. ¿Una rosa seguiría oliendo a rosa si le cambiáramos el nombre? Hoy en día, al consumidor pareciera darle igual cambiar de marca, cambiar de nombre, porque para el consumidor cualquier marca puede tener el mismo olor. Para el consumidor de hoy una rosa sigue siendo una rosa. Y no debe ser así. La experiencia entre una marca y otra debería ser distinta. Una de las herramientas que está allí, a la búsqueda de que esas percepciones sensoriales sean distintas, es el *storytelling*. Ya se dijo, nada nuevo, sino más bien un rescate, un retomar de conciencia de los valores de las historias.



GALERÍA DE PAPEL. Víctor Hugo Irazábal (2015)

¿Funciona el *storytelling*? ¿Persistirá su maldad? ¿Mantendrá su rumbo? ¿Se trata acaso de una bonita filosofía de aquellos publicitas que sueñan con algo más allá de los lugares comunes? Si bien la *branding experience* prevalece y no tiene vuelta atrás, nada nos asegura que el *storytelling* venza la velocidad de la vida líquida. Estamos, sin duda, ante una labor titánica. Mientras tanto, esto es lo que ha venido ocurriendo, esto es lo que ocurre en los mejores ámbitos de la publicidad contemporánea.

FEDOSY SANTAELLA

Licenciado en Letras. Escritor con varias novelas en su haber.

Candidato a Magister en Filosofía. Profesor de pregrado y postgrado en la Universidad Católica Andres Bello (UCAB).

NOTAS

- 1 SALMON, Christian (2008): *Storytelling / La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Barcelona: Península, 45.
- 2 Tomo el término del famoso *Vida líquida*, de Zygmunt Bauman.
- 3 ROBERTS, Kevin (2005): *El futuro más allá de las marcas / Lovemarks*. España: Urano, 33.
- 4 ELIADE, Mircea (1988): *Lo sagrado y lo profano*. España: Labor, 25-26.
- 5 AUGÉ, Marc (2012): *La comunidad ilusoria*. Barcelona: Gedisa, 10-11.
- 6 ELIADE, Mircea. *Ob. cit.*, 25.
- 7 VARGAS LLOSA, Mario (2008): *El viaje de la ficción*. Madrid: Alfaguara, 16.
- 8 *Ibíd.*
- 9 HIPE, Tom (2008): *La publicidad de vanguardia*. Barcelona: Blume, 141.
- 10 *Ibíd.*

Otro emprendedor de 20 puntos

En el camino de todo gran microempresario está el apoyo del **Programa de Formación de Microempresarios**, otra demostración de inclusión social impulsada por la **Banca Comunitaria Banesco** que les ha dado a miles de emprendedores venezolanos diferentes habilidades para volverse más competitivos en el mercado y aportar al crecimiento del país.

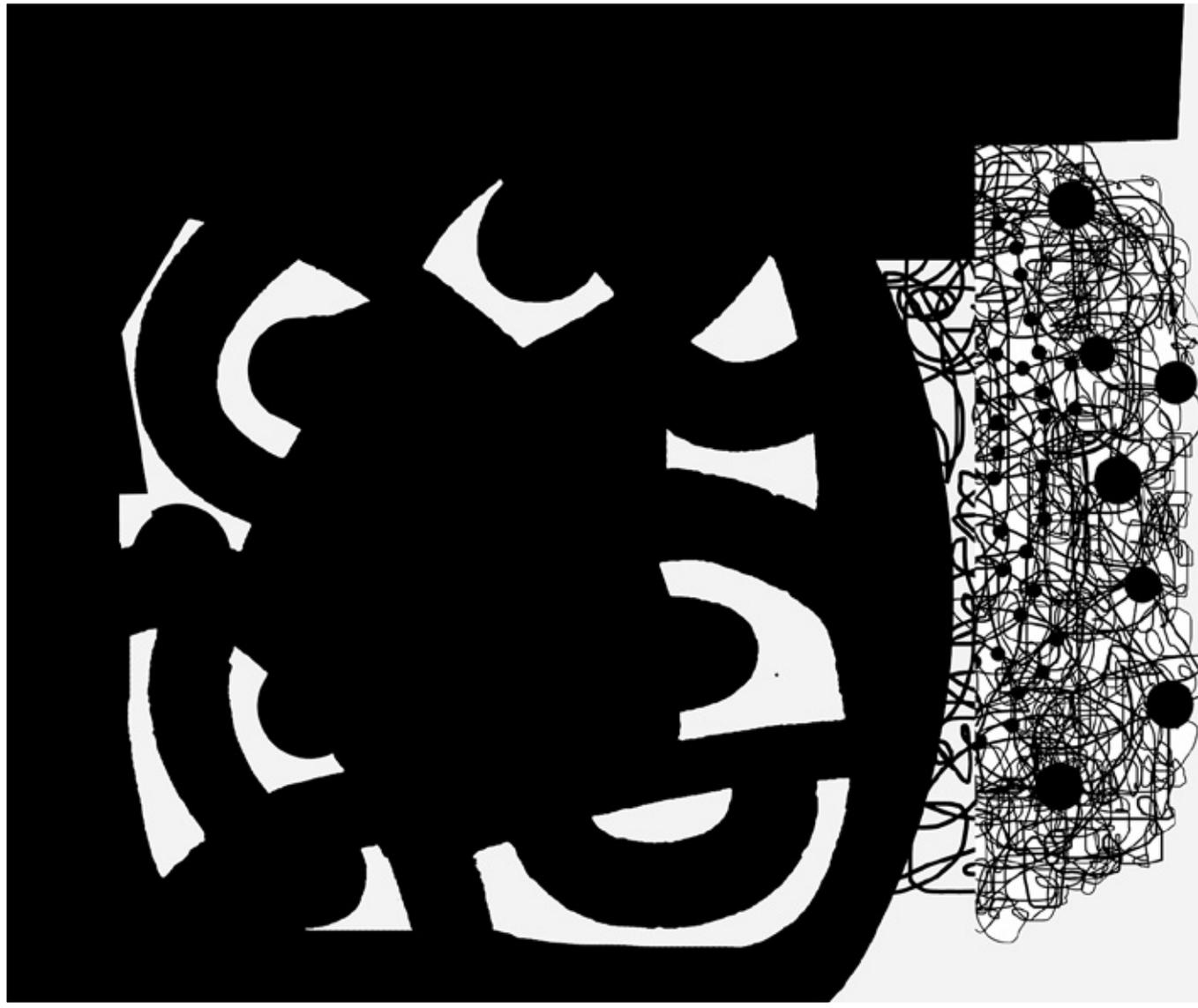
**Banca Comunitaria Banesco
Ahora el banco viene a ti**

¡Inscríbete ya en
www.bancacomunitariabanesco.com!



me gradué
de microempresario

GALERIA DE PAPEL. Víctor Hugo Irazábal (2015)



AULA INVERTIDA

40
años



GALERÍA DE PAPEL. Victor Hugo Irazábal (2015)

Mitos del aula sin muros en Venezuela

“EL AULA sin muros” de Marshall McLuhan es una metáfora interesante y provocadora que nos invita a pensar sobre las tecnologías y los medios masivos al servicio de la educación. Este ensayo publicado por la editorial española LAIA en 1974, subraya un conjunto de temas educativos vigentes que comento enseguida¹.

Los medios tradicionales de comunicación, cine, radio, televisión y los impresos, son instrumentos “auxiliares audiovisuales para la enseñanza.” Esto significa que las pedagogías y didácticas deben aprovechar estos instrumentos para desarrollar la reflexión crítica y creativa.

El problema no radica en que Internet y los medios de comunicación informen o desinformen más que la escuela o la familia. El reto de la escuela es incentivar el aprender a pensar y no dejarnos impresionar por cualquier tipo de información, fundada o no, veraz o no. La información hay que cotejarla con puntos de vista, con otros medios, con las asignaturas y otras voces. La información se puede convertir en conocimiento, en tanto se analice desde la más amplia pluralidad conceptual y metodológica.

McLuhan también señala que muy pocos estudiantes “llegan a tener la capacidad para analizar periódicos. Menos todavía examinar inteligentemente una película. Saberse expresar y tener capacidad de distinguir en asuntos cotidianos y en materia de información es sin duda el distintivo del hombre educado”.

Es por eso que hay que educar para la *cultura del espectáculo*. Indica, además el investigador canadiense “nunca ha dejado de ser cierto que lo que agrada, enseña de modo más efectivo”. Siendo así, el componente intelectual, emocional y lúdico es imprescindible para que el estudiante se relacione de manera significativa y productiva con su entorno social.

La expresión “aula sin muros” se ha tergiversado con el tiempo y, por lo tanto, ha perdido la concepción original, cultural y pedagógica, planteada por Marshall McLuhan. Ello ha derivado en un elenco de mitos que giran en torno a la educación, de los cuales señalaré diez que considero esenciales y que se aprecian en el gráfico 1.²

La expresión “aula sin muros” del investigador canadiense Marshall McLuhan se ha tergiversado con el tiempo y, por lo tanto, ha perdido su concepción original, cultural y pedagógica. Ello ha derivado en un elenco de mitos que giran en torno a la educación y la comunicación, de los cuales este ensayo señala diez para el caso de Venezuela.

The expression “Classroom without walls” of the canadian researcher Marshall McLuhan has been distorted with time, thus the original conception, cultural and educational has been lost. This has led in to a cast of myths that revolve around education and communication, of which this essay points ten for the Venezuelan case.

● GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ



La escasa reflexión pedagógica sobre lo educativo virtual ha traído como consecuencia un anti-constructivismo educomunicacional que se expresa en conductas esperadas: individualismo, egotismo, acumulación de datos. Problema nada nuevo y cuyo origen se identifica en la educación presencial bancaria, teorizada por Paulo Freire

II

Mito 1

Las tecnologías son la panacea de la educación. Las tecnologías no pueden resolver problemas educativos de viejo cuño. Indico algunos: falta de hábito y pasión por la lectura, deserción y violencia escolar, infraestructura limitada incluyendo la masificación estudiantil, debilitamiento de valores humanos primordiales (responsabilidad, respeto, solidaridad y trabajo en equipo). Estos viejos problemas y los que se están generando con la presencia avasallante de las tecnologías solo pueden solucionarse o atenuarse, en tal caso, con la participación integral de la institución familiar, educativa, el Estado y las comunidades.

Mito 2

Las clases son aburridas porque los profesores no tienen carisma y no están informados. Frase implacable que no deja de repetirse en la cotidianidad. Siempre ha habido inconformismo contra el principio de autoridad representado por el profesor. El carisma y la elocuencia son aspectos que pueden contribuir en la comunicación, romper el hielo es superar tensiones en dinámicas grupales. Parecerse a un animador de televisión tampoco nos convierte en profesor. Exigirle al educador que tenga la más vasta información, eso es imposible en la sociedad red. La velocidad que imprimen las tecnologías a la vida está influyendo notablemente en la concentración, el sosiego, en el pensamiento y el lenguaje; esto puede explicar, en parte, el aburrimiento y la angustia. Se prefiere leer un resumen, una guía al mejor estilo *Reader's Digest*, que un libro impreso o digital. Si ser carismático es dejar hacer y dejar pasar; ser chévere, gracioso y tratar de caerle bien a todo el mundo, se adultera totalmente el rol del educador que consiste en formar para una conciencia autónoma, crítica y propositiva.

Mito 3

La educación electrónica abre las puertas a la sociedad del conocimiento. Esto no es del todo cierto. Observo con gran preocupación que los fundamentos pedagógicos contemporáneos de Piaget, Vigotsky, Ausubel y Bruner; por citar algunos autores prominentes, se soslayan en aulas virtuales y software educativo. Se reedita la memorización sin comprensión, la repetición sin explicaciones ni cuestionamientos. En esta circunstancia es imposible propiciar el aprendizaje colaborativo y la construcción de significados útiles para la vida, a partir de la interacción que establece el estudiante con sus mediaciones sociales, familia, escuela, grupos de amigos, comunidades, medios masivos, Internet. Por cierto, no existe una llave mágica para ingresar a la sociedad del conocimiento globalizado. Eso sí, un factor vital que contribuye a insertarnos en ella es la democracia como forma superior de gobierno y su correlato, libertad de expresión, acceso a la información, participación en asuntos públicos, derecho a la comunicación y diversidad cultural.

Mito 4

La educación a distancia promueve la comunicación y el intercambio del saber. Sin embargo, en la práctica, suele ocurrir, que la ciber-educación tiende a imponer un modelo pedagógico basado en el info-

GRAFICO I



centrismo y tecnocentrismo, lo cual equivale a decir que la difusión de volúmenes de información y la innovación tecnológica seduce más que la comprensión y la producción de conocimientos. Se requiere entonces de una pedagogía crítica y constructiva que opere a favor de una cultura de la comunicación en la educación presencial y a distancia.

La escasa reflexión pedagógica sobre lo educativo virtual ha traído como consecuencia un anti-constructivismo educomunicacional que se expresa en conductas esperadas: individualismo, egotismo, acumulación de datos. Problema nada nuevo y cuyo origen se identifica en la educación presencial bancaria, teorizada por Paulo Freire³. Este tipo de educación, si se puede calificar así, define el hecho educativo como una actividad meramente informativa, tecnológica y mediática. Es un modelo prescriptivo: el educando es un receptor; no es percibido como un ser consciente, históricamente situado en la sociedad global y local.

El modelo prescriptivo, muy propio por la sociedad de la información, descarta conocimientos previos. El pensamiento no establece sinergia activa con su entorno. La información no se objeta, todo lo contrario, se memoriza sin criterios, se repite sin comprensión solo para cumplir con la función administrativa de las evaluaciones. En estas condiciones, cuesta motivar el intercambio sosegado de opiniones académicas entre los mismos estudiantes.

Urge entonces operacionalizar el constructivismo educomunicacional en el quehacer escolar y universitario así como en los programas orientados a las diversas modalidades de educación a distancia. Tarea nada fácil para el docente saturado de asignaturas, presionado por el hacinamiento en las escuelas, muchas veces sin competencias en



Educomunicación y educación mediática son términos que se desarrollan en el ámbito pedagógico. Estos términos no han sido examinados ni debatidos ni objetados, como era de esperarse, en el sector académico venezolano.

el ámbito tecnológico y carente de estudios de actualización en lo pedagógico y comunicacional.

Los planteamientos *ciber-didácticos* deben abordar un conjunto de competencias conceptuales, procedimentales y actitudinales, que favorezcan la comunicación entendida como disputa y construcción de sentidos, que además animen la capacidad autocrítica, cuestionar y corroborar datos y conocimientos apoyándose en niveles superiores de reflexión: solución de problemas, análisis y comparación, elaboración y evaluación de propuestas de aprendizaje y desarrollo de conceptos articulados con el contexto sociocultural del educando.

Mito 5

La Educación y Ciencias de la Comunicación permiten comprender el rol de las tecnologías al servicio de la educación. Precisamente, esta es una de las asignaturas pendientes en las ciencias sociales y humanas. Los investigadores en educación y comunicación no han establecido un genuino diálogo con el fin de determinar unos mínimos acuerdos sobre los fundamentos teóricos y epistemológicos que deben orientar la educomunicación. Las comunidades académicas en educación y comunicación son como dos líneas paralelas que nunca se cruzan, pese a los notables esfuerzos que el sector universitario ha desarrollado en los estudios de cuarto nivel, especializaciones, maestrías y doctorados. El debate entre la educación y la comunicación sigue pendiente. En este sentido, propongo un primer esquema teórico sobre los elementos que confluyen en el paradigma integral de la educomunicación, que se expresa en el gráfico 2¹.

En ese gráfico 2, la *interdisciplina educomunicacional* establece zonas de intersección teórica y metodológica con el fin de desarrollar propuestas y programas educativos orientados a estudiar los medios masivos, Internet y las mediaciones sociales. En la zona de intercepción, marcada en el centro del gráfico, se espera que se formule un mínimo

de unificación terminológica o de acuerdo conceptual entre las teorías del aprendizaje y de la comunicación. Fíjense que estoy planteando una *intermetodología* constituida por estos aspectos: deontología, líneas de investigación y paradigmas, teorías, métodos y técnicas que abrevan de las multidisciplinas. Pudiéramos convenir que la sinergia entre educación y comunicación solo tiene sentido si considera los supuestos de la inter-metodología educomunicacional en el marco de la sociedad del conocimiento.

En síntesis, estos son los obstáculos metodológicos que nos impiden evaluar bajo qué circunstancias pedagógicas operan las tecnologías en la sociedad, siguiendo los criterios teóricos de Vasallo de Lopes⁵:

- Ausencia de reflexión epistemológica sobre la historia del campo científico, multidisciplinario.
- Escasa reflexión crítica de métodos y técnicas.
- Insuficiente dominio en teorías.
- Imprecisión conceptual.
- Falta de una visión metodológica integrada.
- Dicotomía entre investigación cuantitativa y cualitativa. (Es por ello que sugiero la interdisciplinariedad y la intermetodología para la comprensión integral de la educación y la comunicación).

Mito 6

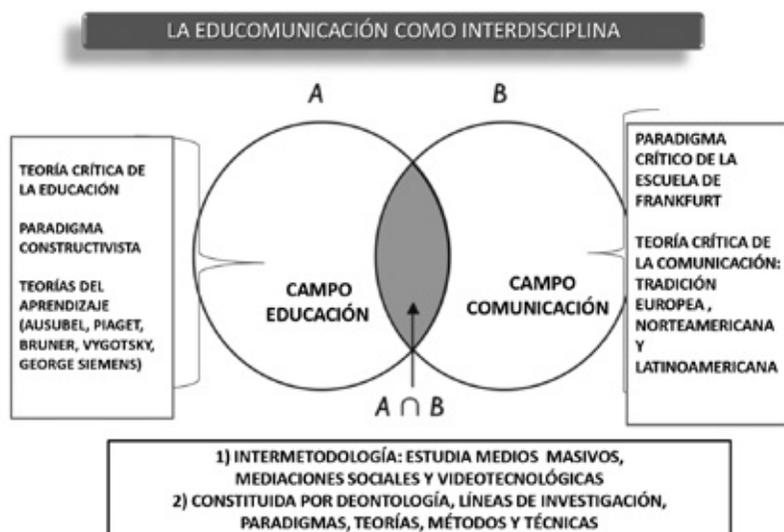
Educomunicación y educación mediática son términos que se desarrollan en el ámbito pedagógico. Estos términos no han sido examinados ni debatidos ni objetados, como era de esperarse, en el sector académico venezolano. Quedan pendientes seminarios en pre y postgrado, apertura de líneas de investigación, publicaciones, investigación y extensión educomunicativa que animen espacios de intercambio teórico y metodológico así como el conocimiento de experiencias concretas que den cuenta del quehacer educativo desde la modalidad presencial y virtual. A partir de estas sugerencias, paso a definir dichos términos complementándolos con las definiciones muy divulgativas que suministra la Unesco al respecto.

● La *Educomunicación* es un campo del saber inter-pluridisciplinario: subsidiaria de la ciencia de la educación y la comunicación. Este enfoque pedagógico constructivista, justifica en lo teórico-metodológico a la educación formal así como a todas aquellas modalidades de enseñanza y aprendizaje que utilizan tecnologías y que centran su objeto de estudio en los medios y mediaciones sociales.

● La *Educación mediática* desarrolla competencias metodológicas para evaluar los medios en la sociedad de consumo, donde el tema de las audiencias ocupa un lugar primordial para estudiar la opinión que estas tienen sobre los mensajes masivos desde sus contextos de experiencia.

● La Unesco, por su parte, desarrolla un conjunto de elementos claves para la alfabetización de cara a la sociedad

GRÁFICO 2





El aprendizaje colaborativo no se impone ni se decreta. Se ejercita en el aula presencial y debe también propiciarse en las modalidades de educación a distancia. Tiene que existir una disposición moral, intelectual y espiritual para socializar y emprender proyectos mancomunados.

del conocimiento. Propone para ello un programa de *alfabetización informacional y mediática*.

- La *alfabetización informacional* destaca el valor ético del comunicar así como la formación en competencias sobre el uso de las tecnologías a fin de acopiar, procesar y evaluar la información, desde múltiples enfoques y realidades.
- La *alfabetización mediática* contempla estos aspectos:
 - Analiza la responsabilidad social de los medios en la democracia.
 - Evalúa los mensajes en el contexto de la participación ciudadana.
 - Incentiva en el usuario competencias audiovisuales para que sea capaz de producir contenidos.
 - Comprende las condiciones políticas, económicas, sociales bajo las cuales los medios masivos cumplen con sus funciones esenciales: entretener, informar y educar. (Las cualidades más precisas de estas alfabetizaciones se presentan en la tabla 1).

En síntesis, la Educomunicación confiere un valor y sustento pedagógico-constructivista a la Educación Mediática e Informacional. En otros términos, el fundamento pedagógico de la educación en medios e Internet es el paradigma educomunicacional. En este paradigma confluyen un elenco de disciplinas y enfoques como por ejemplo: psicología social, sociología, teoría crítica de la comunicación, filosofía de la educación, semiología, teoría del aprendizaje y didáctica.

Mito 7

Los medios masivos y las tecnologías manipulan a su antojo conductas y actividad mental. Esta es una visión determinista de la influencia de la información que excluye al sujeto como ser pensante en su contexto social. Por el contrario, Joseph Klapper⁷ propone la *teoría de los agentes cooperantes* para demostrar que los medios masivos no son la causa principal de los problemas sociales. Estas son las premisas centrales de su teoría:

- Los mensajes tienden a reforzar valores y contravalores.
- Los medios pueden ejercer una influencia determinante en hábitos, preferencias, conductas y pensamientos, siempre y cuando estos se conviertan en la principal fuente de información y de entretenimiento de nuestras vidas. (Allí radicaría el efecto fuerte de los medios masivos).
- Los probables efectos mediáticos deben considerarse como una influencia más que actúa dentro de un conjunto de factores y otras influencias.

TABLA 1

UNIFICANDO NOCIONES DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA E INFORMACIONAL⁶

ALFABETIZACIÓN INFORMACIONAL

Definir necesidades de información	Localizar y evaluar información	Organizar la información	Uso ético de la comunicación-información	Conocimiento de las TIC para procesar información
------------------------------------	---------------------------------	--------------------------	------------------------------------------	---------------------------------------------------

ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA

Entender el papel de los medios en democracia	Entender las condiciones bajo las cuales los medios cumplen sus funciones	Evaluar de una manera crítica el contenido de los medios	Compromiso de auto-expresión y participación democrática	Revisar destrezas para producir contenido generado por los usuarios
-----------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------

Los medios y las tecnologías no operan en el vacío, sino que interactúan con las mediaciones sociales: familia, escuela, religión, devenir cultural, círculos de amigos, instituciones, zonas residenciales. Estas mediaciones confieren sentido a la comunicación y la cultura porque contienen historia, mundo de relatos, tramas y tragedias, información y conocimientos.

En cambio el enfoque de los efectos fuertes, o la llamada *efectología*, no ofrece respuesta de cómo interactúan las audiencias con los medios masivos y tecnologías de punta en un mundo globalizado. Solo da cabida a la reflexión mercantil y política de cómo los mensajes influyen de manera unidireccional en la sociedad, sin tomar en cuenta la diversidad cultural y las comunidades de interpretación.

Mito 8

Las tecnologías coadyuvan en el desarrollo del aprendizaje colaborativo. Es inusual, por lo general, que los estudiantes deseen incorporarse en equipos de trabajo por razones de índole psicosocial y cultural. Cito algunas de ellas: inmadurez, timidez, temor a hacer el ridículo, inseguridad, egocentrismo, egoísmo, prejuicios, envidia. Prefieren, en la mayoría de los casos, trabajar solos, aislados en sus propios hogares o en cibercafés, demostrando con ello una conducta individualista, competitiva, muy en sintonía, por cierto, con la dinámica de la sociedad del consumo y del espectáculo.

El aprendizaje colaborativo no se impone ni se decreta. Se ejercita en el aula presencial y debe también propiciarse en las modalidades de educación a distancia. Tiene que existir una disposición moral, intelectual y espiritual para socializar y emprender proyectos mancomunados. No tiene que ver con ideologías ni modas políticas. En docentes y estudiantes tiene que primar el humanismo y el empeño por mejorar la realidad y hacer valer los principios democráticos, derechos humanos y ciudadanos. Siendo así, en el aprendizaje colaborativo se valoran las habilidades similares de los alumnos como requisito primordial para trabajar en equipo⁸. De allí depende la interacción creativa y constructiva que se establece entre los estudiantes y con el mismo profesor.



Los docentes, en la mayoría de los casos, no tienen bien definido cuál es su rol como gestor de conocimiento y de información ni tampoco tienen claro cuáles son las competencias pedagógicas que deben desarrollar en las modalidades de educación a distancia

Manuel Area y Amador Guarro⁹ sugieren una interesante *didáctica de la colaboración*, que posibilita la cristalización de los objetivos académicos, a partir de estas condiciones precisas:

- Que se propongan tareas cuya resolución exija la colaboración entre iguales.
- Que las tareas por su grado de dificultad tienen que ser resueltas en equipos colaborativos.
- Compromiso individual y grupal para el desarrollo del trabajo colaborativo. (“La colaboración solo mejora la calidad de la reflexión individual”¹⁰).
- Competencia comunicativa para expresarse en forma oral y escrita.

Mito 9

Las universidades nacionales usan las tecnologías con propósitos académicos. Una de las principales objeciones que se le puede atribuir al sector académico universitario es que muchas veces cuenta con la infraestructura tecnológica y capacidad instalada de computadoras, pero el uso educativo, incluso administrativo, es muy limitado por no decir precario; no se aprovechan al máximo las tecnologías en las universidades. No existe *cultura virtual* para impulsar aprendizajes en línea. No se entiende que la innovación tecnológica opera como factor de cambio decisivo en las organizaciones. Es por ello que presento una lista de posibilidades y obstáculos que ofrecen las tecnologías de la información en los entornos educativos de aprendizaje, según la apreciación muy explicativa de Julio Cabero¹¹. (Ver tabla 2)

Mito 10

El docente es un gestor de conocimiento en la cibereducación. Los docentes, en la mayoría de los casos, no tienen bien definido cuál es su rol como gestor de conocimiento y de información ni tampoco tienen claro cuáles son las competencias pedagógicas que deben desarrollar en las modalidades de educación a distancia (*e-learning*, *b-learning* y aprendizaje ubicuo).

Para los autores Gairín, Armenjol y García San Pedro¹³, el *gestor de conocimiento*, en términos generales, es un agente que acopia, procesa y socializa la información y el saber constituido con miras a trabajar en equipo de manera colaborativa, creativa y constructiva; de acuerdo a objetivos y propuestas que beneficien tanto al individuo como a la comunidad.

La gestión del conocimiento se sustenta en los postulados de los enfoques constructivistas y en las teorías del aprendizaje (significativo, descubrimiento, equilibrio y reestructuración), que fomentan el aprender a pensar con información. En lo que sigue, defino, de manera sucinta, los principios del constructivismo, que deben ser tomados en cuenta en aulas virtuales y presenciales:

- El *constructivismo educativo*, según Díaz Barriga y Hernández Rojas¹⁴, se basa en concepciones de orden psicogenético y cognitivo. Estos son algunos de sus rasgos principales¹⁵:

TABLA 2

USO DE LAS TECNOLOGÍAS EN LA EDUCACIÓN¹²

1	<i>Ampliación de la oferta informativa.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso y recursos necesarios por parte del estudiante.
2	<i>Creación de entornos flexibles para el aprendizaje.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de una infraestructura administrativa.
3	<i>Eliminación de barreras espacio-temporales entre el profesor y estudiantes.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con personal técnico de apoyo. • El ancho de banda no permite realizar una verdadera comunicación audiovisual y multimedia.
4	<i>Incremento de las modalidades comunicativas.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Costo para la adquisición de equipo con calidades necesarias para desarrollar una propuesta formativa, rápida y adecuada.
5	<i>Potenciación de los escenarios y entorno interactivos.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de cierta formación para poder interactuar con un entorno telemático.
6	<i>Favorecer el aprendizaje independiente y autoaprendizaje, como el colaborativo y en grupo.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Necesidad de adaptarse a nuevos métodos de aprendizaje. No todos los cursos y contenidos se pueden distribuir en la Red.
7	<i>Romper los clásicos escenarios formativos, limitados a las instituciones escolares.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • En ciertos entornos el estudiante debe saber trabajar en grupo de forma colaborativa. • Falta de experiencia educativa en su consideración como medio de formación.
8	<i>Ofrecer nuevas posibilidades para la orientación y la tutorización de los estudiantes.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Problemas de derecho de autor, seguridad y autenticación en la valoración. • Muchos entornos son demasiado estáticos y simplemente consisten en ficheros en formato texto o PDF.
9	<i>Facilitar una formación permanente.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Las actividades en línea pueden llegar a consumir mucho tiempo.

— Énfasis en la autoestructuración.

— Competencia cognitiva determinada por el nivel de desarrollo intelectual.

— Modelo de equilibración: generación de conflictos cognitivos y reestructuración conceptual.

— Cualquier aprendizaje depende del nivel cognitivo inicial del sujeto.

— Énfasis en el aprendizaje por descubrimiento.

— Teoría ausubeliana del aprendizaje verbal significativo.

— Énfasis en el desarrollo de habilidades del pensamiento, aprendizaje significativo y solución de problemas.



En democracia solo es posible hablar de pedagogía de la comunicación y del conocimiento. Espacio que favorece el diálogo, la pluralidad y la ponderación de ideas en contextos locales y globalizados.

Estas son algunas de las teorías del aprendizaje constructivista:

- El *Aprendizaje significativo*, según Ausubel, Novak y Hanesian¹⁶, solo es posible cuando el educando es capaz de relacionar los contenidos que se han aprendido en aulas presenciales y virtuales con los conocimientos previos que tiene sobre su contexto, cultura y forma de percibir el mundo.
- El *Aprendizaje por descubrimiento*, según Bruner¹⁷, radica en fomentar el razonamiento inductivo y el procedimiento de tareas con el fin de descubrir conceptos y resolver problemas. Para este autor: "en el aprendizaje por descubrimiento lo que se hace no es tanto conducir a los estudiantes para que descubran 'lo de afuera', sino lo que tienen en sus propias cabezas (...) Debe convencerse a los estudiantes del hecho de que en sus mentes existen modelos implícitos que les son útiles"¹⁸
- Para Piaget¹⁹ el *Aprendizaje por equilibrio* se produce cuando existe desequilibrio o conflicto cognitivo. Este tipo de conflicto aparece cuando descodificamos informaciones nuevas que se incorporan a la estructura mental y/o el campo de experiencia. De modo que el ser humano está facultado para asimilar, acomodar y lograr el equilibrio informativo en aras del aprendizaje y de la producción del conocimiento. El conflicto cognitivo es vital para la educación, ello implica problematizar y brindar soluciones, lo contrario es aceptar las premisas de las ciencias sociales y humanas sin criterio alguno.
- Para Vygotsky²⁰ el *Aprendizaje por reestructuración* es un proceso cognitivo en el que se internalizan los conocimientos adquiridos en el medio social. Internalización, según este autor, equivale a hablar de aprendizaje mediado o de aquel proceso cognitivo mediante el cual el sujeto transforma la información que proviene de la realidad. Este sujeto está guiado por su cultura y por sus motivaciones personales. De esta manera la cultura se erige como el principal instrumento mediador que actúa entre la persona y su entorno. La cultura está constituida fundamentalmente por sistemas de signos o símbolos que intervienen en la apropiación de contenidos.
- Otra de las teorías educativas que se vinculan con el constructivismo y en especial con la educación a distancia es el *aprendizaje conectivista* de George Siemens²¹. La premisa esencial del conectivismo se basa en que hay que fortalecer la producción de conocimientos colaborativos entre los seres humanos en ambientes educativos presenciales; pero que de igual forma es muy importante generar saberes a partir de la interacción con redes de conexión social, nodos o fuentes de información especializados como blogs, buscadores académicos, herramientas Google, wikipedia, redes sociales. Una manera de complementar el aprendizaje semipresencial es utilizando la metodología *blended learning*.

Un aspecto muy controversial desde el punto de vista pedagógico pero que es importante discernir en el marco de la educación virtual, se refiere a esta interrogante: ¿Cuál es el papel del docente en los espacios *on line* de naturaleza colaborativa? Señalé antes que el docente como gestor del conocimiento en la educación virtual alberga

TABLA 3

METÁFORAS SOBRE LOS NUEVOS DOCENTES EN ENTORNOS VIRTUALES²²

Tipo de ciber-educador	¿Qué hace?
El docente como <i>DJ</i>	El docente selecciona documentos escritos, audiovisuales, multimedia, enlaces académicos que considera adecuados y con potencial educativo para los educandos.
El docente como <i>Content curator</i>	El docente como usuario habitual de múltiples fuentes en Internet, suministra información que sea de gran utilidad para los estudiantes.
El docente como <i>Community manager</i>	Anima, supervisa, orienta y evalúa la interacción comunicativa que desarrollan los estudiantes en la Red. También divulga las producciones digitales de los estudiantes para que sean valorados por los grupos de estudiantes.

un enorme problema de orden epistemológico y práctico. No habiéndolo ni formado en *cibereducación*, sin políticas públicas en educomunicación, con la presión incommensurable de la exigencia académica, colmada de alumnos y con una exigua capacidad de respuesta tecnológica y competencias restringidas, enfrenta este principio de realidad:

El de incorporarse a la sociedad de las redes sociales. Ser un internauta pedagógico no es nada fácil en estas condiciones para los educadores venezolanos. No obstante, dejo para la reflexión algunos ejemplos de situaciones de aprendizaje colaborativo en los entornos virtuales, que proponen los autores Area y Guarro, quienes se basan en los roles docentes en la cibereducación, que no cuestionamos, pero que se deben contextualizar y considerar en la sociedad de la comunicación y del conocimiento, sin soslayar la forma de pensar, sentir y de interactuar de los países y regiones. (Ver tabla 3)

III

Después de este panorama muy sucinto respecto a los *Mitos del aula sin muros* en Venezuela y en un contexto muy atípico y altamente peligroso que experimenta el país en el orden comunicacional, educativo y social, signado por una cruel dictadura que viola, obviamente, la Constitución nacional y el Estado de Derecho –situación que influye notablemente en el quehacer cotidiano de los venezolanos–, como ciudadano de este país, nunca declinando ante esta adversidad coyuntural, considero que debemos seguir insistiendo en esta tesis:

En democracia solo es posible hablar de *pedagogía de la comunicación y del conocimiento*. Espacio que favorece el diálogo, la pluralidad y la ponderación de ideas en contextos locales y globalizados.

La *pedagogía democrática* evita a ultranza que el hecho educativo, la experiencia entre docente y educando, se transforme en una actividad informativa, prescriptiva, ideológica y dogmática.

Cualquier propuesta de educación presencial o de educación mediada por tecnologías, ya sea en la modalidad *e-learning*, a distancia,

blended learning, formación semipresencial o *m-learning*, con dispositivos móviles, tiende a instrumentalizarse y deviene práctica automática, si no se sustenta en principios democráticos, pedagógicos y humanísticos.

GUSTAVO HERNÁNDEZ DÍAZ

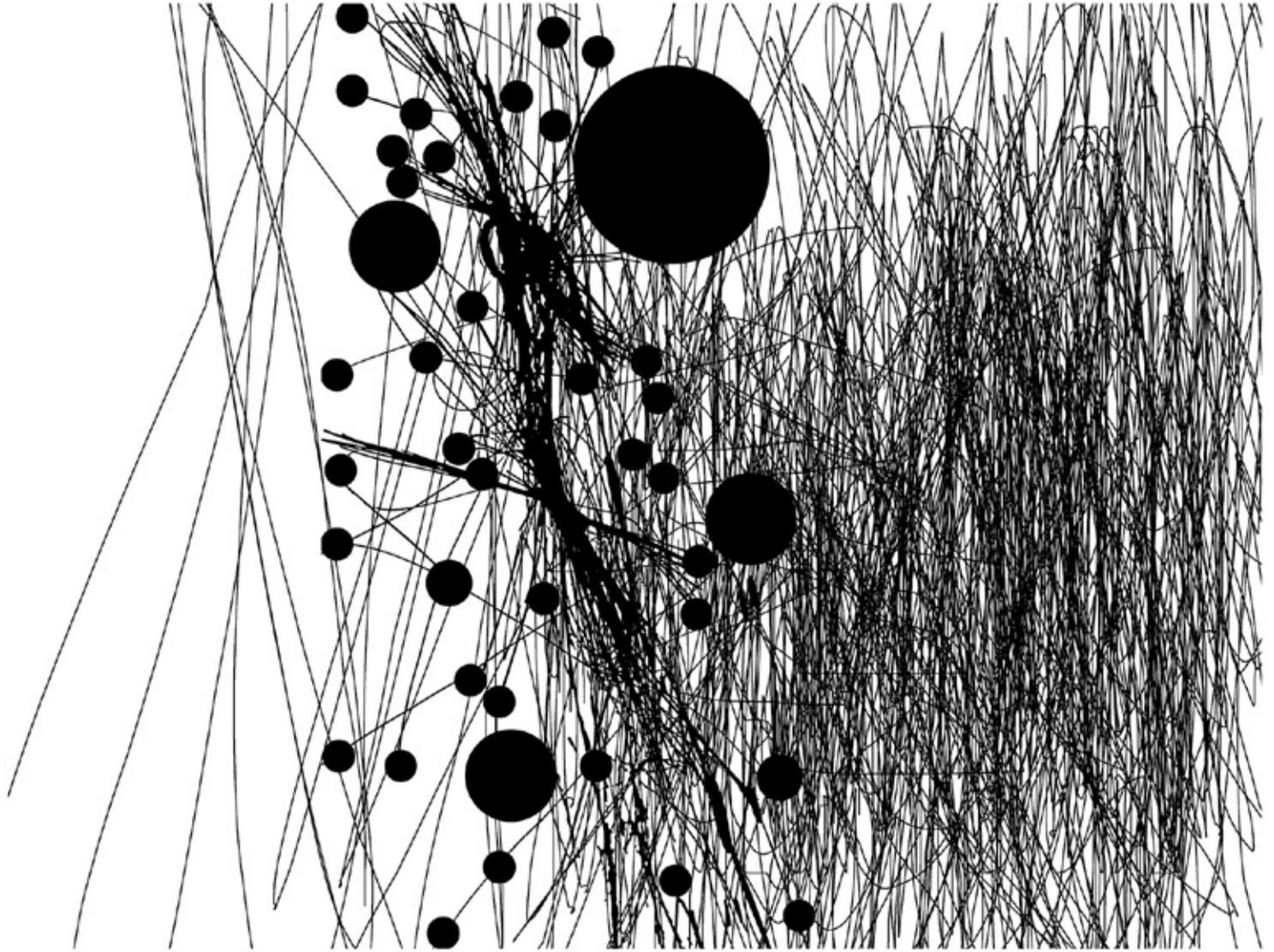
Profesor Titular de la Universidad Central de Venezuela (UCV). Fue director del Ininco-UCV. Doctor en Ciencias Sociales por la UCV. Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación* desde 1987.

NOTAS

- 1 CARPENTER, Edmund y MCLUHAN, Marshall (1974): *El aula sin muros. Investigaciones sobre técnicas de comunicación*. Barcelona: Editorial LAIA. (Los textos en comillas provienen del ensayo *El aula sin muros* de McLuhan).
- 2 Elaboración propia (2015).
- 3 FREIRE, Paulo (1997): *Pedagogía del oprimido*. México: Siglo XXI Editores.
- 4 Fuente: Elaboración propia (2015). (Propuesta epistemológica comunicacional, desarrollada por el autor a partir de los cursos de maestría, especialización y doctorado que he dictado en la UCV y en la UCAB desde el año 2005).
- 5 VASALLO DE LOPES, María (1999): "La investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas". En: revista *Diálogos de la Comunicación* No 56. Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social. (Síntesis nuestra, ateniéndonos a la concepción original).
- 6 Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2011): *Alfabetización mediática e informacional. Currículo para profesores*. Unesco, p.18. (Síntesis nuestra, respetando la concepción original).
- 7 KLAPPER, J.T. (1974): *The effects of mass communications*. The Free Press of Glencoe, USA.
- 8 AREA, Manuel y GUARRO, Amador (2013): "Los entornos colaborativos en la formación online". En: (Coords. AGUADED, Ignacio y CABERO, Julio): *Tecnologías y medios para la educación en la E-Sociedad*, Madrid: Alianza Editorial.
- 9 Op. cit. (He sintetizado los postulados didácticos de la colaboración de los autores en cuestión).
- 10 *Ibíd*: 222.
- 11 CABERO ALMENARA, Julio (2007): "Las necesidades de las TIC en el ámbito educativo: oportunidades, riesgos y necesidades". En: *Tecnología y Comunicación Educativas*. Año 21, N°45.
- 12 Op. cit. (Elaboración propia del cuadro y los contenidos son literales).
- 13 GAIRÍN SALLÁN, Joaquín; ARMENGOL, Carme; GARCÍA SAN PEDRO, María José (2006): "Las competencias del gestor del conocimiento en entornos formativos virtuales". En: revista *Educar* 37. (<http://www.raco.cat/index.php/educar/article/viewFile/58023/68091>, Consultado: 1-07-2015)
- 14 DIAZ-BARRIGA, Frida y HERNÁNDEZ ROJAS, Arceo (2002): *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo: una interpretación constructivista*. México: Mc Graw Hill.
- 15 *Ibíd*: 31. (Síntesis nuestra).
- 16 AUSUBEL, NOVAK y HANESIAN. (1983): *Psicología educativa*. México: Trillas.
- 17 BRUNER, Jerome S. (1988): *Desarrollo cognitivo y educación*. Madrid: Editorial Morata.
- 18 *Ibíd*: p. 125.
- 19 PIAGET, Jean. (1978): *Epistemología genética*. Buenos Aires: Paidós Editorial.
- 20 VYGOTSKY, Lev S. (1979): *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. Barcelona: Editorial Crítica-Grupo editorial Grijalbo.
- 21 SIEMENS, G. (2004): *Connectivism: A learning theory for the digital age*. Consultado: <http://devrijeruiimte.org/content/artikelen/Connectivism.pdf> (Consultado: 30-06-2015).
- 22 AREA, Manuel y GUARRO, Amador (2013). Op. cit. (La propuesta de estos autores ha sido resumida por el autor y modificada en su clasificación, siguiendo la literalidad conceptual).

GALERÍA DE PAPEL. Víctor Hugo Irazábal (2015)





GALERÍA DE PAPEL. Víctor Hugo Irazábal (2015)

¿De qué se habla cuando se habla de e-learning?

Retos y oportunidades

LOS AVANCES tecnológicos asociados al aprendizaje, los descubrimientos de la neurociencia sobre la plasticidad del cerebro, la realidad siempre cambiante del mercado impulsada por la tecnología y el manejo exponencial de la información, son algunos de los hechos que están transformando la educación. El concepto de educación permanente o *lifelong learning*, ha encontrado sustancia en estos cambios, haciendo de la educación ya no solo un derecho humano u obligación del Estado, sino un mercado gigantesco que demanda ser atendido y que es ambicionado por muchos. Solo hablando de América, se estima que para 2020 la población ascenderá a unos mil 027 millones, lo que equivaldría al 13,4 % de la población mundial (OMS Argentina, 2012), siendo esta la zona más urbanizada del mundo, con una penetración de Internet cercana al 50 % y que sigue creciendo.

El concepto de educación para toda la vida o permanente ha pasado a ser "la piedra angular de las políticas educativas tanto en los países en desarrollo como en los desarrollados" (Unesco, 2015: p.15), con un impacto especialmente relevante ante el cambio de los tipos de empleos y competencias requeridas por los individuos y sociedades en el mundo de hoy. Las instituciones de educación superior; cunas del *saber hacer del aprendizaje*, son las primeras llamadas a suplir esta necesidad, pero están obligadas a ser más flexibles y creativas, y es aquí donde el *e-learning* se ha ganado su espacio. Es la alternativa más económica que ha encontrado el mercado para dar respuesta a las necesidades de formación de la población.

Por una parte, el *e-learning* viene del auge de las tecnologías de comunicación que han crecido de manera muy importante y que han permeado a todas las áreas de la vida hasta convertirse en una herramienta cotidiana y ubicua (presente en todas partes y al mismo tiempo) usada para comprar, buscar pareja, hacer transacciones bancarias, buscar información especializada, etcétera. Por otra parte, el conocimiento ya no está encerrado en la escuela o en la universidad o en las bibliotecas, sino que se ha desconcentrado y se ha formado una red de ideas, información y conocimiento que está al alcance de todos (Savater, 1997). Esto ha retado el modelo tradicional de la educación, concebida bajo el concepto de *guardián del conocimiento*, hacia uno donde se establece una relación menos dependiente y que explora vías de acceso al conocimiento más distribuidas y autónomas.

El artículo expone las potencialidades del e-learning en sus diversas modalidades para responder a las necesidades de educación permanente en América Latina. Describe cinco modalidades de cursos e-learning: virtuales con tutor, autoformativos, webinars, massive online open courses (MOOC) y mixtos o híbridos. Valora las bondades y limitaciones de la modalidad más generalizada de los MOOC que son, sin lugar a duda, uno de los protagonistas actuales en el mundo del e-learning, y advierte de sus sesgos hacia una especie de "darwinismo pedagógico". Concluye remarcando la importancia de la figura del tutor o intermediario educativo.

The article exposes potentialities of e-learning in its diverse forms to answer to educational needs that are always present in Latin America. Describes five forms of e-learning courses: virtual with a tutor, self formative, webinars, massive online open courses (MOOC), and mixed or hybrid. Assesses the benefits and limitations of the most widespread form of MOOC that are, with no doubt, one of the current main characters in the e-learning world and warns about the biases toward a form of "pedagogic darwinism" and concludes remarking the importance of the tutor's or intermediary figure.

- JOSÉ DE LLANO
- YANIRA HERNÁNDEZ



Tiene que haber algún grado de diseño y de planificación. La exploración autónoma de alguien buscando información en Youtube, por ejemplo, no es e-learning, aunque sin duda hay aprendizaje y apropiación del conocimiento.

Ahora bien, ¿qué se entiende por *e-learning*? La condición fundamental es que sea sobre Internet (medio), pero eso no es todo. Otras características mencionadas por Legault (sin fecha) son:

- Que permitan actividades síncronas y asíncronas: en simultáneo o en el momento que el usuario desee y pueda actuar.
- Con alcance global: que sean accesibles desde cualquier parte del mundo con conexión a Internet.
- Que abarque múltiples dispositivos: computadores personales, *tablets*, *smartphones*, entre otros.
- Disponible cuando se necesita: a demanda del consumidor.
- De costos reducidos. Esto puede ser un punto controversial, pues dependerá de la modalidad que se use y de cómo se haga la comparación.

No menciona Legault (sin fecha) la relevancia de que se trate de una enseñanza o aprendizaje intencionado y estructurado. Tiene que haber algún grado de diseño y de planificación. La exploración autónoma de alguien buscando información en Youtube, por ejemplo, no es *e-learning*, aunque sin duda hay aprendizaje y apropiación del conocimiento.

Podría hablarse de cinco modalidades de cursos *e-learning*: virtuales con tutor; autoformativos, *webinars*, MOOC y mixtos o híbridos. De ellos se hablará a continuación.

Los *cursos virtuales con tutor* son la evolución natural, si se puede decir eso, del modelo de formación del aula de clase. Son cursos dirigidos, evaluados y que propician el aprendizaje reflexivo. El proceso está dirigido por un tutor, que tiene un rol clave en la gestión de este. Como lo mencionó Salmon (2002), la importancia de la presencia cognitiva, de la presencia social y de la gestión del proceso por parte del tutor es crítica en este tipo de cursos que no son ni masivos ni abiertos. Suelen estar dirigidos a pequeñas audiencias que pueden ir desde los quince a los treinta participantes y tienen un proceso de ingreso similar al de los cursos tradicionales. Se desarrollan sobre plataformas de aulas virtuales, que son espacios de organización de contenidos, integración de recursos, interacción y gestión de actividades y evaluaciones como por ejemplo, Moodle, Blackboard, Instructure Canvas, Angel y otros.

Los *cursos autoformativos*, especialmente los que son en formato SCORM, son una modalidad poderosa y pensada para escalar en el mercado actual. Con especial auge en el campo empresarial, se trata de cursos sin tutores, que son diseñados para que el estudiante, consumidor o cliente los tome cuando los necesite, siguiendo la vieja práctica de los módulos instruccionales. Lo interesante aquí es la tecnología SCORM (*Sharable content object reference Model*), que establece un conjunto de estándares y especificaciones que permite crear objetos pedagógicos estructurados y capaces de ser compartidos y reutilizados a bajo costo. Es como si cada curso estuviera hecho de piezas Lego y esas piezas pudieran integrarse con otras para crear nuevos cursos o si se cambiara solo parte de ellas para adaptar el curso a nuevos públicos. Esto tiene repercusiones directas en la

productividad (e-ABC, sin fecha), pero también en la dinámica del mercado, pues implica acuerdos y políticas compartidas para lograr estos beneficios.

Los *webinars* son otro paso de los cursos *e-learning* en busca de la reducción de costos y ampliación del alcance. Podría decirse que se trata de una evolución de las videoconferencias. Estas requieren sofisticados y costosos equipos que deben tener cada una de las partes que quieren participar en ella. Los *webinars*, en cambio, son conferencias en línea a las que se accede a través de dispositivos móviles o computadores personales con solo contar con una dirección URL. Son una alternativa de formación masiva que se ha incorporado mucho en el mundo empresarial, pues elimina la necesidad de desplazarse físicamente de un lugar a otro para obtener la información necesaria. Si bien se la concibe como una modalidad sincrónica de *e-learning*, se cuenta con la posibilidad de grabar la conferencia para disponer de ella a voluntad.

Quedan dos modalidades de *e-learning* a desarrollar: los MOOC y los mixtos e híbridos. Intencionalmente se han dejado para este momento. Los primeros, por moda, ilusiones sembradas y críticas sobre su desempeño. Los segundos, por ser a donde parece apuntar el futuro del *e-learning*.

Los MOOC son, sin lugar a duda, uno de los protagonistas actuales en el mundo del *e-learning*. Un intento de definición puede partir de sus siglas *Massive Online Open Courses*:

- Son masivos en el sentido que es un modelo diseñado para atender una magnitud de estudiantes sin precedentes en la educación tradicional (miles de estudiantes). Típicamente están compuestos de videos de instrucciones y utilizan el modelo del *broadcasting* de la emisión de contenidos desde una fuente a una audiencia masiva.
- Se trata de una experiencia de aprendizaje estructurada. Es como un *tour* orientado por una audioguía en un museo, que nos lleva a un recorrido preestablecido que alguien diseñó como una buena manera de aprender.
- Son integradores. La plataforma presenta todos los recursos. Si bien siempre pueden haber recursos complementarios, todo lo que se necesita para el curso está allí, las lecturas, los videos, los ejercicios.
- Son abiertos, en el sentido que no hay restricciones para el acceso. No hay un perfil de ingreso. Esto es cierto para el acceso, pero sin duda que los diseños y las actividades se realizan pensando en un público específico, típicamente universitario. Se crea la ilusión de una apertura total. Es como una biblioteca que está abierta para todos los que sepan leer, pero sin opciones para los analfabetas.
- El último elemento de la definición es *Course*, curso, en lo que se entiende que está curado o estructurado para propiciar el aprendizaje. No es una colección desordenada de información, sino un itinerario formativo, diseñado por alguien, con una intencionalidad, para propiciar el aprendizaje.



(...) el aprendizaje híbrido “puede ser la innovación aún más grande por venir del cambio hacia el aprendizaje en línea, pues combina los beneficios de la tecnología e-learning con la posibilidad de trabajar con profesores cara a cara”. Es darle a los estudiantes lo mejor de los dos mundos, el presencial y el online.

El diseño instruccional de los MOOC podría decirse que se trata de un aprendizaje por bocados. Hay una tendencia a estructurar las lecciones en fracciones muy cortas para mantener la atención de los participantes. Se recomienda que los videos no sean superiores a seis minutos, lo cual corre el riesgo de fraccionar artificialmente los contenidos y hace que se requiera de un gran esfuerzo de organización e integración de los materiales. Siguiendo esta lógica de reducir la experiencia para que sea más digerible por los participantes, los MOOC suelen tener una duración de semanas, quizá cuatro o seis. No mucho más de eso (*The Chronicle of Higher Education*, 2015).

En torno a los MOOC se ha creado todo un mundo de expectativa y críticas. La Unesco lo dice de la siguiente forma:

... mientras MOOCs se han convertido en una importante plataforma para la expansión de la accesibilidad a la educación y la innovación de educación en línea, han provocado preocupación por la acentuación de las desigualdades y de la considerable preocupación en torno a los temas de la pedagogía, garantía de calidad y las pobres tasas de culminación de los estudios, así como la certificación y el reconocimiento del aprendizaje. (Unesco, 2015: pp. 51).

En pro de la cantidad, los MOOC han sacrificado el diseño instruccional constructivo, reflexivo y capaz de adaptarse a las necesidades de los estudiantes, por un diseño unidireccional, expositivo, que coloca de nuevo a la educación en los más tradicionales métodos de enseñanza, esta vez, con nueva tecnología. Al ser casi nulo el apoyo y acompañamiento del tutor, se da una especie de “darwinismo pedagógico”, donde solo aprende el que ya ha aprendido, es decir, el que menos lo necesita. Zapata-Ros (2014) recoge otras críticas:

- Solo 4 % de los inscritos completa los cursos.
- Si bien surgen con la promesa de dar acceso a la universidad a los que no lo tienen, el 80 % de los inscritos son graduados universitarios.
- Se creía que darían impulso a los estudiantes de bajo rendimiento, cosa que tampoco se ha logrado.
- Se plantea como fracaso el paso de un deseo inicial de apoyar a los que no tienen acceso a la educación superior a plantearlos como “formación corporativa convencional de pago pero online”.
- Se ha invertido mucho dinero en esta tecnología y descuidado el desarrollo de otras que podrían haber sido más beneficiosas en pro de la educación.

Sin duda, los MOOC son un nuevo producto que está buscando su reacomodo en el mercado. “Si bien siguen siendo un tema controvertido cargado de críticas y opiniones encontradas, los MOOCs han permitido a los estudiantes enfrentar el aprendizaje a su propio ritmo.” (Johnson y otros, 2015: pp. 17).

Para finalizar, los cursos *mixtos* o *híbridos* (*blended*), que no son más que todos aquellos cursos que se diseñan integrando recursos presenciales y *online*. En este tipo de cursos los recursos de educación

online, así como las otras modalidades aquí descritas, pasan a incorporarse dentro de una dinámica de enriquecimiento o apoyo de la presencialidad. Son los casos típicos, por ejemplo, donde un profesor desarrolla *blogs* con sus estudiantes y, mediante ellos, aborda objetivos específicos que en el aula serían menos efectivos.

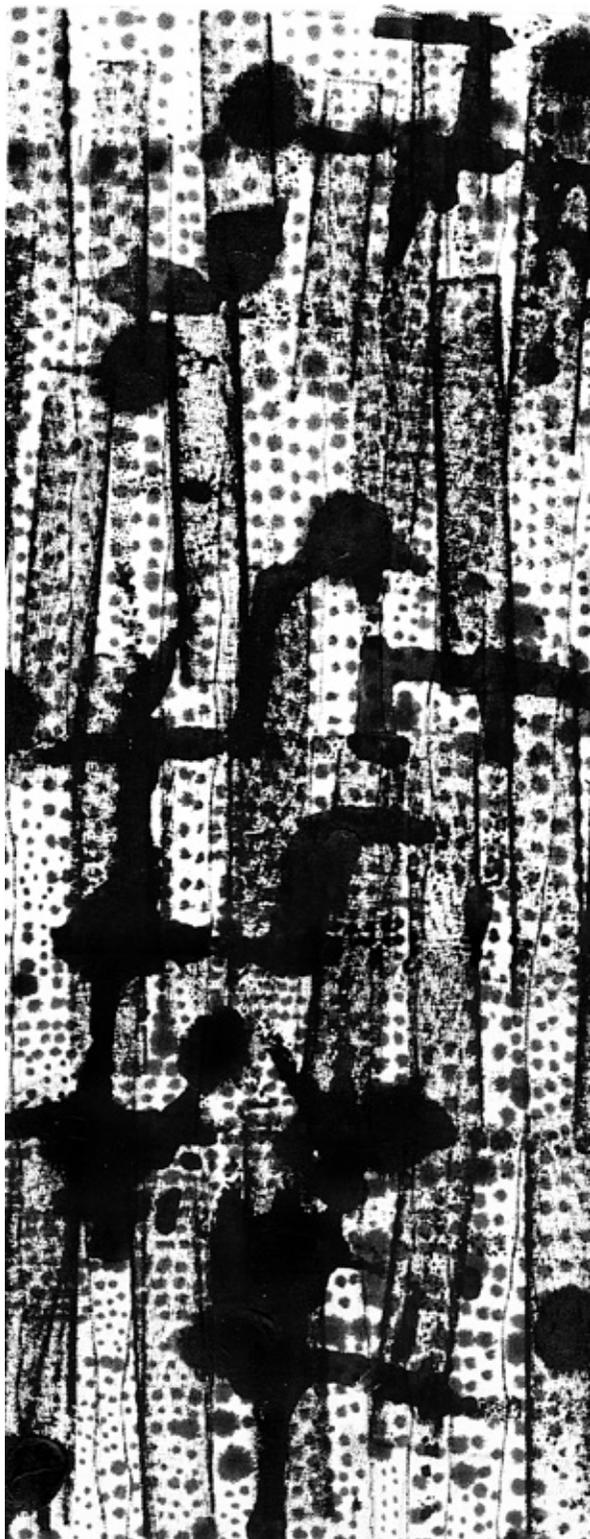
Esta posibilidad de integración es enorme y una de las tendencias que recoge el *Report Horizon 2015* (Johnson y otros, 2015) para educación superior a corto plazo (uno o dos años), a saber, el incremento del aprendizaje mixto o híbrido. Apoyado en las mejoras tecnológicas en el campo del aprendizaje, el *e-learning* está creciendo a grandes pasos, pero el aprendizaje híbrido “puede ser la innovación aún más grande por venir del cambio hacia el aprendizaje en línea, pues combina los beneficios de la tecnología *e-learning* con la posibilidad de trabajar con profesores cara a cara” (Johnson y otros, *Ibíd.* traducción propia). Es darle a los estudiantes lo mejor de los dos mundos, el presencial y el *online*.

Aunque este es un campo aún en desarrollo, hay algunas experiencias dignas de ser resaltadas, tal como el proyecto Kepler en Ruanda, del que habla De Llano (2014) de esta forma:

Los estudiantes del proyecto Kepler se inscriben y participan en los MOOCs (...), pero durante el curso son acompañados por profesores locales que estructuran y evalúan la experiencia, y les ofrecen compañía, seguimiento y asesoría. El proyecto tiene sedes físicas donde siguen los cursos MOOCs en sesiones planificadas y sirven para estructurar comunidades de aprendizaje local que garantizan apoyo y mejoran la prosecución. Cuando los estudiantes finalizan su formación pueden optar por un título válido en los Estados Unidos gracias a un acuerdo con el College for America que basa sus titulaciones en la demostración de competencias y no en el tiempo de escolarización.”

En Ruanda, el acceso a la educación superior es muy bajo, por lo que el proyecto Kepler (solo en prueba piloto al momento de la entrada reseñada), es una esperanza que mezcla las posibilidades de estos dos tipos de educación.

Al repasar las modalidades de cursos *e-learning*, son evidentes varias tensiones: los modelos tradicionales de enseñanza y las iniciativas de transformación y recreación; la formación concentrada y reflexiva en pequeños grupos y la necesidad de masificar y ampliar el alcance de la educación; el costo que implica la calidad en la educación y la necesidad de abaratarlos, sin perjuicio de la calidad; incluso la tradición versus las modas que, como modas al fin, opacan aspectos más relevantes. No obstante estas tensiones, y por lo reflejado en el *Horizon Report 2015* sobre la tendencia hacia los cursos mixtos o híbridos, la figura del educador sigue siendo muy relevante. Cabe preguntarse si vale la pena seguir esforzándose en desarrollar modalidades donde el educador queda relegado al diseño del acto educativo o si hay que, más bien, retomarlo en un rol protagónico que la tecnología no parece suplantar.



JOSÉ DE LLANO

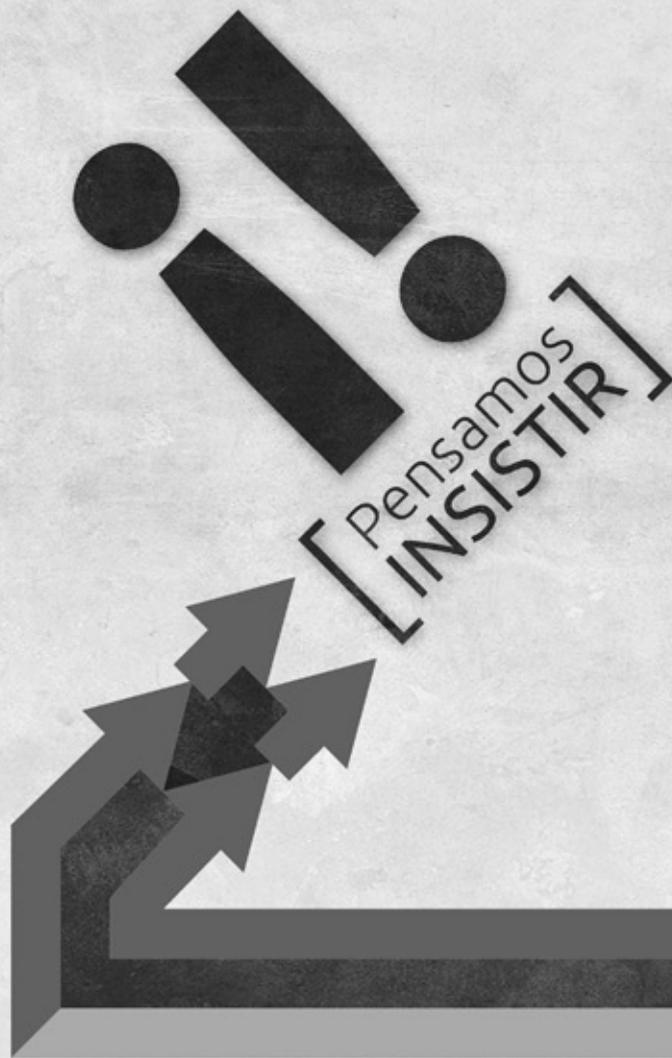
Psicólogo por la UCAB. Actualmente es parte del Indes en Sector de Conocimiento y Aprendizaje del BID. Participó en la conceptualización de la Propuesta de Informática Educativa de las escuelas de la Federación Internacional de Fe y Alegría para la región.

YANIRA HERNÁNDEZ

Licenciada en Educación de la UCAB. Comunicadora Social de la Universidad Central de Venezuela. Se ha especializado en el área de educación en línea.

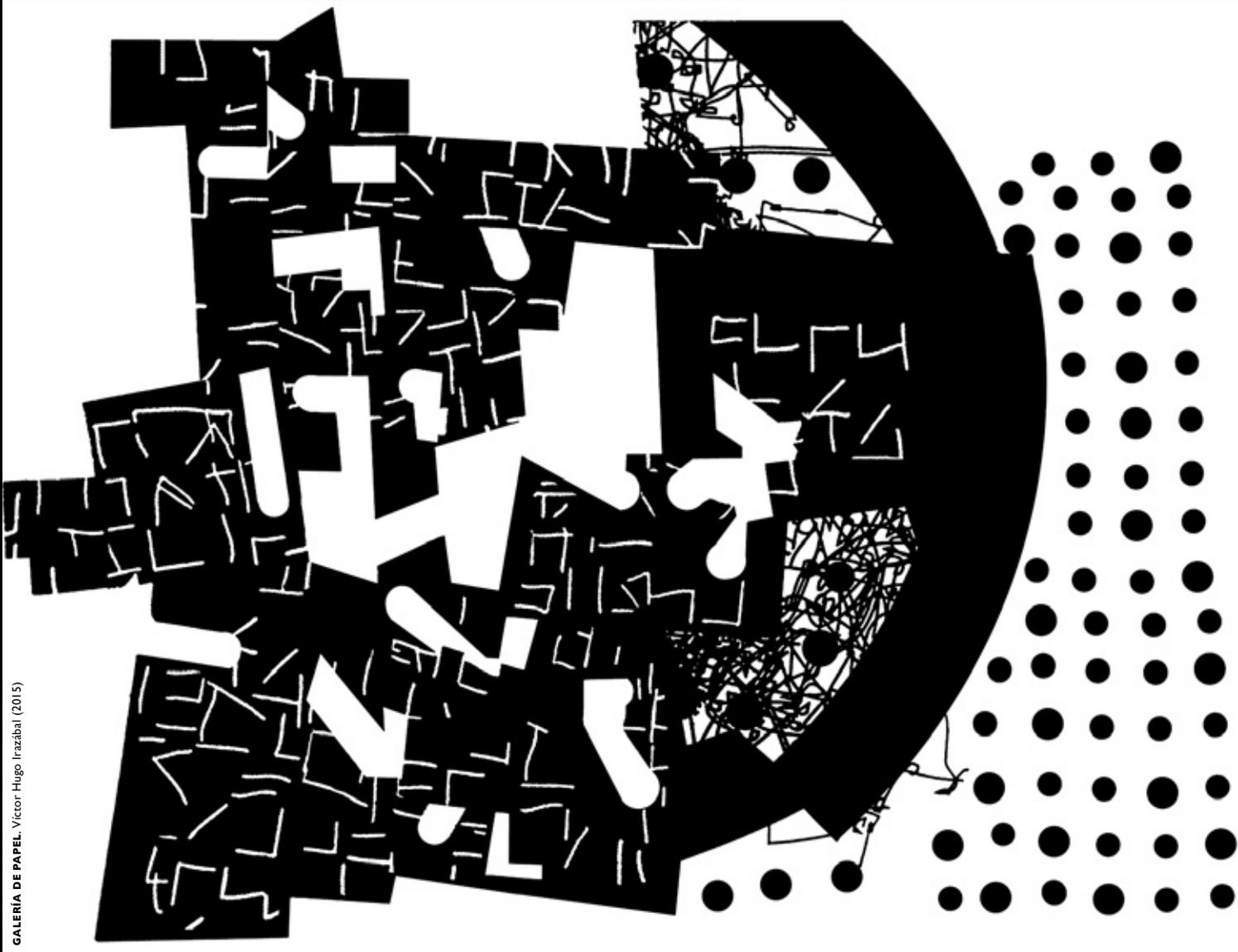
REFERENCIAS

- De LLANO, J. (2014): *Una oportunidad en los MOOC para quienes más necesitan educación*. julio 13, 2015, de Banco Interamericano de Desarrollo Sitio web: <http://blogs.iadb.org/abierto-al-publico/2014/02/11/una-oportunidad-en-los-mooc-para-quiénes-mas-necesitan-educacion/>
- e-ABC. (sin fecha): *¿Qué es el estándar SCORM?* julio 13, 2015, de e-ABC Sitio web: <http://www.e-abclearning.com/queesscorm>
- JOHNSON, L., ADAMS BECKER, S., ESTRADA, V., and FREEMAN, A. (2015): *NMC Horizon Report: Edición Educación Superior 2015*. Austin, Texas: The New Media Consortium.
- LEGAULT, N. (sin fecha): *What is E-Learning?* julio 13, 2015, de E-Learning Heroes Sitio web: <https://community.articulate.com/series/getting-started/articles/what-is-e-learning>
- OMS Argentina. (2012): *La población de América Latina y el Caribe vive hoy 45 años más que en 1900*. julio 13, 2015, de Organización mundial de la salud. Argentina Sitio web: http://www.paho.org/arg/index.php?option=com_content&view=article&id=1034%3Ala-poblacion-america-latina-caribe-vive-hoy-45-anos-mas-que-1900-&catid=333%3Aarg03-salud-familiar-y-comunitaria&Itemid=512
- SALMON, G. (2002): *E-tivities: the key to active online learning*. United Kingdom: Kogan Page Limited.
- SAVATER, F. (1997): *El valor de educar*. México: IEESA.
- The Chronicle of Higher Education (2015): *Lo que usted necesita saber sobre MOOCs*. julio 13, 2015, de The Chronicle of Higher Education Sitio web: <http://chronicle.com/article/What-You-Need-to-Know-About/133475/>
- Unesco (2015): *Rethinking Education. Towards a global common good?* Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- ZAPATA-ROS, M. (2014): *El punto de inflexión de los MOOCs (III): Hacia el valle de la desilusión*. julio 13, 2015, de Redes Abiertas Sitio web: <http://redesabiertas.blogspot.com/2014/01/el-punto-de-inflexion-de-los-moocs-iii.html>



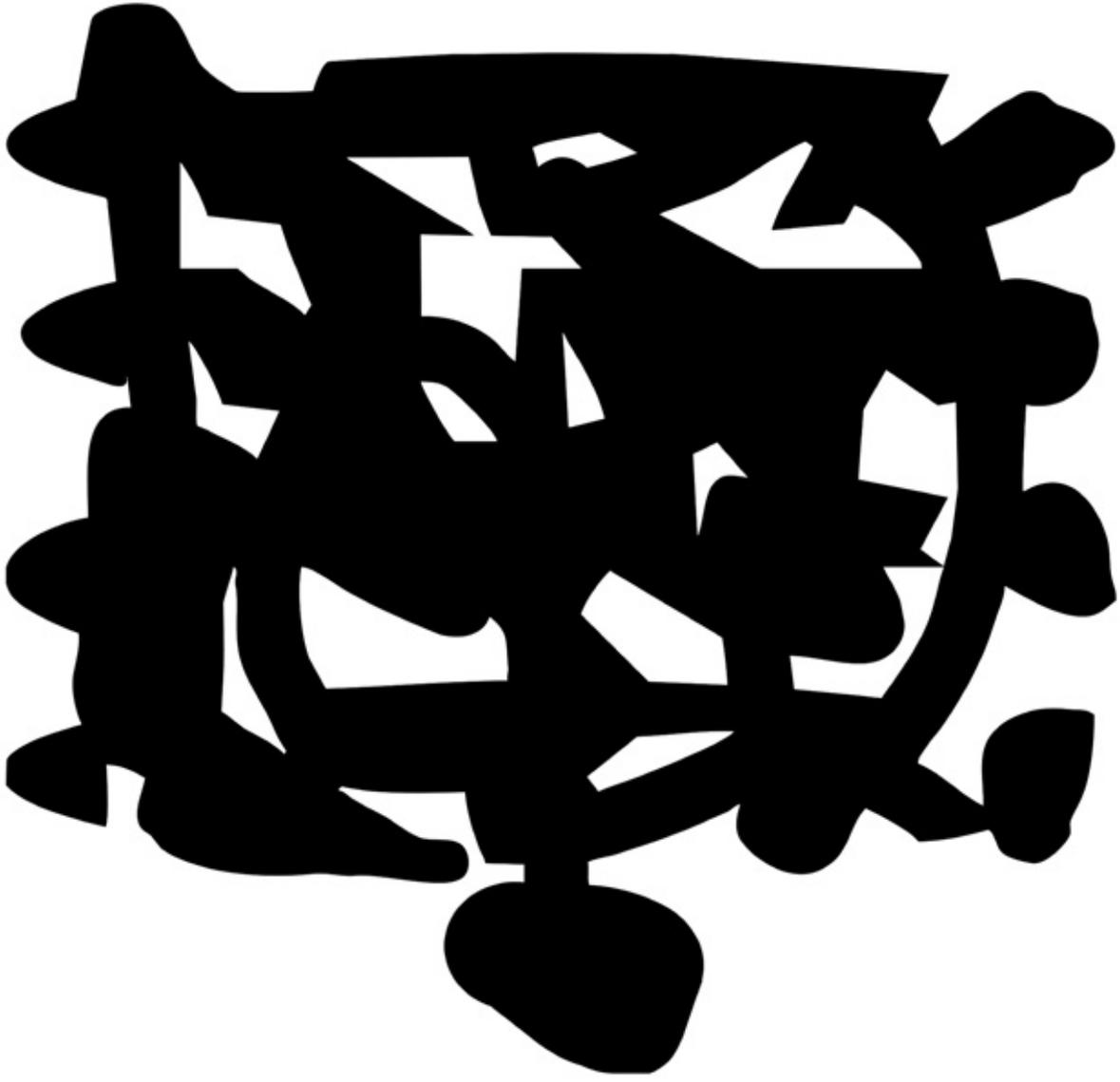
40
años **comunicación**

GALERÍA DE PAPEL. Víctor Hugo Irazábal (2015)



ARQUITECTURAS
DE RED Y ENIGMAS
DIGITALES

40
años



GALERÍA DE PAPEL. Víctor Hugo Irazábal (2015)

El impacto de la crisis en las telecom venezolanas

—El subsidio que está aniquilando la innovación—

ENTRÉGALE el poder a un ignorante y te sorprenderás de su inteligencia. Esa frase, quizás rebuscada, inventada o extraída a partir de un hecho, pudiera ser parte de la clave de lo que vive Venezuela hoy día, sometida al poder no de uno, sino de muchos ignorantes, pero con una inteligencia para el mal impresionante, que están arrastrando a Venezuela a la peor de las consecuencias.

Y lo más grave de todo es que una parte del país, cada vez más pequeña a Dios gracias, también ignorante o poco informada, sigue creyendo en la solución planteada por los que detentan el poder; pues mientras les regalen la comida y les subsidien los servicios, entre otros, sometiéndolos a la humillación y masacrando su dignidad, al mismo tiempo que destruyen el aparato productivo y de servicios, lo demás realmente importa poco. “Con hambre y sin trabajo con Chávez me resteo”, decían años atrás unos cuantos que hoy día, al fin se dieron cuenta que esa arenga absurda iba a terminar por acabar con sus vidas, pues nunca dejaron de tener hambre, mucho menos consiguieron trabajo y se dieron cuenta que tampoco les sirvió de mucho el restearse.

Pero aún hay otros tantos que contribuyen con la destrucción del país, la mayoría ignorantes de la realidad, que diariamente, en las redes o cualquier otro medio de los pocos que aún quedan para informar; denunciar o simplemente comentar; piden a gritos al Gobierno que pare la locura de los altos precios, de los aumentos en los servicios y que los ayuden a que sus reales puedan tener otras opciones de compra más allá de las colas kilométricas de Mercal, Bicentenario o de un Megamercal, de esos que hace tiempo no se ven en las zonas populares.

Sueñan con vivir del subsidio hasta el infinito y más allá, sin darse cuenta que ese beneficio, mal aplicado y que se inyecta con la intención de apoderarse hasta de la dignidad, está simplemente destrozando al país.

El sector de las telecomunicaciones, prácticamente el único que se mantuvo creciendo en la superficial economía venezolana en los últimos nueve años, está viviendo esa triste realidad. En bolívares, esos que ya no valen nada, el sector brilla más que el oro; pero en dólares, la divisa que mueve a la economía y de la que dependen para vivir las empresas y avanzar en propuestas e innovación, su valor está más cercano a cero.

Se nos ofrece un panorama sobre el estado de las telecomunicaciones en el país. La conclusión de este mapa es que al sector de las telecomunicaciones no solo lo tienen asfixiado en sus servicios sin divisas y con alta presión desde el punto de vista económico, sino que también ellas están siendo objeto de la presión política que se ejerce desde el Gobierno.

We are offered a panorama about the state of telecommunications in the country. The conclusion of this map is that telecommunication field is not only suffocated in their services without currency and with high pressure from the economic point of view, but also they are being target of political pressure that is effected from the government.

● **WILLIAM PEÑA**



Y si bien es cierto que puede estar por encima del promedio regional en algunos casos y, en otros, en el promedio mundial, el impulso viene dado por el terrible subsidio, ese que hoy día está en jaque y podría lanzar al país a niveles de penetración de servicios de las economías más pobres del planeta.

Los activos se depreciaron tanto en los últimos 24 meses que, sin mayor problema, todas las empresas del sector pueden pasar a manos de un boliburgués con dólares a Bs. 6,30, pues hoy día, al cálculo de la crisis, el precio de una gran empresa puede tener un valor realmente irrisorio. Solo en el primer trimestre de 2015, la facturación total de las empresas que le dan vida al sector telecom no sumó 160 millones de dólares a la tasa oficial de Simadi, estimada en unos Bs.200 por dólar, pues al valor del mercado negro, esos ingresos fueron 50 % menos, es decir que no llegaron a 80 millones de dólares. Hasta el 2011, el sector facturaba, en dólares, por lo menos diez veces más cada trimestre, aunque desde hace muchos años las empresas no tienen acceso a dólares para repatriar capitales y ganancias, quedándose sin opciones reales en una economía en donde las apariencias siguen engañando.

Y es que en las telecomunicaciones venezolanas, no todo lo que brilla es oro, aunque Conatel intente en sus informes del sector imponer una bonanza que no existe. Los números reales evidencian la crisis que padece un sector de mucha importancia para el país, tanto en innovación, servicios, así como en generación de empleos y riqueza.

Para nadie es un secreto que los bolívares cada día valen menos y que, aún cuando el organismo regulador proyecte cifras como un salvavidas trimestral para una economía en la que todos sus sectores están por el piso, la realidad es inocultable y lo que realmente están generando las empresas las está condenando a la quiebra y, peor aún, llevando a los servicios en general a más deficiencia, congestión y menos calidad.

En los últimos años, por ejemplo, los ingresos de las operadoras en dólares reales cayeron más de 90 % al precio del mercado paralelo y de poco más de la mitad a los valores más altos propuestos por los funcionarios del Gobierno que manejan la economía del país (Simadi), pero en ninguno de los casos los billetes verdes están en manos del sector; pues siguen en los bancos, en bolívares que todos los días se devalúan esperando cambiarlos por unos dólares para reinvertirlos, que no llegan.

El mismo destino tienen los números con relación a las inversiones, que también se presentan como un gran generador de confianza a una economía que, en la realidad, está extremadamente frágil. En los últimos años, los desembolsos han caído en más de 70 % en divisas. Para muestra, la inversión del primer trimestre de este año, que apenas alcanzó \$20 millones en divisas, una cifra preocupante que deja abierta la puerta para un colapso en los servicios, pues es claro que la mayoría de las inversiones son en dólares y lo que se desembolsó en el primer trimestre apenas cubriría el 2 % de lo que requiere el país aproximadamente al año en promedio, todo ello sin contar que gran parte de esas inversiones fueron en infraestructura física, donde se instala la tecnología que se importa y que, hasta hoy, no se ha traído al país.

CRECIMIENTO SUBSIDIADO

La realidad del país va mucho más allá de lo que pueden decir los números de Conatel en cuanto a crecimiento en usuarios, que realmente ha avanzado en los últimos años, pero sacrificando a un sector que no puede generar más valor porque lo tiene limitado en tecno-

logías, entre otros. El subsidio le ha hecho un daño terrible al país, en todos los sentidos, incluyendo al sector de las telecomunicaciones.

Cuando en el Gobierno se engrandecen porque en el país hay 30 millones de usuarios de telefonía móvil; 7,8 millones de suscriptores a telefonía fija; 4,7 millones de hogares con TV por suscripción y poco más de 3,4 millones de casas conectadas a Internet, en la cruda realidad, el país no está realmente conectado ni mucho menos avanzado, pues de esos millones de usuarios móviles, por ejemplo, más de la mitad apenas puede llamar por teléfono y enviar un SMS bajo el subsidio del servicio a través de las operadoras, que sacrifican evolución de sus redes para seguir conectándolos. Si deciden migrar de tecnología, en un país en donde no hay equipamiento ni productos, además de dólares, los dejarían desconectados.

De las 30 millones de líneas móviles que están activas en el país, Movilnet, la empresa del Estado, detenta más de 15 millones de clientes, pero de ellos, todavía el 50 % opera bajo tecnología CDMA, una plataforma que fue desechada por la mayoría de los operadores en el mundo hace más de cinco años y que hoy día cuenta con menos de 100 millones de usuarios en todo el planeta, lo que hace más costoso su mantenimiento y somete a sus usuarios a retrasos tecnológicos. En el país, el 25 % de los suscriptores móviles aún dispone de esta tecnología. Ni hablar del resto, pues en realidad más del 60 % de los venezolanos aún no disfruta de las bondades móviles de la tecnología celular; a pesar de los números que dicen que Venezuela está por encima del promedio.

Y si bien es cierto que puede estar por encima del promedio regional en algunos casos y, en otros, en el promedio mundial, el impulso viene dado por el terrible subsidio, ese que hoy día está en jaque y podría lanzar al país a niveles de penetración de servicios de las economías más pobres del planeta.

Y es que la realidad económica comenzó a golpear sin compasión a Venezuela, que está viviendo hoy una de sus más profundas crisis en términos económicos, políticos y sociales; pero la debacle, que se pudo prevenir y no se hizo, apenas comienza y los problemas, que florecen en todos lados y todos los días, son solo la antesala de un impacto mayor que está por venir.

Así, en esa tormenta de inflación y devaluación está el sector, donde ese golpe ha estado siendo aguantado por largo tiempo, con congelación y supervisión en el incremento de tarifas, prohibición de ventas de servicios, limitación en equipos para incrementar valores agregados y, por supuesto, por las presiones constantes a las que estaban sometiendo a los operadores, con amenazas de cierres, multas, entre otros.

Pero ese control y supervisión parece que está por terminar; por lo menos en algunos rubros, aunque ese ciclo, de cerrarse como está previsto, lamentablemente terminará impactando en costos como nunca antes en la historia del país a las empresas y, por supuesto, a los ciudadanos, que están acostumbrados a disfrutar de servicios relativamente económicos.

La decisión de dejar al dólar SIMADI (Bs. 200 por dólar estimado) una serie de servicios y algunos rubros, haciendo que el sector y los ciudadanos pisen tierra en un país que ya no puede seguir subsidiando



(...) a la espera de que lo poco que queda se termine de consumir, se agote, y el país como un todo, termine en medio de una profunda ruptura social, política y económica, en la que no solo escasearán los alimentos, medicinas, libros, sino también, muy probable, la conciencia.

nada, terminará impactando los costos de los operadores en más de 2.600 % en el peor de los casos y ni hablar de los usuarios.

Y es que solo imaginar el incremento da pánico, pues de los Bs.12 por dólar que hoy día se pagan por muchos servicios denominados intangibles (transporte de datos, licencias, derechos, programación, enlaces, entre otros), estos pasarían a cobrarse a una tasa estimada de Bs.200 por dólar, lo que terminaría afectando los servicios en el hogar, que pudieran incrementar el valor de cada uno de ellos, entiéndase Internet, TV o telefonía, en más de 600 % como mínimo. Así, una conexión a Internet desde el hogar, de las más básicas, que hoy día cuesta menos de 300 bolívares en el operador del Estado Cantv, podría elevarse a unos dos mil bolívares al mes, todo ello sin contar el resto de servicios, por lo que un hogar venezolano, con Internet, Televisión y Telefonía, podría pasar de pagar cerca de mil bolívares al mes, subsidiado, a una cuota mensual cercana a los 10 mil bolívares mensuales, aún medianamente subsidiada.

En el caso de que eso llegara a ocurrir, los costos y en general los servicios se tendrían que disparar a precios inimaginables, lo que impactaría con fuerza el desarrollo de la actividad y, por supuesto, podría hacer retroceder al país en crecimiento de suscriptores en servicios, sobre todo en los denominados más costosos, como TV paga e Internet. Ese impacto esta cerca.

Y ni hablar del tema corporativo y de empresas. Y, ante ello, el Gobierno, gran culpable de lo que viene, no podría hacer nada, pues no tiene músculo para seguir subsidiando y lo único que le quedaría sería acabar con lo queda del sector de las telecomunicaciones, obligando a una congelación de tarifas, precios, cuando ellos mismos estarían impactando al sector con la desviación de algunos rubros al dólar que, hasta no hace mucho, decían que no existía y que solo era un invento de la burguesía parasitaria para atentar contra la revolución.

En los últimos tres años, la inflación acumulada supera el 150 % oficial, pero en ese mismo tiempo, el incremento en los precios y tarifas de servicios de los operadores del sector ha estado en menos del 100 %, como consecuencia de las presiones y las obligaciones desde el Gobierno para que los aumentos sean analizados previamente por el organismo regulador o el ente encargado de fijar precios (Indepabis, ahora Sundde), frenando así las posibilidades de las empresas de igualar por lo menos a la inflación, sus servicios.

Pero en caso de servicios que se deben pagar en dólares por parte de las operadoras, como por ejemplo Blackberry, así como también los intangibles, conexiones y enlaces corporativos, además de software, consultoría, programación de canales de la TV por suscripción, entre otros, tuviesen que comenzar a ser honrados en dólar Simadi, los precios al consumidor final serían sencillamente impagables.

Solo por poner un ejemplo sencillo. El servicio Blackberry, por el que las operadoras pagan a la canadiense unos \$5 por cliente, que hoy día son unos Bs.60, se dispararía a unos mil bolívares, lo que irremediablemente impactaría con fuerza al usuario del servicio y, lo más probable, es que este desista de mantenerlo.

Pero eso no es todo. Y es que en el Gobierno nacional también estudian la posibilidad de que las importaciones de teléfonos móviles, equipos para la TV por suscripción, módems, antenas satelitales, entre

otros, se importen vía Simadi, pues no son prioritarios para el país. De ser así, el impacto en el usuario final será de grandes proporciones.

Así, la hiper-mega-plus-ultra-devaluación terminará sintiéndose en su máxima expresión y los que hoy día creen que un equipo en Bs.20 mil está caro, qué podrán pensar, en unos meses, cuando ese mismo teléfono, que en el extranjero cuesta unos \$500, solo en su costo el distribuidor o mayorista tendrá que pagar más de 100 mil bolívares.

SIN EQUIPOS NO HAY EVOLUCIÓN

Desde el triunfo de Hugo Chávez en las elecciones de octubre de 2012, se sabía que el país entraría en un proceso de deterioro mayor si no se tomaban las medidas necesarias para corregir la economía (El monje Jorge Giordani lo confirmó en una entrevista publicada en Aporrea tiempo atrás), pero los que asumieron el poder dos meses después de ganadas esas elecciones presidenciales (Nicolás Maduro, Diosdado Cabello, entre otros) y de que Chávez tomase la decisión de irse a operar a Cuba el cáncer que padecía, no terminaron de entender la importancia de ello y, meses después, la debacle apenas comenzaba.

Así han pasado 27 meses, sin ningún tipo de corrección, en un entorno en el que la economía sigue solo a la espera de que lo poco que queda se termine de consumir, se agote, y el país como un todo, termine en medio de una profunda ruptura social, política y económica, en la que no solo escasearán los alimentos, medicinas, libros, sino también, muy probable, la conciencia.

En este entuerto se encuentran las telecomunicaciones, indispensables para el movimiento de un país y prácticamente las únicas que han logrado mantenerse en alza en medio de todos los problemas que enfrenta la nación, pero a ellas también las han golpeado con fuerza y a sus entornos mucho más.

Y es que en el tema de servicios, el ecosistema que las sirve, se ha visto seriamente comprometido, lo que, por supuesto, las está poniendo en riesgo si no hay medidas que puedan aliviar las cargas que hoy día tienen ellas y los entornos que las mueven.

El año pasado, uno de sus entornos de negocios más importantes, el relacionado con los dispositivos, que permite a los clientes tener un equipo para usar los servicios de las empresas, terminó con una caída de 50 % en la venta, impactando con fuerza la posibilidad de las empresas de incrementar el número de usuarios, no tanto en nuevos clientes, sino en sumar nuevos servicios para esos clientes, especialmente Internet y valores agregados.

Según cifras de IDC, en el país se vendieron unos 2,6 millones de equipos en el primer semestre de 2014, la mayoría dispositivos que se esperaban para 2013 y que finalmente pisaron el país en esas fechas, lo que impactó, por supuesto, las cifras del segundo semestre del año, que fue prácticamente cero en lo que respecta a disponibilidad de equipos, especialmente en las operadoras.

La mayoría de esas ventas estuvieron focalizadas en lo que se denomina el mercado abierto (*open market*), impulsadas, algunas de ellas, por los distribuidores que pudieron adquirir algunos equipos vía Sicad 2 y lo que, otros tanto, asumieron vía mercado negro para colocar en tiendas de *retail*.



Las memorias y cuentas de los organismos dan vergüenza. Las empresas de ensamblaje de productos, por ejemplo, no lograron cubrir las metas de producción (...), la escasez de divisas y el freno a la importación de piezas y partes, hicieron que hubiese menos productos disponibles para los venezolanos.

Los operadores, Movilnet, Movistar y Digitel, no contaron con mayores inventarios en el año y lo poco que pudieron comercializar en los últimos meses, fueron equipos de peticiones de años anteriores que llegaron y fueron comercializados a dólar de Sicad 2 en algunos casos, pero el grueso se colocó a precios del Sicad 1, manteniendo el subsidio, gran culpable de la crisis y escasez hoy día.

Incluso Movilnet, que siempre se había nutrido de la importación de equipos para las plantas de ensamblaje Vtelca y Orinoquia, terminó el año con una colocación de menos de 300 mil teléfonos (aunque en una nota de prensa de diciembre dijo que habían sido 1,9 millones, pero en septiembre, en otra nota, había hecho constar que llevaban 145 mil equipos vendidos en todo el país en "jornadas"), una cifra bajísima, que se vio reflejada en centenares de anaqueles vacíos de sus agentes autorizados.

Eso sí, el año pasado, según IDC, de las pocas ventas que hubo de equipos móviles, más del 71 % fueron dispositivos de los denominados inteligentes, con un crecimiento del 117 % en comparación con el mismo periodo del año anterior. Y es que de lo poco que llegó, la mayoría fueron dispositivos tipo *SmartPhone*, que ya ocupan un importante número en la participación de mercado en el país. Según cifras oficiales, en Venezuela hay poco más de 12 millones de usuarios de teléfonos inteligentes y, no son más, por las mismas condiciones de país y las limitaciones que tienen las operadoras móviles para disponer de inventarios.

En lo que va de año 2015, el mercado sigue igual, moviéndose vía mercado abierto, negro, pero con muy pocas posibilidades vía operadoras, a pesar de las promesas con relación a la tecnología 4G/LTE, que se esperaba pudieran arrancar en aquellas que ganaron la licitación en algún momento del año, pero a la fecha, solo Movistar acompaña a Digitel y desplegó red en dos zonas del país (Caracas y Puerto La Cruz). El resto no tiene certeza de si su lanzamiento será acompañado con suficiente inventario de equipos para sumar clientes a los servicios o lanzar alguna promoción atractiva. Ni siquiera saben si tendrán red disponible este año, pues divisas para eso no hay en el horizonte.

La producción, incluso de las empresas del Estado, está por el piso. En el caso de ensamblaje de productos tecnológicos, así como en la operación de las compañías de servicios, son cada día menos.

Las memorias y cuentas de los organismos dan vergüenza. Las empresas de ensamblaje de productos, por ejemplo, no lograron cubrir las metas de producción y aún cuando en cada una de ellas existe un compromiso internacional (alianzas con empresas Chinas), la escasez de divisas y el freno a la importación de piezas y partes, hicieron que hubiese menos productos disponibles para los venezolanos. Los sueños de exportación siguen siendo imposibles. La *Venezuela Potencia*, un espectacular eslogan que ha promovido el Gobierno desde hace unos cuantos años, no se ha logrado y la realidad del país parece que terminará sepultándolo. Vtelca, Orinoquia, Venezuela de Industrias Tecnológicas, VIT, Empresas de Telecomunicaciones Gran Caribe, Proyecto Canaima, entre otros, solo se han quedado en la primera fase de ensamblaje de productos (pegar piezas) y de servicios, sin mayor avance desde que cada una fue lanzada por el Gobierno nacional.

Orinoquia, por ejemplo no ha logrado pasar a la segunda fase en la producción de equipos. Hasta ahora solo se ha quedado para pegar piezas que llegan prácticamente ensambladas desde China pero, en los últimos años, esos despachos han sido cada vez menores. Y, aunque en los presupuestos asignados en bolívares, en las metas anuales, podría suponerse que la producción establecida se cumpliría, la compañía no ha logrado en 2014 alcanzar sus metas, por lo menos en los últimos dos años. En el 2014, por ejemplo, la producción de equipos cayó en más de 15 % en comparación con el 2013, registrando el ensamblaje, según la memoria y cuenta del ministerio de Industrias, de unos 856 mil equipos.

Pero a pesar de ello, en los anaqueles de Movilnet, el exclusivo comprador de los equipos que ensambla el Estado en sus empresas mixtas con los chinos, no se vieron los equipos con regularidad e incluso la empresa destacó en la memoria y cuenta, que uno de los problemas más graves en los procesos de producción, fue la constante falta de piezas y limitación para importar las partes que se necesitaban para producir los equipos.

En Vtelca pasó algo similar. Desde que Venezolana de Telecomunicaciones, Vtelca, fue anunciada en un "Aló Presidente" del fallecido Hugo Chávez, en el año 2009, las promesas de la empresa, que surgió de la alianza del Gobierno con la estatal China ZTE, no han logrado cumplirse. Por el contrario, la primera planta de ensamblaje, que se instaló en el estado Falcón con la intención de cubrir prácticamente el 20 % de la demanda nacional de teléfonos, estimada en esos tiempos en unos 10 millones de equipos (realmente el mercado para el 2009 comercializaba entre 12 y 15 millones de unidades), solo logró cubrir esa meta, de unos dos millones de equipos, según la memoria y cuenta del ministerio de Industrias, en el año 2012. El resto de sus cinco años de vida, produciendo, los logros siempre han estado por debajo de las metas.

Y el 2014 no fue diferente. La planta de ensamblaje, que redujo sus estimaciones de producción, tomando en cuenta la difícil situación en el acceso a las divisas para importar las partes y piezas en más de 50%, en comparación con el 2013 (de unos 2,3 millones de equipos a 1,3 millones para 2014), terminó el año ensamblando, según la versión oficial, 82 % de la meta estimada, la cual se había plantado en un millón 275 mil equipos. En los últimos cinco años, desde que comenzó a producir equipos, la planta de ensamblaje ha logrado cubrir el 65 % de la meta establecida, alcanzando el ensamblaje de unos 6,2 millones de teléfonos, de un estimado promedio de 9,4 millones de teléfonos.

El año 2014 junto con el año 2010 han sido los menos productivos desde que la planta inició operaciones y el año pasado ha sido el menos productivo en cuanto a ingresos.

El caso de VIT también es desgarrador. Desde que Venezolana de Industria Tecnológica, VIT, fue fundada en 2010, la misión del Gobierno nacional con la planta, que también se desarrolló en alianza con empresas chinas (LangChao International ahora Inspur), fue la de proveer equipos más económicos para las instituciones del Estado, sumar esfuerzos a través de programas como el Internet Equipado de la estatal Cantv y entregar equipos, más económicos, mediante *jornadas, ferias*



Al sector de las telecomunicaciones no solo lo tienen asfixiado en sus servicios sin divisas y con alta presión desde el punto de vista económico. Al sector y a las empresas también las convirtieron en espías y si deciden no cumplir, sencillo, les quitan los pocos privilegios que aún tienen.

y a través de la distribución directa, esta última desarrollada en los últimos dos años.

Pero a medida que han pasado los años, la planta, en vez de incrementar la producción de equipos, la ha disminuido. El golpe más duro llegó en el 2014, cuando VIT solo cumplió con el 58 % de la meta del presupuesto prevista, ensamblando en su planta de Paraguaná un total de 152 mil 763 equipos de un proyecto de producción de unas 290 mil unidades.

La crisis del país, así como el retraso en la importación de piezas y partes, además de las limitaciones para liquidar las deudas con el proveedor chino vía Banco Central de Venezuela, hicieron que la compañía reajustara el plan de trabajo en varias ocasiones, terminando el año incluso por debajo de la meta más conservadora.

En comparación con el año 2013 que fue quizás, según la memoria y cuenta del Ministerio de Industrias, el segundo mejor periodo para la planta de ensamblaje, con un cumplimiento del 90 % de la meta prevista de producción de equipos, los números de 2014 golpearon de forma importante a la empresa. Y es que la meta no solo fue impactada por una menor producción de equipos, sino que además los proyectos de ampliación de la planta y la intención de instalar otras líneas para producir otras cosas, entre ellas, fuentes de poder, tampoco lograron hacerse.

VENEZUELA SE CONECTA, PERO A PASO DE TORTUGA

Cuando desde el exterior miran a Venezuela y sus números oficiales destacan constantes crecimientos de los servicios de telecomunicaciones, cualquier organismo de análisis podría pensar que el país, con tantos problemas, sigue siendo punta de lanza en la región y que, a pesar de las dificultades, los venezolanos disfrutan de Internet, televisión y telefonía, entre otros.

Pero cuando comienzan a detallar esos números se dan cuenta de que, en efecto, hay más venezolanos conectados, pero con servicios cada día más pobres y que el subsidio es la mayor fortaleza y, al mismo tiempo, el mayor problema del sector y en general del país.

Y es que de nada sirve tener Internet en casa si no se puede hacer algo más que descargar unas páginas Web, mantener conexiones en la oficina si en la mayoría de los casos están congestionadas, o disponer de redes en las academias u hospitales si es imposible hacer videoconferencias u operar a través de métodos de aprendizaje a distancia.

Pero esa realidad es la venezolana. Según los propios números de Conatel, el 94,2 % de las conexiones a Internet fijo están en el rango más bajo de velocidad aprobado en su momento por la UIT para definir a la banda ancha, aunque ese criterio cambió, pues la UIT definió después como Banda ancha o servicio dedicado a toda aquella conexión mínima de 2Mbps, dejando todo lo demás como simple conexión a Internet. En ese sentido, la mayoría de los venezolanos, con accesos fijos a la red, estimados en unos tres millones 479 mil, simplemente se conectan, pero no más, a pesar de que están siendo subsidiados en sus servicios. No tienen mayores opciones y las novedades e innovaciones en el mundo digital están prohibidas para sus pobres accesos desde el hogar. Solo 4,2 %, es decir, unos 155 mil

clientes disfrutaban de conexiones entre 2Mbps y 10Mbps, una cifra bajísima que desnuda la realidad de un país que mantiene apagadas sus inversiones en redes de alta velocidad para los segmentos fijos. Las operadoras de TV por suscripción, ideales para la competencia con la estatal Cantv, no cuentan con apoyo desde el Estado para ello y sus redes apenas cubren una parte del país, pero no llegan a todos los hogares, ni siquiera a los que están ubicados en zonas urbanas. Los grandes avances de la red siguen siendo sueños para los venezolanos, y es que solo 1,6 % de los clientes de banda ancha fija tienen en casa conexiones superiores a 10Mbps, es decir, que solo 59 mil hogares disfrutaban de esa conexión, provista en su mayoría por Inter, la operadora de TV por suscripción que lanzó servicios hace poco más de cuatro años, pero que no ha podido crecer más porque no cuentan con redes e infraestructura para soportar más clientes en los servicios.

BLOQUEO WEB Y RED PATRIA, EL CONTROL A SU MÁXIMA EXPRESIÓN

Al sector de las telecomunicaciones no solo lo tienen asfixiado en sus servicios sin divisas y con alta presión desde el punto de vista económico. Al sector y a las empresas también las convirtieron en espías y si deciden no cumplir, sencillo, les quitan los pocos privilegios que aún tienen.

Y es que desde noviembre de 2013, cuando el Gobierno nacional tomó la decisión de bloquear una serie de páginas web en el país, con la intención real de eliminar el efecto que producía en los precios de los productos y servicios el valor del dólar paralelo registrado en la página de DolarToday (prohibida su divulgación en el país en esa época), así como de otras páginas que se dedicaban a reflejar la devaluación del bolívar en comparación con la moneda estadounidense, entre otras informaciones sensibles al Gobierno nacional, el organismo regulador Conatel, se ha dedicado a enviar, de forma regular, una lista de páginas Web que deben ser bloqueadas de forma inmediata por los operadores de servicios de Internet, so pena de sufrir multas, sanciones y hasta la revocación de sus habilitaciones de no actuar de forma inmediata.

En los últimos meses, el bloqueo de páginas Web en Venezuela se ha acelerado y aunque la mayoría de ellas tienen relación con la publicación del valor del dólar en el mercado negro, muchas propuestas de información, donde se desnuda la corrupción y el abuso de poder en el país, también han sido prohibidas a los venezolanos.

Desde octubre, el número de páginas bloqueadas ha subido más de 40 %, desde unas mil 150 hasta más de mil 500, siendo la estatal Cantv la que más filtros tiene en su estructura para impedir que sus usuarios de servicio ABA puedan echar un ojo a informaciones que son sensibles a la alta estructura del Gobierno. En el último año, junio 2014-junio 2015, el bloqueo de páginas web subió 300 %; pero a pesar de ello, la gente busca fórmulas para evitar los filtros y muchos logran vulnerar el bloqueo desde el Estado. Aún así, el Gobierno nacional trabaja en mejores sistemas y redes, que puedan ayudar a disminuir el ruido que se les está generando desde las redes, especialmente Twitter.



La plataforma, que se nutre con una serie de herramientas desarrolladas con nombre de aves venezolanas, pretende convertirse en la gran red social de los movimientos sociales, pero de entrada es discriminatoria.

Una de ellas es la denominada Red Patria, y el Gobierno nacional en un intento más por consolidar la hegemonía comunicacional en el entorno de los colectivos, buscando evitar que estos se desvíen por el descontento actual, creó la red, una plataforma digital de comunicación y mensajería, entre otras, que busca copiar, en algunos puntos, a los desarrollos de redes sociales mundialmente posicionados, pero, a diferencia de los Twitter y Facebook, la intención de la plataforma, a la que solo pueden acceder los ciudadanos que formen parte de un colectivo (chavistas), está en conocer y controlar qué dicen ellos en las redes, qué buscan, qué comparten y, por supuesto, disminuir el ruido que puedan generar en el entorno, además de analizar los mensajes que se emitan a través de la red para poder tomar delantera en el discurso político y el descontento que existe en centenares de ellos.

Entre los puntos de honor para crear esta red, el Gobierno consideró que, con ella, buscan evitar que enemigos externos puedan almacenar información, espiar y controlar lo que se dice en las redes actualmente del lado chavista y que, además, esta es una herramienta alternativa a las mercantiles Twitter y Facebook. Pero en profundidad, la Red Patria no es mejor que las actuales, pues con ella el Gobierno sí busca concentrar, en una sola plataforma, lo que dicen los colectivos sobre diversos temas, acallar la crítica, la denuncia, y someter a los miles de movimientos sociales al silencio, so pena de ser rechazados si deciden lo contrario. Para ello exigen cédula de identidad del participante, adherirse a un colectivo y, luego de ser aprobado por la plataforma, podrá emitir mensajes. Los que no formen parte de los colectivos están simplemente excluidos, incluso simpatizantes del PSUV.

La plataforma, que se nutre con una serie de herramientas desarrolladas con nombre de aves venezolanas, pretende convertirse en la gran red social de los movimientos sociales, pero de entrada es discriminatoria. La aplicación Nido, busca parecerse a Facebook, con opción de mensajería, subir fotos, sonidos, exposición de *blogs*, entre otros. Mochuelo es un sistema de ¿alerta temprana? para reportar situaciones que vulneren los derechos del pueblo y monitorearlos desde una sala situacional. Tal vez tenga que ver con el desabastecimiento o los chismes de los patriotas cooperantes, entre otros, ¿pero

funcionará para cazar corruptos y *bachaqueros*? Lo más probable es que realmente sirva solo para reprimir más a la oposición. Con Colibrí quieren ser el WhatsApp venezolano, al crear una red de mensajería para equipos Android y computadoras. El problema con ella es que la mayoría de los colectivos usan equipos Movilnet básicos, sin conexión de datos o sistema operativo Android, donde la plataforma tiene real funcionamiento.

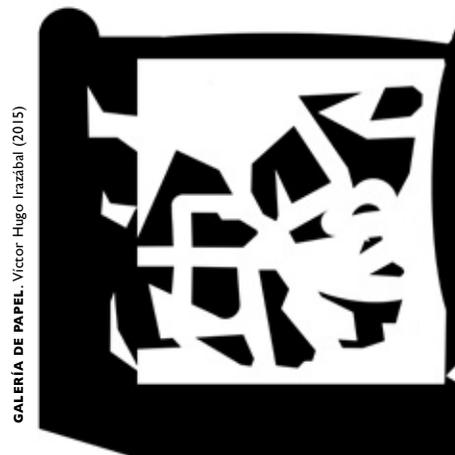
El sistema Las Golondrinas, nace con la intención de sistematizar actas de asambleas, documentos, y realizar consultas públicas. Como dice la lámina, una nube social para los colectivos. La red Cardenalito busca emular a Twitter, pues se presenta como una plataforma para enviar mensajes cortos y enlaces a contenidos. Y con la red Cóndor, buscan dar a los colectivos una herramienta de monitoreo de diferentes cuentas en Twitter, similar a TweetDeck (lo dice la lámina), para así poder, tal vez, tener más opciones de espiar los mensajes que se formen en la red y que no sean complacientes desde los colectivos.

La concepción de la plataforma, desde el más amplio espectro de conexión social, podría llegar a ser interesante, pues permitiría que todas esas comunidades, que son centenares, pudieran tener acceso a una red de información e interacción y control social, que podría ayudar en decenas de problemas que enfrentan las comunidades organizadas y los movimientos sociales hoy día. Pero es ampliamente claro que la Red Patria nació para controlar a los colectivos descontentos, apagar a los que critiquen o disientan y someter al resto a una sola voz, sin derecho a más, pues su cédula y dirección queda en el registro para buscarlos o quitarles el beneficio adquirido gracias al populismo bolivariano.

En Venezuela, como dice *Freedom House*, la libertad está cada vez más restringida.

WILLIAM PEÑA

Periodista y editor del servicio especializado en nuevas tecnologías de información y comunicación (TIC) *Inside Telecom*. Columnista del diario *Tal Cual*. Profesor del postgrado en comunicación social de la UCAB.

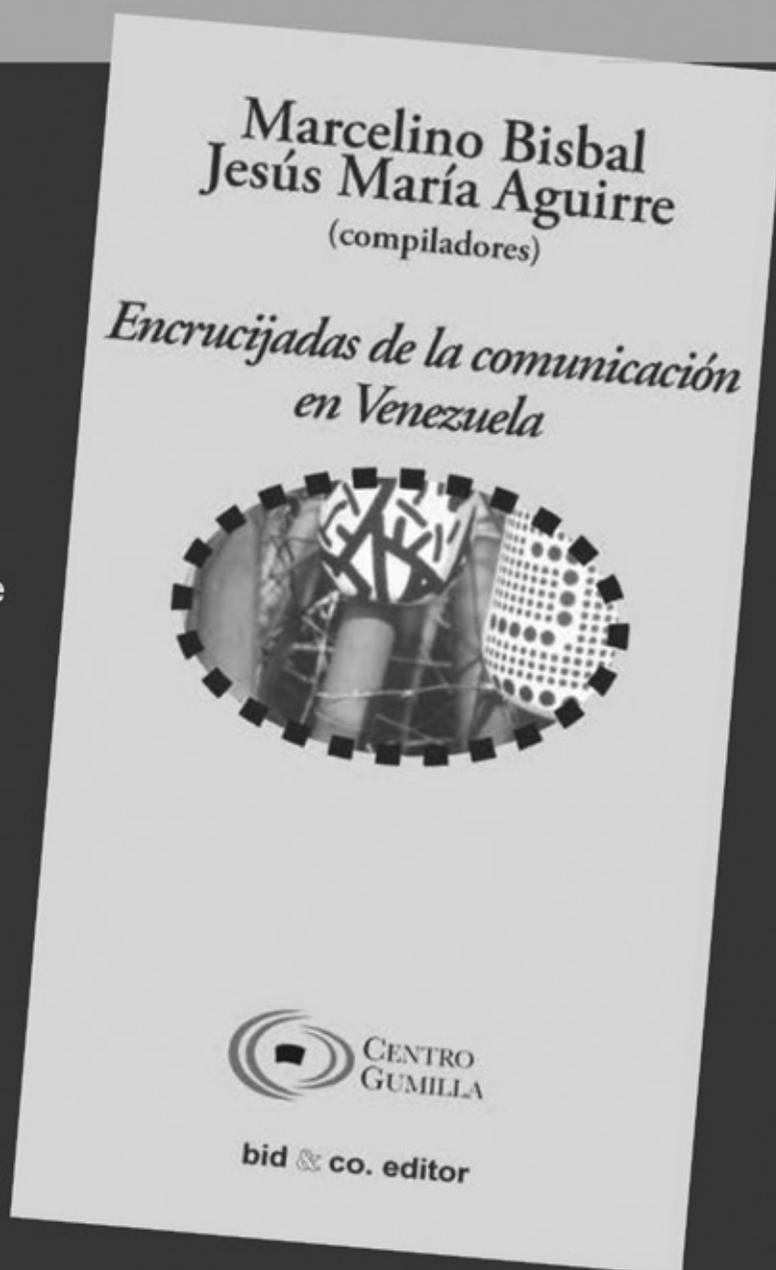


¡Pensamos insistir!

Cuarenta años en pro de la democratización de las comunicaciones

Este libro, editado con motivo del 40º aniversario de la revista *Comunicación* y fruto del trabajo de diecisiete investigadores obedece a dos inquietudes precisas:

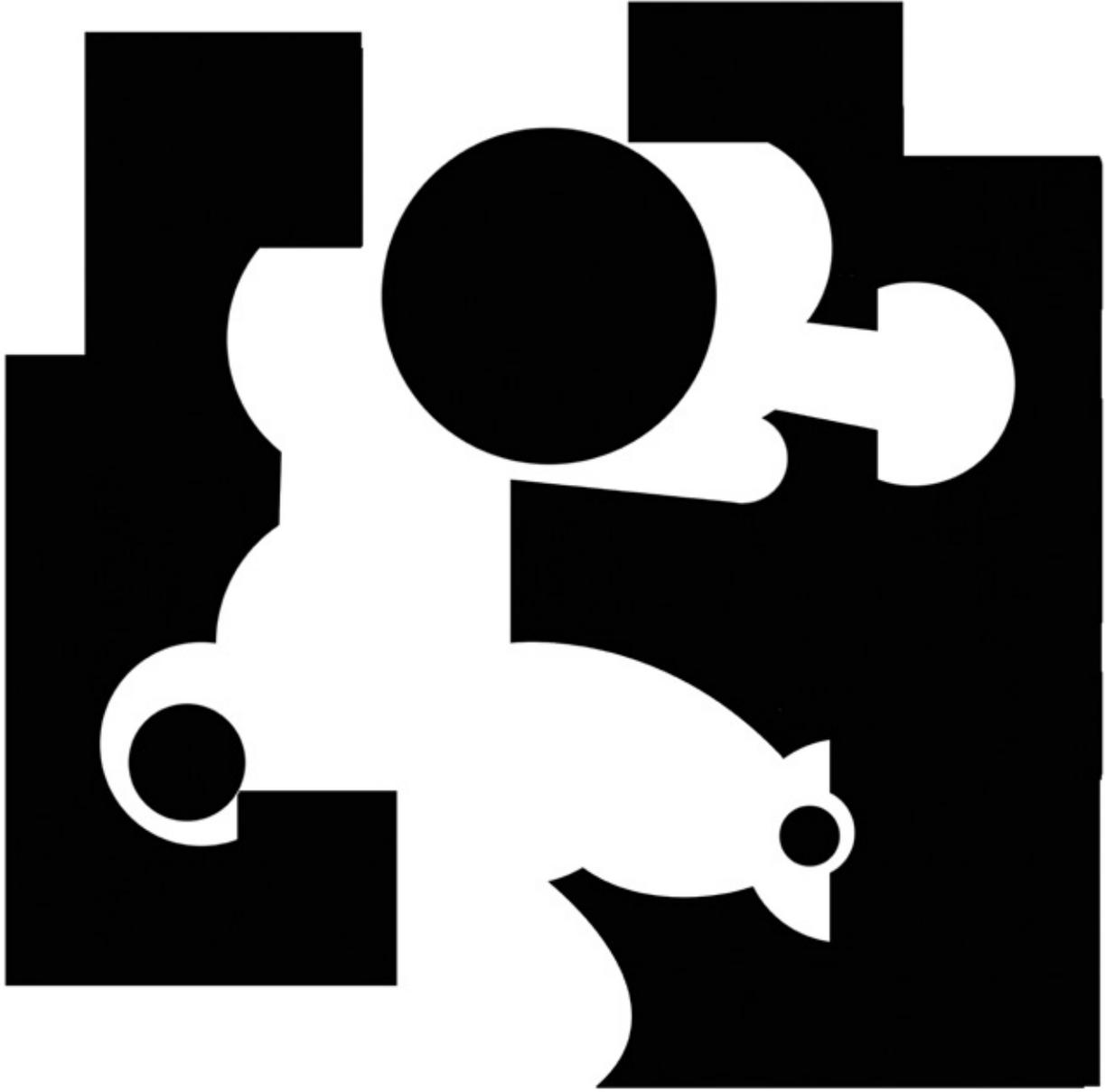
- la primera es la de llenar un agujero negro en la visión conjunta de la situación de los medios y redes de comunicación en el país y poner al día a los profesionales y estudiantes, y
- la segunda, la de ofrecer un instrumento que sirva para labores docentes en el proceso de formación de los comunicadores, educadores y gestores de redes.



Marcelino Bisbal y Jesús María Aguirre, coordinadores.



Para adquirir nuestros productos, comuníquese al 0212-5649803 y 5645871



GALERÍA DE PAPEL. Víctor Hugo Irizabal (2015)

La sociedad del conocimiento como modelo de desarrollo

Una aproximación desde el caso venezolano

I. INTRODUCCIÓN. EVOLUCIÓN DE LOS MODELOS DE DESARROLLO Y DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO

Las líneas que siguen intentan resumir para el lector un conjunto de información y documentación estratégicas, en lo que constituye un informe preliminar de avance de la *Línea de investigación indicadores para la sociedad del conocimiento como modelo del desarrollo, perteneciente al área sociedad del conocimiento y entorno digital* del Centro de Investigación de la Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello. Esta línea ha presentado informes de avance en el IV y V congresos venezolanos de investigación de la comunicación de la Asociación de Investigadores de la Comunicación –Invecom– en abril de 2013 y mayo de 2015 respectivamente.

Un estado del arte preliminar para situar la investigación sobre la sociedad del conocimiento como modelo de desarrollo la ubica en la tradición de los modelos de desarrollo adelantada en el seno del Sistema de Naciones Unidas, en conjunción con la línea evolutiva de los paradigmas y modelos de comunicación para el desarrollo, formulados en una línea de incidencia que los emparenta, tanto en la racionalidad de formulación de proyectos como en la discusión sobre su enfoque, alcance, potencialidades y riesgos. Una representación esquemática del modo en que ambas sendas han corrido aparejadas, por lo menos, desde la década de los 50 del siglo pasado hasta nuestros días, puede apreciarse en los gráficos 1 y 2.

Para nuestros efectos, los modelos de desarrollo evolucionan desde la perspectiva del crecimiento económico, incorporando dimensiones adicionales al incrementalismo de los intercambios, complementándolos en comprensiones más sistémicas y complejas de las interacciones ubicables en un mismo territorio. Al intercambio de bienes y servicios, se le ubica en el contexto de las condiciones necesarias (factores socioeconómicos, educativos, ambientales, de infraestructura, etcétera) y se les evalúa en términos de desempeño, impacto o sostenibilidad.

Hasta ahora todos los modelos se consideran como marcos para ejercicios de planificación, adecuados para sociedades nacionales estructuradas en el marco normativo de la democracia liberal (por lo menos en forma declarativa). Y los modelos de comunicación para el desarrollo, por su parte, confluyen desde diversos paradigmas, en la búsqueda de incidencia para el cambio social en la escala local,

En este texto, el autor retoma la línea evolutiva de los modelos de desarrollo y de comunicación para el desarrollo, vigentes desde la década de los 50, para proponer un nuevo modelo de desarrollo basado en la noción de sociedad del conocimiento, junto con una selección de sus posibles indicadores, algunos de los cuales apuntan a describir el estado actual de este fenómeno en Venezuela.

In this paper, the author takes up the evolutionary line of models of development and communication for development, valid since the decade of the 50's, to put a new model of development based on the notion of knowledge society, together with a selection of possible markers, some of which points to describe the actual state of this phenomenon in the present Venezuela.

● **CARLOS DELGADO-FLORES**



Vale decir que establecer al conocimiento como fuente de productividad pasa por considerarlo como bien intangible, y a la organización como constituida en el lenguaje que soporta ese conocimiento, a ello se avoca la idea de organización postmoderna: a la comprensión de la misma a partir del giro lingüístico.

nacional o transnacional, desde paradigmas y enfoques diversos: unos instrumentalizando los modelos de desarrollo, otros generando un correlato crítico, otros produciendo comprensiones.

II. LA DISTINCIÓN DE LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

En otros textos se ha referido la complejidad que supone la investigación del fenómeno de la sociedad del conocimiento y la necesidad de distinguirla de la globalización cultural y de la sociedad de la información. (Delgado, 2014 y 2011; Delgado y Díaz, 2010). Sin menoscabo de los argumentos que apuntan a que la modernidad ilustrada entraña la construcción de sociedades de la información basadas en el libro, ya Daniel Bell, en la década de los 70 caracterizaba a la sociedad postindustrial como una sociedad de la información que concentraba su economía en el sector terciario (comercio y servicios), mediante la innovación tecnológica y la instauración de la tecnocracia. Será Fritz Machlup (1962) quien en sus investigaciones sobre economía postindustrial, acuñará el término de industria basada en el conocimiento, para distinguirla del conjunto de las organizaciones del sector terciario: industria dedicada a construir intangibles, a entregar valor agregado y a producir externalidades, de difícil contabilidad en los intercambios económicos, considerando la productividad como un medio y no como un fin en sí mismo.

Se habla de sociedad del conocimiento desde que en 1969, Peter Drucker en *La edad de la discontinuidad* se refiriera a la observación de Machlup, ya referida, del predominio creciente de las industrias de la información por encima de las empresas del sector terciario. Sin embargo, no será sino en 1999, en su libro *La sociedad postcapitalista*, donde identificaría al conocimiento como generador de riqueza en las organizaciones y en la sociedad, antes que al trabajo como proceso de transformación de la materia en mercancía (proceso industrial), para lo cual habría de requerirse en las organizaciones la voluntad de sistematizar y organizar la producción de conocimiento. Vale decir que establecer al conocimiento como fuente de productividad pasa por considerarlo como bien intangible, y a la organización como constituida en el lenguaje que soporta ese conocimiento, a ello se avoca la idea de organización postmoderna: a la comprensión de la misma a partir del giro lingüístico.

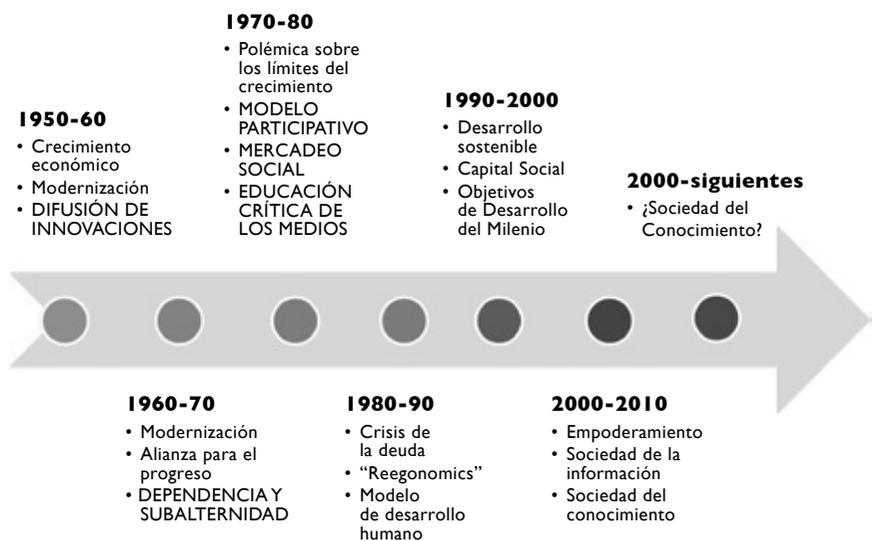
No obstante, Nico Stehr (1994:7) señala que el rasgo definitorio de la sociedad del conocimiento es este, concebido ya no solo como bien producido, sino como proceso mismo de producción de lo

GRAFICO I
MODELOS CONTEMPORÁNEOS DE DESARROLLO



Fuente: el autor (2015).

GRÁFICO 2.
EVOLUCIÓN CRONOLÓGICA DE LOS MODELOS DE DESARROLLO Y DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO





Ello motiva a la Unesco a formular un informe crítico, en el cual toma partido antes que por el concepto sociedad de la información –de uso generalizado para describir los fenómenos sociales ocurridos en el entorno digital– por el de sociedades del conocimiento, con clara preferencia por el plural.

social. Si en el pasado la estructura y cambio social dependían básicamente de la propiedad y el trabajo, puesto que estos factores caracterizaban la pertenencia a la sociedad de individuos y grupos, hoy día el conocimiento ha adquirido gran parte de ese protagonismo en los países desarrollados, transformando incluso los mecanismos clásicos vinculados al capital. Cuando la sociedad del conocimiento se piensa en términos de producción, del capitalismo de los bienes se pasa a un capitalismo de intangibles. La economía del conocimiento, como agregación de la economía de la información, se le piensa ya no en términos de escasez, de limitadas condiciones de producción y distribución, sino más bien como una economía de la abundancia y de limitaciones en el acceso cuya base no están en condiciones objetivas más que en la competencia simbólica (que es subjetiva). En este particular, el paso que va del consumo de información a la producción de conocimiento es singular, en lo que constituye la principal cadena de formación de valor agregado en esta nueva economía.

Por otra parte, la idea de la sociedad de la información como sociedad red en la concepción de Manuel Castells (1997): policéntrica, asociativa, contingencial, deslocalizada, proyectiva, deriva hasta instalarse en una perspectiva civilizatoria, donde a los entornos de desarrollo humano, estado de naturaleza y ámbito urbano, le ha surgido uno tercero, Telépolis, en la concepción de Javier Echeverría (1999), un ámbito para la vida humana modulado por siete tecnologías: el teléfono, la radio, la televisión, el dinero electrónico, las redes telemáticas, los multimedia y el hipertexto; que excede a Internet y al ciberespacio, pero que como sistema abierto los involucra para su comprensión, junto con la trama de significaciones que se derivan de su uso en la acción comunicativa (Habermas, 1987), distinción que puede ser de utilidad para comprender de qué va la sociedad de la información y de qué la sociedad del conocimiento.

Esta discusión cobrará forma en el seno de la Unión Internacional de Telecomunicaciones, instancia que convocará en 2003 y 2005 la Cumbre Mundial por la Sociedad de la Información (Ginebra/Túnez), la cual no logra ni una definición unificada del fenómeno, ni un modelo de desarrollo, dos de sus principales ambiciones. Ello motiva a la Unesco a formular un informe crítico, en el cual toma partido antes que por el concepto sociedad de la información –de uso generalizado para describir los fenómenos sociales ocurridos en el entorno digital– por el de sociedades del conocimiento, con clara preferencia por el plural. En el Informe *Hacia las sociedades del conocimiento* de 2005 se lee:

Un elemento central de las Sociedades del Conocimiento es la capacidad para identificar, producir, tratar, transformar, difundir y utilizar la información con vistas a crear y aplicar los conocimientos necesarios para el desarrollo humano. Estas sociedades se basan en una visión de la sociedad que propicia la autonomía y engloba las nociones de pluralidad, integración, solidaridad y participación. (...) La sociedad mundial de la información solo cobra sentido si propicia el desarrollo de Sociedades del Conocimiento y se asigna como finalidad ir hacia un desarrollo del ser humano basado en los derechos de éste (...) La UNESCO estima que la edificación de las Sociedades del Conocimiento es la que abre

camino a la humanización del proceso de mundialización (Unesco, 2005: 29)

Así pues, puede haber sociedad del conocimiento en la medida en que hay producción, distribución y consumo (economía); asimetrías en el acceso y dinámicas para corregir estas asimetrías (política); socialización y formación para producir y/o consumir y a partir de ambos, cultura del conocimiento que lo entrelaza como metarelato en la trama de significaciones de una sociedad, que asociadas a las prácticas cotidianas constituyen identidades y modos de vida. Y en esta sociedad, la comunicación juega un papel mucho más complejo, de mayor escala que la sola trasmisión de información, con lo cual, el requerimiento hecho al paradigma ubica también la investigación del fenómeno en una escala creciente de complejidad epistemológica.

III. APUNTES PARA UN ESTADO DEL ARTE DE LOS INDICADORES SOBRE SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

La diferencia de enfoque evidenciable entre la Unión Internacional de Telecomunicaciones y la Unesco en torno a las sociedades del conocimiento pone de relieve diferencias de orden paradigmático que hasta el momento no han generado un debate mundial como en su oportunidad lo supuso el del Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, pero que no se descarta ocurra, en la medida en que evolucionen las comprensiones de la complejidad del fenómeno.

Una línea para seguir la evolución de esta comprensión –y de su eventual debate– la constituyen los indicadores que existen o puedan concebirse para describir la evolución de la sociedad del conocimiento, determinar su impacto en el desarrollo social y planificar este impacto. Sobre este particular, Villavicencio, Morales y Amaro (2012:78-79) señalan en su texto *Indicadores y asimetrías sobre la sociedad basada en el conocimiento en América Latina* la existencia de una discusión internacional sobre la aparente dicotomía entre la medición posible del desarrollo de esta sociedad teniendo como eje el acceso y uso de las tecnologías de información y comunicación, y la consideración de las prácticas sociales mediadas por estas. Advierten que para comprender a cabalidad la complejidad de los procesos de producción social de conocimiento son necesarios “parámetros de medición sobre el comportamiento y evolución de los sistemas educativo y productivo, del régimen socio-institucional, de las políticas públicas en diversos ámbitos y particularmente las de ciencia y tecnología, entre otros”. Dado que la comprensión de la dinámica de los componentes de la Sociedad Basada en el Conocimiento “resulta importante en el caso de los países latinoamericanos porque de ello depende su competitividad futura, su participación en la división cognitiva del trabajo a nivel internacional y su desarrollo social y económico”. (2012: 69-70)

Una afirmación más rotunda en este sentido la realiza Peña-López (2009) en su estudio *Hacia un modelo integral de la economía digital*, donde analiza 55 modelos contentivos de 1.578 indicadores específicos y asociados a la economía del entorno digital, a partir de la falta de un consenso sobre la noción de brecha digital. Como resultado de su investigación advierte que en los indicadores analizados, las in-

CUADRO I
INDICADORES DE LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

VARIABLES PRERREQUISITO DE LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO	INDICADOR	FUENTE
INFRAESTRUCTURA Y RECURSOS		
	Uso de teléfonos móviles	Eurostat
	Medios de comunicación	
	Usuarios de Internet	Eurostat
	Proveedores de Internet	Eurostat
	Número de computadoras personales	Unesco
	Número de periódicos en circulación	Unesco
	Receptores de televisión	Unesco
	Receptores de radio	Sibis
	Usuarios de correo electrónico	Sibis
	Redes de usuarios de correo electrónico	OCDE
	Acceso a Internet de banda ancha	Sibis
	Número de personas que abandonan el Internet	Unesco
EDUCACIÓN		
	Número de estudiantes por profesor en los distintos niveles de la educación básica	OCDE
	Número de horas anuales de enseñanza en instituciones públicas por nivel de educación	OCDE
	Disponibilidad para los estudiantes del uso de computadoras en casa	OCDE
	Disponibilidad del uso de computadoras en la escuela	OCDE
	Computadoras conectadas a Internet en las escuelas	OCDE
VARIABLES SOCIOECONÓMICAS		
EMPLEO	Tasa de desempleo general	Eurostat
	Tasa de desempleo por nivel de educación entre los 25 y 65 años (nivel secundaria)	OCDE
	Tasa de desempleo por nivel de educación entre los 25 y 65 años (nivel preparatoria)	OCDE
	Tasa de desempleo por nivel de educación entre los 25 y 65 años (nivel licenciatura)	OCDE
	Tasa de desempleo por nivel de educación entre los 25 y 65 años (nivel posgrado)	OCDE
CAPACITACIÓN Y HABILIDADES	Participación de los empleados en cursos de capacitación	CVTS
	Número de empresas que proporcionan cursos de capacitación	CVTS
	Número de empresas que evalúan el impacto de los cursos de capacitación	CVTS
	Número de empleados que participan en el e-learning	Sibis
	Número de empleados que se capacitan por su cuenta	Sibis
	Índice de alfabetismo digital	Sibis
INCLUSIÓN SOCIAL	Índice gini de disparidad del ingreso	ILC
	didix: Digital divide index	Empírica
SEGURIDAD	Efectos de la seguridad concerniente con el comercio electrónico	Sibis
POLÍTICAS	Gasto del gobierno en I&D	OCDE
	Participación del gobierno	OCDE
VARIABLES DE RESULTADO, APLICACIONES, INPUTS Y MERCADOS		
HABILIDAD DE INNOVACIÓN	Aplicación de patentes	Eurostat
	Gasto en I&D	Eurostat
	Productividad laboral	ILO
	Número de empleos en el sector tres	Eurostat
FLEXIBILIDAD LABORAL	Índice de adaptabilidad a los arreglos laborales	Empírica
	Difusión del trabajo a distancia	Sibis
	Trabajadores que practican la cooperación a distancia	Sibis
E-APPLICATIONS	Uso del comercio electrónico	Sibis
	Usuarios que buscan información sobre salud en Internet	Sibis
	Usuarios que buscan información sobre salud en Internet en un idioma diferente al materno	Sibis
RIQUEZA Y SATISFACCIÓN	Crecimiento del PIB	Eurostat
	Satisfacción laboral percibida	Sibis
	Seguridad laboral percibida	Sibis

Fuente: Advancement of the Knowledge Society. Comparing Europe, US and Japan. The European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. Citado por Villavicencio, Morales y Amaro (2012:78-79).



La reducción de costos, a la cual se ajustan las ventajas extraídas de la proximidad de un gran mercado, explica la concentración de establecimientos industriales, comerciales y de servicios en las grandes ciudades, lo cual induce a su vez a un desarrollo acumulativo de estas.

fraestructuras tienden a estar sobrerrepresentadas, a la vez que los indicadores de cómo los usuarios interactúan con estas (a través del sector TIC) y con los contenidos y servicios digitales (a través del marco legal), resultan deficitarios.

Por otra parte, los contenidos y los servicios siguen de cerca a aquellos en la proporción final de indicadores, siendo, en realidad, casi medidas exclusivas sobre el uso de ordenadores e Internet. Esta falta de indicadores disponibles hace más difícil medir las razones de éxito o fracaso, sin hablar del hecho de tomar las decisiones apropiadas dado un estado de la situación, las metas a alcanzar y los recursos al alcance de cada uno. (2009:8)

Villavicencio, Morales y Amaro (2012:78-79) recomiendan, a partir de la experiencia europea sobre la formulación de indicadores para medir la sociedad del conocimiento, el modelo propuesto por la Fundación Europea para el Mejoramiento de las Condiciones de Vida y de Trabajo (Eurofound), que se encarga de registrar y transmitir información entre países miembros de la Comunidad sobre temas como competitividad, empleo, cambio tecnológico, pobreza y exclusión, etc., el cual se ofrece de manera resumida en el cuadro número 1.

Una observación preliminar sobre los indicadores propuestos por Eurofound para medir la sociedad del conocimiento apunta a que estos –todavía– son indicadores alineados en la noción de productividad, describen el comportamiento de la sociedad del conocimiento hipostasiando el de la economía digital, la cual reproduce las economías de aglomeración, pero integrando en el soporte digital las operaciones realizadas en sitios remotos.

Se sabe que las economías de aglomeración son economías de externalidades llevadas a cabo por las organizaciones, que obedecen a la utilización colectiva de las infraestructuras de transporte, de comunicación y de los servicios urbanos. La reducción de costos, a la cual se ajustan las ventajas extraídas de la proximidad de un gran mercado, explica la concentración de establecimientos industriales, comerciales y de servicios en las grandes ciudades, lo cual induce a su vez a un desarrollo acumulativo de estas. La aglomeración facilita igualmente la circulación del capital, la diversificación del mercado de trabajo y al multiplicar las probabilidades de contactos, acrecienta la velocidad de adopción de las innovaciones. Podría decirse que la economía digital reproduce esta forma de economía, con un agregado particular, la virtualización, es decir: la progresiva transformación de los procesos de producción o distribución seguidos en el plano físico, y su sustitución por la operación dentro de la tecnología digital, mediante interfaces construidas con metáforas lógicas y representaciones esquemáticas, de valor icónico relevante y creciente maniobrabilidad. Al virtualizarse la agregación económica, el costo de comunicación tiende a reducirse y el valor agregado a aumentar por la incorporación de procesos y actores de ámbitos remotos.

No es fácil predecir si la tendencia a la concentración en la economía digital vaya a mantenerse, dado el alto nivel de valor agregado que integran sus operaciones, la tendencia a la reducción del costo de incorporación a la tecnología y el compromiso creciente de los Estados de reducir la brecha digital, asociándose a la interpretación que hace de esta como pilar para la construcción de la sociedad del conoci-

miento. Lo que sí puede plantearse es que si bien en la región todavía hay alta concentración de usuarios en los estratos socioeconómicos altos, con mayor capacidad de consumo, mayor formación académica y mayor participación en las lógicas de la modernidad; también habrá que considerar que las actividades asociadas a la Web manifiestan una incidencia creciente en las economías, por la vía de las externalidades y el valor agregado. Para muestra valga el dato: según el Banco Mundial, por cada 10 % de penetración de Internet se puede incrementar el PIB nacional de los países entre 1,21 % y 1,38 %, tal como lo señala el informe de la Unión Internacional de Telecomunicaciones *The state of broadband 2012: achieving digital inclusion for all* (2012), que además calcula en 1 % el incremento en el PIB por cada 10 % adicional de acceso a banda ancha.

IV. SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO COMO MODELO DE DESARROLLO. DEFINICIÓN E INDICADORES

En otros textos (Delgado, 2011; 2013; 2014) se ha referido un modelo conceptual de desarrollo para la sociedad del conocimiento de cuatro dimensiones: comunidades de habla, que practican la democracia deliberativa y generan economías del conocimiento en el entorno configurado por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Se trata de una propuesta de modelo que intenta acercar la dimensión del impacto de la tecnología en las prácticas sociales, con la descripción de las sociedades del conocimiento hecha por la Unesco, para proponer un modelo complejo, esto es: basado en el examen de los *complexus* del fenómeno, capaz de articular perspectivas desde paradigmas distintos.

Una mirada resumida de cada dimensión las describe en estos términos:

- **COMUNIDADES DE HABLA.** En la concepción de esfera pública de Jurgen Habermas (1981; 1996) el concepto de comunidades de habla es fundamental. Estas, son comunidades caracterizadas por estar integradas por ciudadanos con autonomía racional, que acuerdan para el desarrollo de sus conversaciones una ética racional del discurso, la cual contempla el desarrollo de un léxico común, unas normas de interlocución que aspiran tener validez universal, a la vez que el compromiso de garantizar el derecho de intercambiabilidad de roles entre hablantes y escuchas. Vale decir que en esta perspectiva, una sociedad civil democrática puede estar constituida por comunidades de habla que estructuran los discursos de la opinión pública en un espacio parainstitucional. (Cohen y Arato, 2000: 476-555).

- **DEMOCRACIA DELIBERATIVA.** Este tipo de democracia, propia de sociedades civiles democráticas, se entiende como aquella que se centra en el proceso de construcción de consensos de orden sistémico, donde a la par de la consecución de los acuerdos se desarrollan procesos de aprendizaje social. Velasco (2009: 70-79) la define en estos términos: “El término democracia deliberativa designa un modelo normativo –un ideal regulativo– que busca complementar la noción de democracia representativa al uso mediante la adopción de un pro-

GRAFICO 3
MODELO CONCEPTUAL DE SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO



Fuente: Delgado (2011)

cedimiento colectivo de toma de decisiones políticas que incluya la participación activa de todos los potencialmente afectados por tales decisiones, y que estaría basado en el principio de deliberación, que implica la argumentación y discusión pública de las diversas propuestas. Con este modelo de democracia no se procede propiamente a una innovación de la democracia sino a una renovación de la misma: la deliberación trasladada al ámbito político implica una exigente concreción del ideal participativo que encarna la noción de democracia'

• **ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO.** Se ha sostenido, en este mismo texto, que la economía digital, como marco para el desarrollo de economías de conocimiento, reproduce las economías de aglomeraciones, que son economías de externalidades (esto es: de operaciones no tangibles en la magnitud financiera o el Producto Interno Bruto) pero con un agregado particular; la *virtualización*, es decir: la progresiva transformación de los procesos de producción o distribución seguidos en el plano físico, y su sustitución por la operación dentro de la tecnología digital, mediante interfaces construidas con metáforas lógicas y representaciones esquemáticas, de valor icónico relevante y creciente maniobrabilidad; al virtualizarse la agregación económica, el costo de transacción tiende a reducirse y el valor agregado a aumentar por la incorporación de procesos y actores de ámbitos remotos. Por otra parte, cuando la sociedad del conocimiento se piensa en términos de producción, del capitalismo de los bienes se pasa a un capitalismo de intangibles. La economía del conocimiento, como agregación de la economía de la información, de transformación e intercambio en el proceso de construcción de significación, se le piensa ya no en términos de escasez, de limitadas condiciones de producción y distribución, sino más bien, como una economía de la abundancia y de limitaciones en el acceso cuya base no está en condiciones objetivas más que en competencia simbólica (que es subjetiva). En este particular, el paso que va del consumo de información a producción de conocimiento es intersubjetivo, en lo que constituye la principal cadena de formación de valor agregado en esta nueva economía (Delgado-Flores, 2006: 18-26).

Una representación esquemática de los mismos se aprecia en el gráfico 3.

Ahora bien, ¿hasta dónde son operacionalizables estos conceptos? En el modelo propuesto, las dimensiones de la sociedad del conocimiento (comunidades de habla, democracia deliberativa, economía del conocimiento y entorno TIC) se operacionalizan en atención a sus componentes internos. En el caso de las comunidades de habla, los indicadores son los elementos que las caracterizan descritos por Habermas (1987); en el caso de la democracia deliberativa aquellos factores que describen la dinámica de construcción de consensos políticos en el marco de la opinión pública, teniendo como contexto de capacidades de las empoderadas por la educación; en el caso de la economía de conocimiento, aquellos aspectos enmarcados en la dinámica de intercambios, y en el entorno de las TIC aquellos aspectos que refieren la infraestructura y recursos que modulan el acceso.

Una síntesis, que integra las recomendaciones de Eurofound, se aprecia en el cuadro número 2.

CUADRO 2
DIMENSIONES Y SUBDIMENSIONES INTEGRADAS DEL MODELO DE SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

DIMENSIONES	COMUNIDADES DE HABLA	DEMOCRACIA DELIBERATIVA	ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO	ENTORNO TIC
SUBDIMENSIONES	Autonomía Racional	Agenda pública	Oferta	Acceso a TIC
	Dialogicidad	Proyecto	Demanda	Infraestructura y recursos
	Deliberación	Consenso	Brecha digital	
	Interlocución	Educación	Valor agregado	
	Normas consensuadas con validez universal	Infraestructura y recursos	Aprendizaje social	
	Sistematización		Costo social	
			Beneficio social	
			Variables de resultado, aplicaciones, inputs y mercados empleo	
			Capacitación	
			Inclusión social	
		Seguridad		

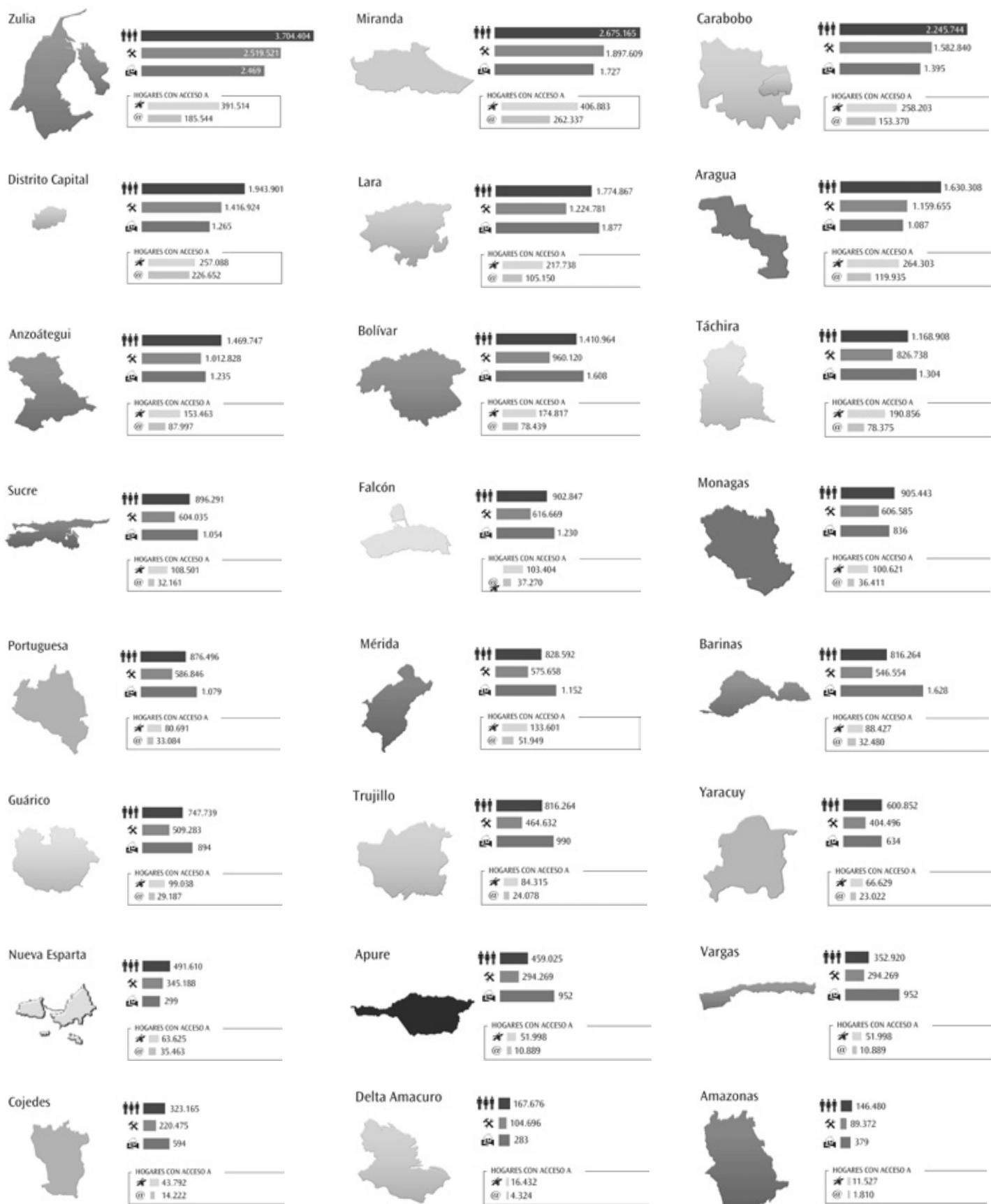
Fuente: el autor (2015) con base en Villavicencio, Morales y Amaro (2012) y Delgado (2013). Las dimensiones recomendadas por Eurofound en cursivas.

V. INDICADORES DISPONIBLES EN VENEZUELA, EN LA PERSPECTIVA DEL MODELO DE SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO

Al revisar los indicadores asociables a la sociedad del conocimiento en Venezuela encontramos que los correspondientes a infraestructura y recursos son los más difundidos y generados, principalmente a partir de la inclusión de los datos censales y su estimación posterior. Una representación gráfica de las frecuencias por estados puede apreciarse en el gráfico 4.

Los indicadores de infraestructura señalan equipamiento y acceso a Tecnologías de Información y Comunicación a partir del equipamiento en los hogares, considerando además su asociación con la Población Económicamente Activa y con la disponibilidad de escuelas y medios de comunicación social por estados. Una revisión de las correlaciones

GRAFICO 4
VENEZUELA. INDICADORES PARA LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO. SUBDIMENSIÓN
INFRAESTRUCTURA Y RECURSOS. (SELECCIÓN)



POBLACIÓN
 POBLACIÓN LABORALMENTE ACTIVA
 HOGARES CON ACCESO A TV POR CABLE
 HOGARES CON ACCESO A INTERNET
 ESCUELAS

Fuente: el autor (2015) a partir de datos censales (INE, 2011).

existentes entre los ítem señalados se mira representada en el gráfico 5, en donde se aprecia la mayor correlación entre acceso a Internet y televisión por cable, y la menor correlación entre Internet y los medios comunitarios.

En materia educativa, uno de los indicadores resaltantes, analizados a los efectos de esta investigación es la relación entre la deserción escolar en educación media y el índice de precios al consumidor en el área metropolitana de Caracas, evidenciando un patrón de relación entre las tasas de variación interanual en ambos indicadores que permite inferir la correspondencia entre los dos tipos de brecha digital señalados como predominantes en el país: la brecha digital por nivel educativo y la correspondiente al nivel socioeconómico. La representación visual de esta relación puede apreciarse en el gráfico 6.

VI. CONCLUSIONES PRELIMINARES

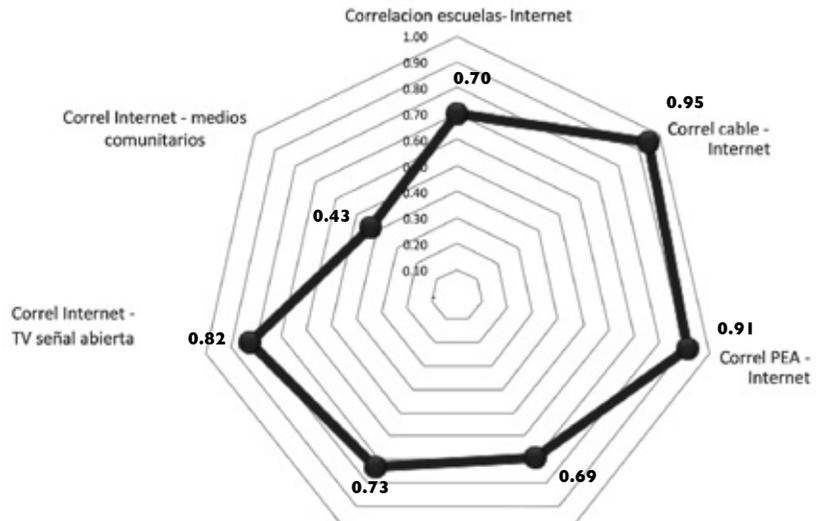
Como corresponde a un informe de avance, las conclusiones del mismo se presentan de modo parcial y provisional. Preliminarmente puede señalarse que la tarea de formular un modelo de desarrollo y un cuerpo de indicadores suponen una tarea de largo aliento para un equipo interdisciplinario de investigación, para lo cual, la línea de investigación correspondiente se suma a los esfuerzos en materia que se vienen desarrollando en diferentes ámbitos académicos nacionales e internacionales. Iniciativas como la de Digilac, proyecto del Banco Interamericano de Desarrollo que observa el desarrollo de banda ancha en el contexto de otros indicadores estructurales, ilustra cómo pueden integrarse indicadores para dar perspectiva a la noción de sociedad del conocimiento en el contexto de los desarrollos nacionales y hemisféricos respectivamente.

Es propósito de este texto mostrar un cuerpo de indicadores disponibles y una ruta posible de sistematización de los mismos, en la perspectiva de un modelo comprensivo antes que explicativo, complejo antes que meramente descriptivo, abierto a la discusión. Se parte de la consideración de que en el contexto de surgimiento de la sociedad del conocimiento, su vinculación con los modelos del desarrollo vigentes puede permitir el seguimiento de una ruta compartida que recoja el testigo de la tradición de la idea del desarrollo, actualizándola en este cambio de época de profundas implicaciones para la vida humana contemporánea.

CARLOS DELGADO-FLORES

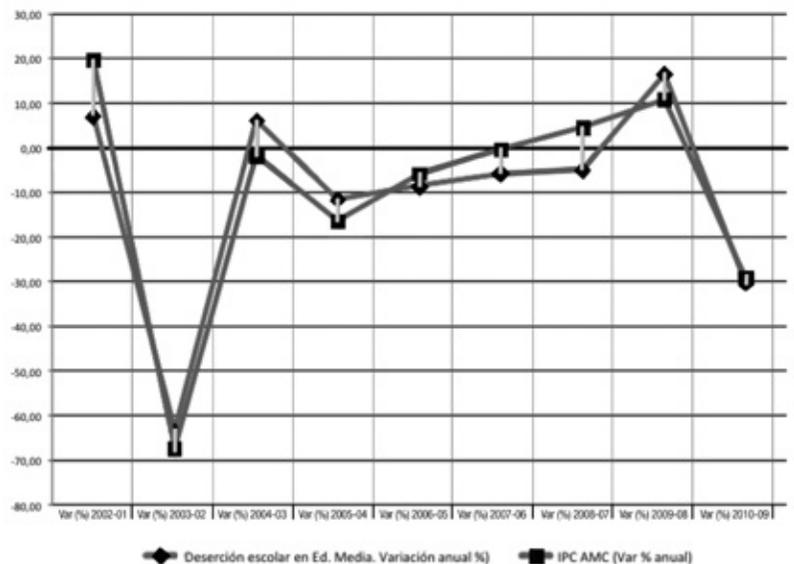
Magister en Comunicación Social, mención Comunicación para el Desarrollo Social. Director del Centro de Investigación de la Comunicación de la UCAB (CIC-UCAB)

GRAFICO 5
VENEZUELA. CORRELACIÓN ENTRE INDICADORES DE EQUIPAMIENTO Y ACCESO (SELECCIÓN)



Fuente: el autor (2015).

GRÁFICO 6
VENEZUELA.
DESERCIÓN EN EDUCACIÓN MEDIA E INFLACIÓN 2000-2010.
VARIACIÓN INTERANUAL (%)

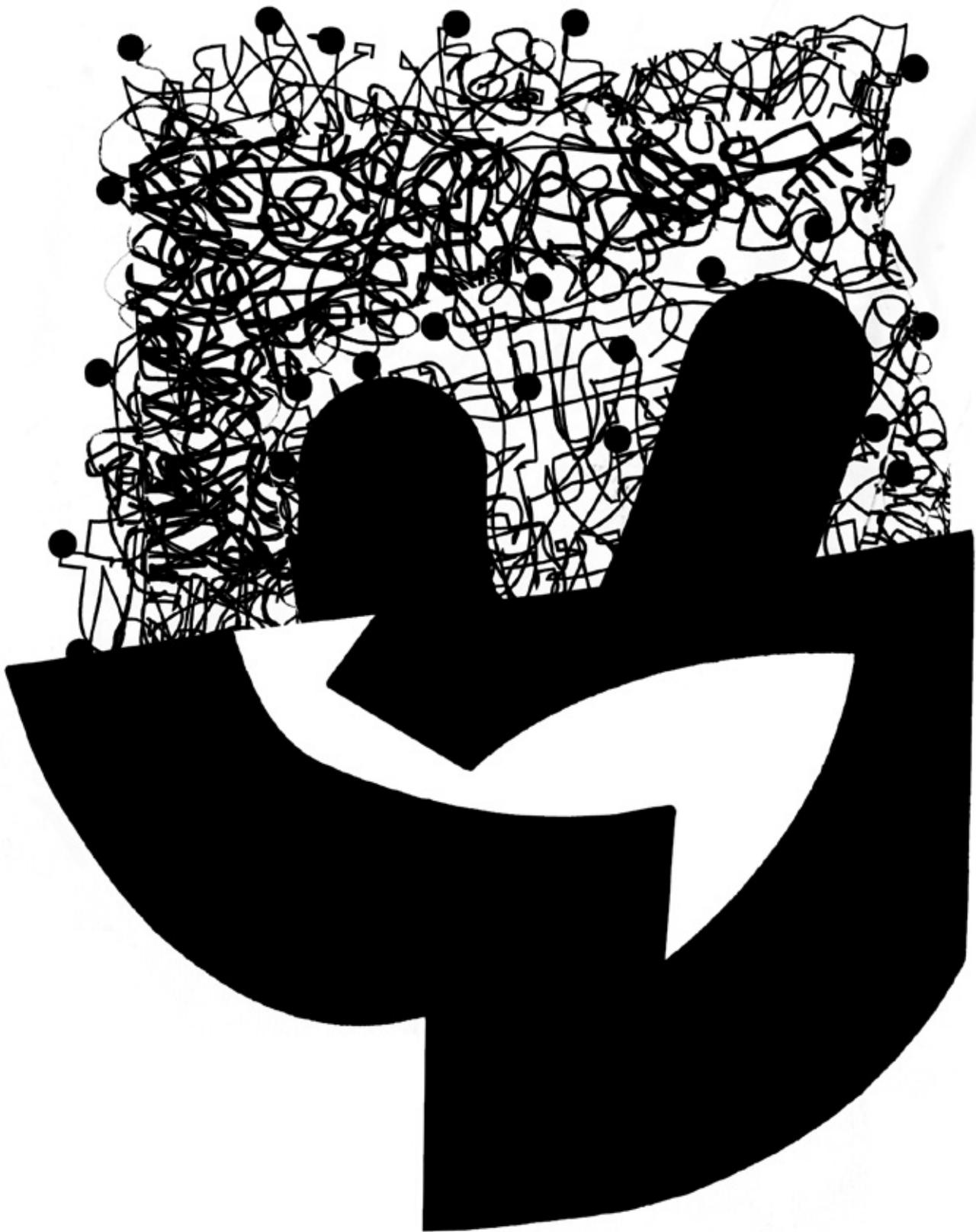


Fuente: el autor (2015) con datos de Memoria y Cuenta del Ministerio de Educación y BCV.

Es propósito de este texto mostrar un cuerpo de indicadores disponibles y una ruta posible de sistematización de los mismos, en la perspectiva de un modelo comprensivo antes que explicativo, complejo antes que meramente descriptivo, abierto a la discusión.

REFERENCIAS

- ALADI (2003) *Informe La Brecha digital y sus repercusiones en los países miembros de ALADI*. Montevideo. Documento en línea, disponible en [http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/89af09dc83e2e72d-03256ced005f5c1e/169f2e26bfc7a23c03256d74004d6c5f/\\$FILE/157Rev1.pdf](http://www.aladi.org/nsfaladi/estudios.nsf/89af09dc83e2e72d-03256ced005f5c1e/169f2e26bfc7a23c03256d74004d6c5f/$FILE/157Rev1.pdf). Recuperado en abril 2010.
- Banco Interamericano de Desarrollo (2015) *Iniciativa Digilac*. Documento electrónico, disponible en <http://kp.iadb.org/digilac/es/Paginas/Iniciativa.aspx> (Recuperado en julio de 2015)
- CASTELLS, M. (2001): *La era de la información I. La sociedad-red*. México: Siglo XXI. Primera edición en castellano en 1997.
- _____ (2009): *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- CEPAL (2010): "Avances en el acceso y el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en América Latina y el Caribe 2008 – 2010". Programa Sociedad de la Información / Comisión Económica para América Latina. Documento en línea disponible en <http://www.eclac.org/SocInfo/> Recuperado en abril de 2010.
- DELGADO-FLORES, C. (2014): "Cinco tendencias marco para el estudio de la comunicación en la sociedad del conocimiento". En: revista *Comunicación, estudios venezolanos de comunicación*, número 161. Caracas: Fundación Centro Gumilla.
- _____ (2013): *Indicadores de la sociedad del conocimiento como modelo de desarrollo para Venezuela*. Ponencia presentada en el IV Congreso venezolano de investigadores de la Comunicación. Invecom. Barquisimeto.
- _____ (2011): *Antropología de la comunicación: abordajes desde la mediología pragmática y la ciencia cognitiva*. Trabajo de grado para optar al título de Magíster en Comunicación Social. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello (Mimeografiado).
- DELGADO-FLORES, C. y DÍAZ, Luis Carlos (2010): "La marcha hacia las sociedades del conocimiento: treinta años de nuevas tecnologías". En: *Prácticas y Travesías de Comunicación en América Latina*. Caracas: Centro Gumilla.
- DELGADO-FLORES, C. (2006): "Cuando lo real se derrumba: el conocimiento en la economía digital". En: *Comunicación, estudios venezolanos de comunicación*, Número 136. Caracas: Centro Gumilla.
- ECHEVERRÍA, J. (1999): *Los señores del aire. Telépolis y el tercer entorno*. Barcelona: Destino.
- FERNÁNDEZ, C. (2008): *Ciberpolítica. ¿Cómo usamos las tecnologías digitales en la política latinoamericana?* Caracas: Fundación Konrad Adenauer.
- FINQUELIEVICH, S. (2000): "Los actores sociales urbanos en la sociedad de la información. De los hippes al E-commerce". En: Ana Clara Torres Ribeiro (organizadora), 2000: *Repensando a experiência urbana da América Latina: Questões, conceitos e valores*. Clasco Buenos Aires - Rio de Janeiro.
- FREIRE, M. y POLÉSE, M. (2003): *Connecting cities with macroeconomic concerns: the missing link*. Banco Mundial y el Institut National de la Recherche Scientifique. Université du Québec, 170 Citado en: *Ciudades más atractivas para invertir en Venezuela*. Caracas: Conapri, 2005.
- HABERMAS, J. (1984): *Teoría de la acción comunicativa*. España: Taurus.
- ISLAS, O. (2005): *Internet y la sociedad de la información Vol. 1 y Vol. 2*. Ecuador: Ciespal.
- LANDOW, G. (1995): *Hipertexto: La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona: Paidós. Primera edición en inglés, 1991.
- LEVY, P. (2004): *Inteligencia colectiva: por una antropología del ciberespacio*. Washington: Organización Panamericana de Salud. Documento en línea disponible en <http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/channel.php?lang=es&channel=8>. Recuperado en julio de 2009.
- LOZADA, M. (2004): "El ciberciudadano: representaciones, redes y resistencias en Venezuela y América Latina". En: Daniel Mato (coord.) *Políticas de ciudadanía y sociedad civil en tiempos de globalización*. Caracas: Faces, UCV.
- LUHMANN, N. (1991): *Sistemas sociales: lineamientos para una teoría general*. México: Universidad Iberoamericana/Alianza Editorial.
- MACHLUP, F. (1962): "The production & distribution of knowledge in the United States". Citado por VERZOLA, Robert: "Economía de la Información" en VVAA (2005) *Palabras en juego: enfoques multiculturales sobre las sociedades de la información*. Edición coordinada por Alain Ambrosi, Valérie Peugeot y Daniel Pimienta. París, Francia: CyF Éditions.
- MALDONADO, T. (2007): *Memoria y conocimiento: sobre los destinos del saber en la perspectiva digital*. Barcelona: Gedisa.
- MORIN, E. (1988): *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona: Gedisa.
- PEÑA-LÓPEZ, I. (2009): *Hacia un modelo integral de la economía digital*. Ponencia presentada en la II Conferencia Internacional sobre Brecha Digital e Inclusión Social. Leganés, Madrid, del 28-30 de octubre de 2009. (Mimeografiado)
- SERRANO, A y MARTÍNEZ, A. (2003): *La brecha digital: mitos y realidades*. Mexicali: Universidad Autónoma de Baja California.
- STERH, N. (1994): *El trabajo, la propiedad y el conocimiento. Sobre la Teoría de las sociedades del conocimiento*. Alemania: Surhkramp.
- Tendencias Digitales (2009): *La brecha digital en Venezuela conceptualización, estado actual y propuestas*. (Mimeografiado)
- Tendencias Digitales. (2010): *Indicadores de penetración y uso de Internet en Venezuela*. (Mimeografiado)
- TREJO, R (2006) *Viviendo en el Aleph: la sociedad de la información y sus laberintos*. Barcelona, Gedisa.
- UIT (2012): *The State of broadband 2012: achieving digital inclusion for all*. Documento en línea, disponible en <http://www.ericsson.com/res/docs/2012/the-state-of-broadband-2012.pdf> Recuperado en febrero de 2013.
- UNESCO (2005): *Informe mundial: hacia las sociedades del conocimiento*. Documento en línea disponible en <http://unesdos.unesco.org/images/00114/001141908s.pdf>. Recuperado en abril de 2010.
- VELASCO, J. (2009): "Democracia y deliberación política". En: *Confluencia XXI, revista de pensamiento político*. México, PRI. Documento en línea, disponible en <http://www.pri.org.mx/> Fecha de recuperación, agosto 2010
- VILLAVICENCIO, D.; MORALES, A. y AMARO, M. (2012): "Indicadores y asimetrías sobre la sociedad basada en el conocimiento en América Latina". En: *Perfiles latinoamericanos*, número 40, Julio/diciembre. México: FLACSO.
- VVAA (2011): *Medialidades: convergencia digital y transformaciones de la comunicación social en la Venezuela actual*. Carlos Delgado-Flores (coord.) Caracas: UCAB/El Nacional.



GALERÍA DE PAPEL... Víctor Hugo Irazábal (2015)

Los Espiones (...y II)

Entre la Libertad y la Vigilancia

Quien trueca la libertad por la seguridad
no merece ni la libertad ni la seguridad

BENJAMIN FRANKLIN

DOS AÑOS han transcurrido desde que Edward J. Snowden, ex empleado de CIA y NSA hoy refugiado en Rusia, revelara al *Washington Post*, al *Guardian* y a *Channel 4*, por corajudo escrupulo de conciencia, la existencia en el seno de la NSA de *Prism*, *XKeyscore* y otros numerosos programas de un colosal y refinado sistema de espionaje y *malware* globales, de esencia comunicacional, celosamente manejado por los *Five Eyes*, los poderosos y sigilosos servicios secretos confederados de los cinco países *wasp* (*white anglo-saxon protestant*): Australia, Canadá, Estados Unidos, Nueva Zelanda y Reino Unido encabezados por la NSA norteamericana y el *GCHQ* inglés, con un generoso memorando de entendimientos que les permite ceder datos a Israel.

Dos años densos que justifican un primer balance *bonus-malus* de los adelantos y retrocesos en materia de espionaje, seguridad, derechos humanos y privacidad (un concepto, este último, en el que Marc Zuckerberg de *Facebook* acaba de declarar que ya no cree), en la medida en que de "balance" pueda hablarse tratándose de procesos en acelerada evolución conceptual, política y tecnológica. Adelantemos de una vez nuestra conclusión: pese a algunos avances de fachada en el campo de los derechos humanos, más nominales y atarácicos que reales, ciertas libertades y la privacidad del género humano están en sus estertores finales, la vigilancia y espionaje masivos en indetenible expansión. Un pesimismo razonado y no ocasional, coherente con la presente coyuntura histórica que ve enquistarse en el *modus vivendi* de la humanidad una fuerte y particularmente cruel componente terrorista generadora de una panoplia de refinados e iliberales antidotos (panoplia a la que George W. Bush acordó subvenciones por 130 millardos de dólares anuales), un repunte de ingredientes de Guerra Fría y hasta la reaparición más o menos latente de las mega-confrontaciones, si es que tienen algún sentido los cohetes balísticos intercontinentales de última generación recién presentados al mundo por Putin, contra cuya velocidad de caída de 20.000km/hora nada podrán, por ahora, la cohetería antibalística tipo *Patriot* y demás armas de la "guerra de las galaxias".

Se trata de la segunda parte del ensayo Espiones que fuera publicado en el anterior número de la revista (ver revista Comunicación N° 170, segundo trimestre 2015). En ese primer trabajo el autor nos plantea que los insólitos casos de Assange y Snowden, de WikiLeaks y Prism, obligan a una consideración antropológica-social: la ciberneticización del espionaje ha dado al traste con la apasionante figura del viejo individuo-espía, reemplazado hoy por ejércitos de anónimos burócratas del espionaje. Esta nueva entrega nos va paseando por varios casos en donde la libertad y la privacidad están en juego. Al final el texto nos dice que "Hemos constatado que la sedicente necesidad de vigilar mucho para impedir el mal se ha convertido en uno de los más temibles atentados a nuestras libertades y privacidad tan penosamente conquistadas".

This is about the second part of the essay "Espiones" that was published in the last issue of the magazine (see Communication N° 170, second trimester 2015). In this first job the author explains to us that the unbelievable cases of Assange and Snowden, WikiLeaks and Prism, require an anthropological-social consideration: the cybernetization of espionage has defeated the thrilling figure of the old individual-spy, replacing it now for army of faceless bureaucrats of espionage. This new entry walks us through various cases where freedom and privacy are in stake. At the end of this text it says "We have found that the self-styled need to monitor to prevent much evil has become one of the most fearsome attacks on our freedoms and privacy so painfully conquered"

● ANTONIO PASQUALI



Edward Joseph Snowden, norteamericano, 32 años, ex empleado de CIA y NSA, actualmente refugiado en Rusia, en junio 2013 reveló al mundo la existencia de un sistema mundial de vigilancia electrónica en el seno de la NSA y el funcionamiento de *Prism* y *XKeyscore*. Es partidario del anonimato en Internet vía el programa *TOR*. La justicia de su país lo considera responsable de un “asunto criminal”. En sus primeras declaraciones al *Guardian* dijo: “estoy listo a sacrificarlo todo porque, en mi alma y conciencia, no puedo permitir que el gobierno americano destruya la vida privada, la libertad de Internet y otras libertades esenciales... con ese enorme sistema de monitoreo que está montando secretamente”

EL BONUS

Lo más resaltante en el capítulo *bonus* del expediente espionaje es sin duda la aprobación por el Senado norteamericano, el 2 de junio pasado con firma presidencial el mismo día, del *Usa Freedom Act*, una ley que limita el espionaje de la NSA a los metadata de todas las comunicaciones telefónicas norteamericanas bajo ciertas condiciones; una hermosa victoria de la *American Civil Liberties Union* contra el *Patriot Act* aprobado por la administración Bush después del 11.09 (véase en Wikipedia: *Patriot Act, Section 215*), iniciativa que en diciembre 2014 corriera el riesgo de empañarse por falta de votos suficientes en el Senado. Una de las bases de esa victoria fue una sentencia de casi cien páginas del Tribunal Federal de Apelaciones de Nueva York, que juzgó el *Patriot Act* como “una contracción de la privacidad sin precedentes” constatando que “pese a las exigencias de seguridad, no hay evidencia de ningún debate público sobre la materia”. Esa ley fue saludada por el mundo entero como una gran batalla ganada por las libertades civiles contra el control y el espionaje sistemáticos de enteras sociedades. En los hechos, muchos detalles parecieran indicar que estamos ante una victoria pírrica inteligentemente piloteada para calmar la opinión pública y dejar inalterados los tremebundos mecanismos de espionaje instalados. A Snowden lo asisten desde luego verdades fácticas, como la caída del imperio soviético o las torres gemelas del 11.09 que nadie supo prever; cuando proclama (lo dijo en diferido el pasado abril ante un congreso de Periodistas en Perugia, ver *infra*) que mucho espionaje podía eliminarse porque “el monitoreo de la entera humanidad es completamente ineficaz”; pero ¿qué jefe de Estado se atrevería hoy a dismantlar o reducir siquiera sus propios servicios de inteligencia, a correr el riesgo de ser enjuiciado por desactivar defensas vitales del país? Lo cierto es que Ned Price, portavoz de la Casa Blanca, tras reconocer en mayo pasado que la colecta directa de metadata por la NSA conforme a la sección 215 del *Patriot Act* debía cesar; declaró “hay que crear un mecanismo alternativo aun manteniendo los rasgos esenciales de aquel programa”. “Aun manteniendo los rasgos esenciales de aquel programa” ¿entendido? Dicho y hecho: el *Usa Freedom Act* pide a las compañías telefónicas y servidores electrónicos de no remitir más automáticamente los metadata a la NSA u otras agencias gubernamentales, de seguir recolectándolos y almacenándolos, y de enviarlos a las centrales de espionaje solo tras explícita solicitud gubernamental aprobada por el Tribunal de Control de la Inteligencia Extranjera en los Estados Unidos. ¡Una clásica decisión gatopardesca: solo un trámite burocrático más para que todo siga igual! Esto, sin olvidar que a cualquiera de esas agencias siempre le queda la posibilidad de cortocircuitar la nueva ley solicitando a otra agencia amiga de la confraternidad *Five Eyes* el monitoreo de ciudadanos norteamericanos.

El segundo capítulo del *bonus* lo pudiera ocupar otra batalla aparentemente exitosa también conducida en territorio norteamericano por la administración Obama: una Corte de Apelaciones del distrito de Columbia opuso el pasado 12 de junio un rotundo “no” al Internet de dos velocidades —una para ricos, la otra para pobres— y un rotundo “sí” a la llamada neutralidad de la red y a la banda ancha como *public utility* disfrutable por la totalidad de la población. Este juicio vino

a sellar la decisión adoptada el 26.02 por la *Federal Communication Commission FCC*, de garantizar idéntico acceso a la red a todos sin distinción y sin tarifas diferenciadas, haciendo del Internet de alta velocidad un verdadero Servicio Público como el agua o la electricidad. En esa ocasión el presidente de la FCC, Tom Wheeler; pronunció una frase histórica: “Internet es el último instrumento de la libertad de expresión, algo demasiado importante para permitir a los proveedores de acceso a la alta velocidad que establezcan las reglas”. Otra batalla y otra jurisprudencia americano-americana de interés universal, pues así como todos los datos de origen Echelon o NSA confluyen en los Estados Unidos, casi del mismo modo está configurada la red Internet, el 85 % de cuyos flujos transitan por Norteamérica (véase artículo anterior), lo que hace que un estornudo norteamericano en espionaje e Internet produzca gripe en el espionaje y el Internet del resto de la humanidad.

El sano principio queda establecido; resta por ver el rumbo que tomarán las cosas en los meses venideros. El lobby de las telecoms, reunidas en la *National Cable & Telecom Association*, anuncia que apelará la norma y desconocerá la autoridad de la FCC en la materia. Google y Facebook están realizando en este momento grandes inversiones en sistemas para cubrir con señal de Internet zonas remotas del mundo donde viven los 2/3 de la humanidad que no la reciben (por satélites *leo*, globos lanzados a la estratósfera o aviones movidos por fotovoltaico capaces de dar vueltas en el aire hasta por cinco años), y ya han indicado a las claras que entienden cubrir dichas regiones con una señal de segunda, como ya es el caso de uno de los primeros experimentos del género, el de Colombia, donde Facebook distribuye una farsa de Internet gratuita que solo recibe... Facebook y otras once opciones. Otro punto a seguir con mucha atención.

La tercera evidencia de un *bonus*, esta vez un gran estímulo a convertir en virtuoso hábito político el llamado “gobierno abierto” que asegure una democrática difusión pública de informaciones generadas o manejadas por gobiernos, se desprende de la noticia siguiente: para abril de 2015 ya pasaban de noventa las democracias del mundo que han incorporado a su propia legislación normas que facilitan y regulan el libre acceso a la información pública. Dichas normas son genéricamente conocidas bajo el nombre de FOIA por *Freedom of Information Act*, en homenaje al primer país que se dotó de leyes de ese tipo en el lejano 1967, para variar... los EE.UU. Esas normas establecen que un ciudadano puede pedir y obtener informaciones en poder de la administración pública, con ámbitos vetados que en aquel momento se fijaron así: seguridad nacional, reglas internas de la administración pública, de divulgación negada por otras leyes federales, secretos comerciales, secretos profesionales (como patentes), invasión de otras privacidades, instituciones financieras, atentatorias al orden público e informaciones geológicas; excepciones que poco han variado en estos decenios en los diferentes países. En legislaciones más recientes ya no es el ciudadano quien debe aclarar a la administración pública las razones de su pedido de información, sino la administración pública la que debe precisar al ciudadano la norma jurídica que le impide proporcionársela.



Sede del *Government Communication Headquarter GCHQ* inglés en Chentelham, inaugurada en 2003, principalmente dedicado a la inteligencia de señales SIGINT. Cuenta con unos 5.000 empleados. En 2011, en el marco de su proyecto *Tempora*, afinó e hizo operacional una tecnología capaz de succionar la mensajería que transita por cables de fibra óptica. Inglaterra es el país de Alan Turing, el matemático y criptógrafo que durante la Segunda Guerra Mundial logró descifrar *Enigma*, el sistema ultrasecreto nazi de comunicaciones militares.

El del acceso difícil o imposible a informaciones de fuente pública, y hasta denegadas sistemáticamente a comunicadores y solicitantes de la oposición, es uno de los aspectos más invalidantes y antidemocráticos de la presente coyuntura comunicacional venezolana, signada por una opacidad y un "secretismo" propios de mentalidades militares y castristas. En 2011/12 una Coalición nacional *ProAcceso* sometió al Legislativo un ponderoso *Proyecto de Ley Orgánica para la Transparencia y el Acceso a la Información Pública* (www.proacceso.org.ve) que el régimen militarista obviamente archivó, y se conocen sentencias del Tribunal Supremo de Justicia denegatorias de solicitudes ciudadanas de información, como las 01177 y 01736 de 2014, francamente inverecundas. Véase por ejemplo este antológico fragmento de la primera, en respuesta a una solicitud de información de Cuba: "(...) peticiones como las de autos, donde se pretende recabar información sobre la actividad que ejecuta o va a ejecutar el Estado para el logro de uno de sus fines, esto es, la obtención de medicinas en pro de garantizar la salud de la población, atenta contra la eficacia y eficiencia que debe imperar en el ejercicio de la Administración" (ver Torrealba: <http://saber.ucv.ve/jspui/handle/123456789/10229>). Hasta un cambio de gobierno no habrá pues FOIA venezolana pese a que Naciones Unidas, en su reporte del 19.06.2015 (véase http://tbinternet.ohchr.org/_layouts/treatybodyexternal/Download.aspx?symbolno=EC.12%20VEN%20CO%203&Lang=en) urge a Venezuela darse "una ley que garantice el acceso a la información y la transparencia de la administración pública". En América Latina, Antigua y Barbuda, Belice, Colombia, Chile, Ecuador, Guatemala, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Perú, República Dominicana y Trinidad y Tobago ya tienen la propia, y en casi todas ellas el solicitante de información al gobierno está exento de la obligación de exponer razones que legitimen su demanda.

Off the record, una última buena noticia menor: la combativa *Electronic Frontier Foundation* de San Francisco que lucha en favor de la privacidad y contra la vigilancia masiva indiscriminada logró en febrero del pasado año, en unión de organizaciones similares, hacer del 11 de febrero de cada año el Día Mundial en Defensa de la Privacidad y, más importante aún, obtuvo en mayo el consenso de 360 asociaciones similares de 60 países para unos *Principios Internacionales sobre la Aplicación de los Derechos Humanos a la Vigilancia de las Comunicaciones* (versión española en <https://es.necessaryandproportionate.org/text>)

Edward Snowden (véase <http://prodavinci.com/2015/06/17/vivir/ como-han-cambiado-el-mundo-y-las-comunicaciones-despues-de-edward-snowden-monitorprodavinci/>) es optimista por las siete razones



En legislaciones más recientes ya no es el ciudadano quien debe aclarar a la administración pública las razones de su pedido de información, sino la administración pública la que debe precisar al ciudadano la norma jurídica que le impide proporcionársela.

siguientes: ahora sabemos más lo que hacen los gobiernos, nació una oposición a la vigilancia masiva, hay tribunales que reconocen irregularidades, se crean más programas para proteger la privacidad, ciertos OIG estiman que la vigilancia masiva es una amenaza, algunas empresas se enfrentan a gobiernos, hay más regulaciones sobre vigilancia masiva. Nosotros, lamentablemente, lo somos un poco menos, como veremos.

EL MALUS

Nuestro breve repaso anterior del *bonus* ha revelado un exceso de incertidumbres, conflictos ideales-realidad, victorias pírricas y lagunas, y no sería exagerar de pesimismo enunciar la hipótesis que ese *pot-pourri* de las hazañas de Assange y Snowden, las presiones de organizaciones civiles, el repunte de la Guerra Fría y la dramática recrudescencia del terrorismo tipo masacre de *Charlie Hebdo*, han finalmente obrado de consuno para fortalecer más bien, y en todas partes, el principio de la seguridad y la necesidad de sistemas de espionaje masivo, volviéndolos aún más sigilosos, eficientes e invisibles.

Desde 1972 y luego en 1979, 1982, 1987, 1990-91, 2002 y 2010, las dos superpotencias negociaron su común propósito de desmantelar parcialmente su arsenal nuclear hasta un mínimo de 1.500 cabezas cada país, y pese a muchos vaivenes y cambios de visión estratégica global (como *Salt I* y *Salt II*) sí cumplieron con las reducciones, logrando hasta suscribir en 1997 una Convención sobre Armas Químicas (a la que se adhirieron prácticamente todos los países de la Tierra) que dio vida a una organización de Naciones Unidas, la OPAQ, encargada de realizar y supervisar el desarme químico universal.

Nada de similar, absolutamente nada, se vislumbra siquiera para actividades de espionaje. Solo se sabe de adelantos tecnológicos y estratégicos de la industria y políticas de vigilancia; se nos previene, por ejemplo, que para 2020 habrá en los Estados Unidos unos 30.000 drones perennemente en el aire monitoreando el país, o que el *Prism* de la NSA, ya en obsolescencia, es progresivamente remplazado por *Xkeyscore*, un nuevo programa que permite al investigador-espía ingresar con enorme facilidad y sin autorización legal al uso que la persona investigada está haciendo de Facebook, Google, Apple, Microsoft, Yahoo, Youtube, Skype, e-mails, cronología del *browser* y *chats online*. El robo de toda esa información es realizado por 700 equipos hackeadores instalados en 150 lugares del mundo, cuatro de ellos en Colombia, Ecuador, México y Venezuela (ver en Google las primeras ocho entradas a *Xkeyscore*). También se ha informado que la NSA viene invirtiendo 80 millones de dólares en un proyecto de largo aliento y suerte de arma definitiva, *Penetrating Hard Targets* (ver <https://www.washingtonpost.com/apps/g/page/world/a-description-of-the-penetrating-hard-targets-project/691/#document/p1/a138758>): una computadora cuántica que se estaría montando en una jaula de Faraday en College Park (Maryland) con una potencia de cálculo exponencialmente más elevada que las binarias, la cual sería finalmente capaz de descifrar todos los códigos de encriptamiento habidos y por haber, y de proteger radicalmente los propios de cualquier intento de intrusión.

El multi-premiado experto en estas materias Shane Harris, recientemente entrevistado por Moisés Naím, asegura que el sistema mi-



El dígito binario y la electrónica han vuelto al hombre y su mundo en exceso transparentes porque todo lo que cuenta es hoy un dato, un manajo de bits finalmente mal protegido. Un maná para espiones.

litar mundial está incorporando a sus arsenales un quinto dominio, el de Internet, lo que hará que el sector privado y los hackers sean co-protagonistas de las próximas ciberguerras, un modelo de guerra al que se estarían preparando hoy unos sesenta países. En febrero del pasado año, irritado por las revelaciones de Snowden, el gobierno de Angela Merkel ordenó a la *Bundesnachrichtendienst BND*, su servicio de espionaje internacional, de “espíar a todo el mundo” incluyendo gobiernos aliados; desde abril, tras los ataques terroristas de Volgograd, una ley rusa obliga a los server a guardar en territorio ruso el registro de todas las comunicaciones cursadas y asimila los *bloggers* con más de 3.000 seguidores, a todos los efectos legales, a los propietarios responsables de periódicos. Poco después, en junio, una acción judicial intentada por *Privacy International* contra el CGHQ reveló que la inteligencia inglesa sí espía a sus propios ciudadanos usuarios de Google o Facebook a cuenta de que estas son “conexiones externas”; esto, sin olvidar que ya Snowden había declarado al *Guardian* que los hombres de la inteligencia inglesa “eran peores que los de la NSA” gracias sobre todo a su refinado Programa *Tempora* (ver *Tempora* en Google) —considerado “la joya de la corona” por haber hecho del CGHQ “una superpotencia del espionaje”— pues había perfeccionado la tecnología capaz de succionar los datos que transitan por cables de fibra óptica, 200 de los cuales tienen “pinchados” con la colaboración de las telecom locales, lo que les permite enterarse *inter alia* del contenido de unos 600 millones de llamadas diarias cuyo conocimiento comparten con NSA (la Comunidad Europea pidió al Reino Unido explicaciones, insatisfechas, sobre este caso). Organizaciones internacionales de derechos humanos vienen denunciando un Proyecto de Ley pakistání *Prevention of Electronic Crimes Bill* que atentaría contra libertades fundamentales; el pasado 12 de mayo, bajo el impacto de la masacre de *Charlie Hebdo*, la Asamblea francesa aprobó por 438 votos contra 86, una *Loi sur le Renseignement* que legaliza la recolección masiva de metadata e instalación de sistemas de monitoreo electrónico de comunicaciones sin mandato de jueces, con tan solo un permiso presidencial y de dos delegados. A los pocos días, bajo el impacto del asesinato en sus predios de un soldado por un terrorista, el Parlamento Canadiense votó una Ley Antiterrorista que amplía considerablemente los poderes de sus servicios de inteligencia habilitándolos para “perturbar” mensajería electrónica supuestamente terrorista y espíar cualquier ciudadano sospechoso, y se anuncia que en los Países Bajos y Suiza se están elaborando análogas legitimaciones para un poder casi ilimitado de espíar. En precedencia, hace un año, el Senado norteamericano había finalmente aprobado (tras intentos fallidos en 2012 y 2013) el *Cybersecurity Information Sharing Act CISA*, que facilita la transferencia al gobierno de informaciones privadas en nombre de la ciber-seguridad. Los servicios de inteligencia del mundo entero, hostigando con armas impares a los defensores de una Internet libre y anónima, tratan por todos los medios de impedir el uso, por parte de instituciones y privados, de sistemas antivigilancia tipo *Tor* que ofrecen anonimato, alegando que sus usuarios son principalmente criminales. Así que *mala tempora currunt*, diría Cicerón, para las libertades civiles de la humanidad.

Lo que sigue es un importante subcapítulo del *malus* que no tratamos en la ocasión anterior; el que tiene de protagonistas a los *hackers*. Una manera muy esclarecedora de retomarle el pulso a las dimensiones colosales, capilares y desconsideradas de ese inmenso campo de Agramante que han llegado a ser las actividades de espionaje, vigilancia y monitoreo electrónico de todos hacia todos.

LOS INVASORES MALINTENCIONADOS O “BLACK HAT HACKERS”

Es el sector de la artesanía refinada y puntual en el universo del espionaje. Pese a los siempre más sofisticados sistemas de protección instalados en bancos de datos, programas y mensajería (casi siempre ineficaces —declaran a veces con desparpajo sus propios fabricantes— porque los violadores de programas los perforan al poco tiempo), la superestructura electrónica o ciberesfera que ya recubre toda actividad humana relevante sigue siendo pavorosamente vulnerable, y muchos se preguntan a veces con temor y temblor; para el caso nacional, qué tan bien protegidos estarán de ataques informáticos la represa del Guri (la tercera más grande del mundo) y la distribución eléctrica, las grandes refinerías o los principales acueductos del país. ¡Esperemos que sí, con el beneficio de la duda! Pero cuando se lee en *Le Monde* del 7.02.2014 que hasta Francia, un país con 58 centrales nucleares y la tercera fuerza atómica de disuasión más grande de la Tierra, comienza apenas a estudiar una ley “para poner a seguro nuestros operadores vitales, esas empresas y centros de poder sin los cuales se paralizaría el país”, un frío glacial vuelve a bajar por la espalda.

El dígito binario y la electrónica han vuelto al hombre y su mundo en exceso transparentes porque todo lo que cuenta es hoy un dato, un manajo de bits finalmente mal protegido. Un maná para espiones. En artículo anterior recordábamos la definición de “espionaje” del documento *A5-264/2001* que la Comunidad europea consagró en 2001 al caso Echelon: “robo organizado de información”, uno de los posibles corolarios del axioma general *Información es Poder*; y robar bits es infinitamente más fácil que violar la *Enigma* nazi. Dicho robo, casi totalmente efectuado hoy con y contra medios electrónicos, es llevado a cabo masivamente, a escala mundial, por conglomerados del espionaje tan enormes como la NSA o el CGHQ (creadores justamente del primer sistema global, el Echelon), o más artesanalmente si se quiere, por empresas o lobos solitarios especializados en perforar barreras protectoras e invadir predios ajenos, genéricamente conocidos como *hackers*.

No todos saben, empero, que la de los *hackers* es una multifacética familia que va de arcángeles a demonios; por un lado, organizaciones difusas como *Anonymous*, uno de los grupos *hackers* más grandes del mundo, que defienden en Occidente la libertad de Internet y de expresión, o los profesionales bienintencionados y voluntariosos llamados “sombrosos blancos” que descubren analizan y corrigen debilidades de sistemas, redes y protecciones, diplomados en escuelas especializadas, con vocabulario propio (el *Jargon File*), publicaciones propias (por ej. *The Intercept*) y hasta apologetas (como Steven Levy), y por el otro el invasor malicioso, delincuente, extorsionador o agente de empresas en competición o de desafiantes gobiernos, los “som-



LA POTENCIA TECNOLÓGICA DE LA NSA

Para leer más cómodamente la nota explicativa del presente cuadro, conviene recordar la nomenclatura empleada para definir, por múltiplos de octetos (byte), una determinada capacidad de almacenamiento de datos:

- 1 Megabyte, 10,6 kb = 1024 Kilobytes
- 1 Gigabyte, 10,9 = 1024 Megabytes
- 1 Terabyte, 10,12 = 1024 Gigabytes
- 1 Petabyte 10,15 = 1024 Terabytes = 1.048.576 GB.
(toda la información de Google, hasta 10 petabytes)
- 1 Exabyte 10,18 = 1024 Petabytes = 1.073.741.824 GB
(el entero universo de Internet, hasta 350 Exabytes)
- 1 Zettabyte 10,21 = 1024 Exabytes =
1.099.511.627.776 GB (1 billón, 99 millardos de Gb);
orden de capacidad del datacenter NSA
- 1 YottaByte 10,24 = 1024 Zettabytes =
1.125.889.990.604.800 GB (1 billardo, 125 billones de Gb)
- 1 Brontobyte 10,27 = 1024 YottaBytes
- 1 GeopByte 10,30 = 1024 Brontobytes
- 1 Saganbyte 10,33 = 1024 GeopBytes
- 1 Jotabyte 10,36 = 1024 Saganbytes

La actual posibilidad de manejar con enorme rapidez y facilidad volúmenes de datos absolutamente inmanejables en la era pre-digital, ha dado vida a una cultura, una industria y una voracidad especial por guardar memoria en renglones específicos, entre ellos, principalmente, los de carácter militar y los relacionados con espionaje. La capacidad de almacenamiento de datos de la *National Security Agency NSA* norteamericana, un prodigio tecnológico, es probablemente la más monstruosa jamás lograda por el hombre y seguramente la mejor equipada de todas para espiar a la humanidad entera. Su *datacenter* está ubicado en Bluffdale, Utah, costó 1.5 millardos de dólares, el espacio de sus computadoras y memorias ocupa 9,2 hectáreas, consume 65Mw de electricidad y sus acondicionadores de aire gastan unos seis millones de litros de agua diarios. Hasta 2013 disponía de una capacidad de almacenamiento de 6 zettabytes (ver nomenclatura anterior; 6 zetta representan aprox. 6 billones 600 millardos de Gb, lo que cabría en 1 billón 500 millardos de DVD de 1,2 mm de espesor los cuales, empilados uno encima del otro, darían casi para cinco columnas Tierra-Luna); pero tal capacidad se está volviendo insuficiente por lo que se construye una segunda sede en Fort Meade, Maryland. El ordenado manejo de esa mega-galáctica cantidad de información

Sede de la *National Security Agency NSA* norteamericana en Fort Meade, Maryland, una dependencia del Departamento de Defensa creada en secreto en 1952, rodeada de 18.000 puestos de estacionamiento. Maneja un presupuesto de 52,6 millardos de dólares anuales y se le calculan unos 50.000 empleados. Wikipedia (véase) señala que sus instalaciones son las mayores consumidoras de electricidad de Maryland.



Vista de un sector de las memorias de la NSA en Bluffdale, Utah.



Una supercomputadora *Cray Titan* de 24,8 PetaFlops como las instaladas en el datacenter de la NSA.



Las unidades de enfriamiento de computadora y memorias de NSA en Bluffdale, Utah, consumen 6 millones de litros diarios de agua.

es asegurada desde 2012 por una supercomputadora digamos a la altura de las circunstancias, una *Cray Titan*, la segunda más poderosa del mundo, compuesta de 299.008 núcleos de procesado y una vertiginosa capacidad de procesamiento de hasta 24,8 PetaFlops (20.000 trillones de operaciones/segundo). Entre los incontables programas conocidos que este extraordinario combinado puede ejecutar, figura uno llamado *Mystic*, capaz de succionar, conservar hasta por un mes y analizar la totalidad de las conversaciones telefónicas de un determinado país.



En lo que sigue nos referimos tan solo a estos últimos, al sector *black hat* al que aparentemente perteneció en sus años mozos Assange, a los protagonistas menores de la llamada “guerra sucia del siglo XXI”

breros negros” que un sitio Internet llama sin medias tintas “los informáticos del lado del mal”. Estos últimos son los genuinos espiones de la familia al violar sistemas de seguridad de la competencia industrial, política o mercantil, o metiéndose sin invitación en coto ajeno para conocer, robar o infectar programas y contenidos de sus víctimas, víctimas que pueden ser en el más honesto de los casos traficantes de drogas, proxenetas o terroristas, y en el más deshonesto de los casos disidentes políticos, enemigos de dictadores, activistas de derechos humanos o intachables personas que alguien quiere arruinar. Muchos *black hat* están organizados en empresas que venden espionaje a sus clientes y que han creado un mercado multimillonario de la invasión electrónica *outsourcing*. Un empleado infiel de esas empresas puede “levantarse” con los secretos de una institución, de una persona, y salir a atacar a sus viejos patronos, a extorsionar gente o incluso a arruinar la reputación de alguien a cambio de dinero. Tampoco es infrecuente el caso de *hackers* que emprenden actos de piratería electrónica atrevidos y vistosos con la esperanza de llamar la atención y recibir jugosas ofertas de trabajo de agencias oficiales de espionaje o empresas que venden equipo de seguridad, como es a menudo el caso.

El estado mayor francés, por ejemplo, declaró en 2014 que los ciber-ataques a los sistemas nacionales de defensa habían sido más de 800 en 2013 con tendencia a doblar cada año. El norteamericano *Office of Civil Rights* —un segundo ejemplo— calculó en 2013 que de los *datacenter* de los hospitales habían sido jaqueados las fichas clínicas de 22 millones de ciudadanos para ser revendidas a empleadores y aseguradoras, y detectó casos en que el *hacker* había interceptado incluso los datos *wireless* transmitidos automáticamente a los médicos por desfibriladores que cargaban sus enfermos-víctimas.

En lo que sigue nos referimos tan solo a estos últimos, al sector *black hat* al que aparentemente perteneció en sus años mozos Assange, a los protagonistas menores de la llamada “guerra sucia del siglo XXI”. El “jaqueo” malintencionado también va peligrosamente crescendo, y pocas dudas caben que los casos desclasificados y hechos del conocimiento público no representan más que la mínima punta de un iceberg de sordideces que victimarios y víctimas no desean divulgar. Durante el par de meses que duró la redacción del presente texto, por ejemplo, los medios impresos y electrónicos dieron a conocer los siguientes y multifacéticos casos, casi todos norteamericanos, del país donde siempre hay quien revele democráticamente a la ciudad y el mundo sus venturas y desventuras:

- MARZO 2015: en algún momento de marzo se descubre que al *hacker* ruso Evgeni Bogachev, muy *black hat* y creador del eficaz *software* ladrón de dinero Zeus, ha sustraído fraudulentamente de bancos norteamericanos sumas cuyo cálculo ya sobrepasa los 100 millones de dólares.

- 18 DE MAYO: Chris Roberts, un *hacker white hat* experto de ciber-seguridad, en intentos por comprobar las hipótesis del colega español Rubén Santamaría sobre inseguridad en aviónica, logró exitosamente, como pasajero de vuelos comerciales, introducirse unas 20 veces vía *wi-fi* en los comandos de aviones de línea en pleno vuelo,



El “white hat hacker” Chris Roberts, fundador de OneWorld Lab; desde su computadora tomó el control del motor de un avión de línea en pleno vuelo. Fue arrestado; la United le tiene prohibición de montarse en sus aviones.

llegando en una oportunidad a tomar desde su laptop el control de uno de los motores hasta desequilibrar la aeronave. Fue arrestado en el aeropuerto de Syracuse; declaró la verdad, y que la informática de tres modelos Boeing y uno Airbus, dotados de sistemas Panasonic y Thales, presentaban fallas graves. Se descubrió incluso que el laptop previamente infectado de algún pasajero podía ser controlado a distancia para penetrar en la red informática del avión. El *General Accounting Office*, tras constatar que 35 % de la comunicación aviónica (el 60 % en 2020) pasa por Internet haciéndose vulnerable, recomendó a la *Federal Aviation Administration* adoptar muy urgentes medidas de seguridad.

- 20 DE MAYO: un grupo de *hackers* viola las computadoras de la Reserva Federal de St. Louis, una de las 12 sedes de la Banca Central norteamericana, contagiándolas y sembrando el caos en la institución.

- 21 DE MAYO: se informa de varias fuentes que los garantes de la privacidad de diferentes países están sucumbiendo a la voluntad patronal de controlar, generalmente vía *smartphone*, la conducta de sus empleados incluso dentro de las oficinas, y que en los EE.UU. más del 70 % de las empresas ya vigilan vía GPS a sus empleados que trabajan fuera de sede. Myrna Arias, empleada despedida por el empleador *Intermex* por haber desactivado el espía empresarial *Xora* instalado en su teléfono, está demandando a la compañía ante la Corte Suprema de California por 500 mil dólares por “un tipo de control altamente invasor de la vida privada”.

- 22 DE MAYO: la que se considera “la comunidad más grande del mundo de encuentros e intercambios sexuales” *Adult Friendfinder*, con 63 millones de inscritos, es atacada por *hackers* que sustraen datos y preferencias sexuales, e-mail y dirección de 3,5 millones de usuarios, publicándolos en la red (¡consecuencias domésticas a imaginar!).



Estas recientes revelaciones han puesto en manos del gobierno francés la evidencia que el espionaje de NSA no tenía como único propósito la lucha contra el terrorismo, sino también el de robar informaciones sobre telecomunicaciones, electricidad, gas, petróleo y energías renovables.

● 4 y 23 DE JUNIO: con cuatro meses de retraso sobre lo sucedido, la *Oficina de Administración del Personal OPM*, norteamericana, descubre que un ciberataque masivo, según el FBI proveniente del *Guabuo*, los servicios secretos chinos, ha sustraído las fichas personales de 18 millones o más de empleados públicos y de aspirantes a cargos. Los invasores atacaron a tapete tanto la OPM como las numerosas empresas privadas a las que el gobierno subcontrata el análisis de expedientes de candidatos. Se declaró que era el peor ataque informático recibido por los EE.UU., y algunos observadores llegaron a considerar que fue un ensayo mayor de guerra cibernética. El Congreso acusa ahora al gobierno de no haber respetado los estándares de seguridad informática previstos por las leyes. Hay que precisar que en materia de espionaje las escaramuzas chino-americanas son de vieja data. En enero del pasado año, tras descubrirse dos falsas sociedades comerciales instaladas en China que en realidad espían las fuerzas armadas de ese país, la NSA explicó que aquello respondía a su criterio de “defensa activa”.

● 23 DE JUNIO: tres años después de producirse los hechos, la prensa francesa redescubre por nuevas revelaciones de WikiLeaks que entre 2006 y 2012 la NSA espía sistemáticamente a los tres presidentes Chirac, Sarkozy y Hollande y a numerosos ministros, diplomáticos y asesores presidenciales. El 24.06 se reúne en el Eliseo el Consejo de la Defensa y se convoca a la embajadora de los Estados Unidos; la TV pública gala precisa esa noche, con imágenes, que la captación de los celulares presidenciales se hizo desde equipos instalados en la sede de la embajada norteamericana en París. Estas recientes revelaciones han puesto en manos del gobierno francés la evidencia que el espionaje de NSA no tenía como único propósito la lucha contra el terrorismo, sino también el de robar informaciones sobre telecomunicaciones, electricidad, gas, petróleo y energías renovables. En marzo, el semanario alemán *Spiegel* había asegurado, con base en documentos NSA, que hasta 2012 esa agencia tenía confiada a su unidad especial *Tailored Access Operations TAO* la misión de espiar sistemáticamente hasta 122 jefes de estado y de gobierno extranjeros (para ello, la NSA llegó a infectar con chip-espías de acceso remoto computadoras compradas en Amazon por agencias extranjeras), y que los informes sobre Angela Merkel, cuyo celular estaba bajo escucha, llenaban 300 carpetas.

● 6 DE JULIO: una de las mayores empresas mundiales de *hacking*, la italiana *Hacking Team*, (véase https://en.wikipedia.org/wiki/Hacking_Team; véase también *Repubblica* del 06 al 15.07.2015) es saqueada en modo devastador. No vendía sus servicios a privados, sino a gobiernos; las dependencias judiciales italianas le habían contratado en 2013 labores de espionaje procesal por 400 millones de euros, pero su principal cliente era el gobierno de México, y más abajo en la lista el de Colombia. Su más exitoso programa (el *Da Vinci* de 635.000 dólares) era un *super-trojan* que reportaba absolutamente todo lo que decía, hablaba, escribía, comunicaba y escuchaba la persona o institución espiada; lo usaban unos 30 gobiernos, entre ellos algunos dictatoriales y represivos como Sudán y Bielorrusia, pese a que la empresa asegurase respetar integralmente el Acuerdo de Wassenaar sobre exportación de armas y equipos de ciberseguridad. “No es el ataque que lanza

un tipo desde el garaje de casa...vino de una empresa con mucha habilidad y paciencia...no fue un ataque sino una masacre” declaró un técnico de la empresa. Los piratas lanzaron a la red 400 Gb de sus códigos secretos, y el día 09.07 WikiLeaks se sumó extrañamente al saqueo publicando un millón de mails internos. Desde el pasado año *Hacking Team* venía persiguiendo legalmente a seis ex empleados infieles. Como decíamos en el escrito anterior, uno de los mayores problemas de quienes diseñan las ciberguerras de mañana es determinar sin margen de error (que pudiera resultar fatal) de dónde viene el ataque. El presente caso es particularmente revelador al respecto, y por eso digno de algún seguimiento. ¿Vino el ataque de ONG filo-occidentales, de *Anonymous*, de algún competidor comercial, de empleados infieles, de la mismísima *Camberdada* (ver *infra*)?

Este largo botón de muestra permite constatar que para el espionaje no hay tema, personaje o institución inviolable o tabú, que todo vendedor de protecciones antijaqueo puede ser jaqueado, que un jaqueo indeseado en ámbitos electrónicos sensibles, incluso si bienintencionado, puede generar desastres, y que el incremento exponencial del espionaje por monitoreo electrónico viene estrechando cada día más los ya angostos márgenes de la humana privacidad.

Pero en los predios de los *black hats* las cosas son más complicadas aún, porque mientras los “artesanos” del espionaje están en la imposibilidad técnica de escalar el negocio filtrando millardos de mensajes diarios como lo hacen los *big*, éstos sí pueden miniaturizar sus intervenciones y practicar a su vez el jaqueo a escala reducida, atacando blancos precisos. Hoy se comienza a saber que los dos *superbig*, NSA y CGHQ, decidieron hace rato ya, en 2008, que los sistemas de protección contra virus, *malware* y otras invasiones maliciosas producidos por medianas o pequeñas empresas, eran un estorbo para las tareas de espionaje masivo que tienen encomendadas, lo que los condujo a lanzar la operación ultrasecreta *Camberdada* (ver <https://firstlook.org/theintercept/document/2015/06/22/project-camberdada-nsa>), una operación con sus ribetes irónicos, porque se trataba de invadir exitosamente empresas que venden programas para no ser invadidos. Lo ha señalado recientemente la publicación *The Intercept* (ver https://es.wikipedia.org/wiki/The_Intercept) vinculada a E. Snowden, precisando que el objetivo de *Camberdada* es espiar sistemáticamente a los fabricantes de antivirus no para infectar su trabajo o impedirles vender sus mercancías, sino para robarse sus secretos y funcionamiento de programas a fin de conocer siempre y de antemano sus mejoras a venir y estar en condiciones de burlarse de todo nuevo filtro de seguridad aún antes de su salida al mercado. De las 23 grandes compañías productoras de antivirus “visitadas” por *Camberdada*, se precisó, ninguna es americana o inglesa (como lo son McAfee, Symantec o Sophos); su blanco principal fue la empresa rusa *Kaspersky* (270 mil clientes empresariales y 400 millones privados), tal vez en venganza de que en febrero había revelado al mundo la existencia de *Equation Group* (ver https://en.wikipedia.org/wiki/Equation_Group) un vástago de la NSA “probablemente el más secreto y sofisticado aparato de espionaje existente”, responsable de *blitz* informáticos contra gobiernos, ejércitos, empresas de alta tecnología y centrales nucleares en 30 países.



(...) el abigarrado e infatigable espionaje “civil” descrito en estas páginas, finalmente pudiera no ser más que una suerte de fase preparatoria o de adiestramiento al gran espionaje militar finalmente liberado –pensará más de un general– de las ataduras de leyes (...)

LA CIBER-GUERRA PRÓXIMA FUTURA

(VER ARTÍCULO ANTERIOR)

Hace pocas semanas, un breve filmado de la aviación norteamericana mostraba un militar de rango medio-bajo, cómodamente sentado delante de una computadora en su cuartel de Carolina del Norte, piloteando con su *joystick* un dron que ejecutaba una mortífera acción ofensiva por los lados de Pakistán, a 12 mil kilómetros de distancia. ¡Una perfecta representación de las ciber-guerras próximas futuras, donde el robot reemplazará a un soldado-telepiloto que, concluida exitosamente su matanza, marca tarjeta y vuelve a casa a cenar tranquilamente y jugar algo con los niños!

Traemos a colación este ejemplo porque la mayoría considera, a nuestro entender equivocadamente, que el término “ciberguerra” solo debe emplearse cuando se asume el universo de las comunicaciones como un campo de operaciones bélicas en que un sistema informático trata de destruir al otro. Si uno solo recuerda el *Stuxnet* americano-israelí que en 2011 volvió un caos los ordenadores de las centrales nucleares iraníes, esa limitada definición funciona. Pero hay razones etimológicas y lógicas, y hechos concretos, los cuales inducen más bien a pensar que, además de ese aspecto, el término debe denotar también la totalidad de aquellas operaciones bélicas en que la presencia, el orden o la decisión humana de proximidad son reemplazadas por un pilotaje a distancia parcial o totalmente pre-programado (*kubernetés* en griego es “piloto”), es decir, por armas robotizadas siempre más “inteligentes”, en cuyo caso el *hacker* que viola o infecta un banco de datos enemigos y el piloto a distancia de un arma de ataque lejano caben en una misma definición de ciberguerra.

Ese tipo de guerra –mezcla de ataques informáticos con uso siempre más refinado de control y pilotaje electrónico, a la que como vimos más de sesenta países se están intensamente preparando– requerirá obviamente muchísima tecnología como armas robóticas, tele-comandos infalibles, finos sensores, geolocalizaciones al milímetro e implacables jaqueos y *malware*, más una labor previa, capilar y masiva de espionaje, al punto de poderse hasta pensar que el abigarrado e infatigable espionaje “civil” descrito en estas páginas, finalmente pudiera no ser más que una suerte de fase preparatoria o de adiestramiento al gran espionaje militar finalmente liberado –pensará más de un general– de las ataduras de leyes, normas, oposiciones, ONG y cortesías que rigen el comportamiento de la sociedad civil en tiempos de paz.

Los indicios de que de oriente a occidente se ensaya el ciberataque se multiplican y son inquietantes. A los casos ya citados cabe añadir otros recientes de carácter estrictamente militar o político, como el robo, aparentemente chino, de los planes del nuevo avión norteamericano de combate *stol* F.35, el bloqueo de Rusia desde Crimea, de hace meses, al sistema telefónico ucraniano, o los fuertes ataques, aparentemente norcoreanos, a bancos surcoreanos y a la americana Sony. Eso explica por qué el Pentágono anunció el pasado abril que se dispone a “utilizar las operaciones cibernéticas para entorpecer el mando y control de las redes enemigas, sus infraestructuras militares y la capacidad de su armamento” (o sea, anuncia oficialmente que pasará de la ciberdefensa al ciberataque), y por qué el pasado mayo la NATO organizó en Tallin, Estonia, en el marco de su *meeting anual Cooperative*

Cyber Defence Centre of Excellence con la participación este año de 16 naciones, el simulacro de ciberguerra más grande efectuado hasta la fecha, llamado *Locked Shield 2015* (ver <https://ccdcoe.org/>).

El lector apasionado de este tema consultará con provecho la amplia documentación de Google en la materia, a la que ha dedicado en marzo de este año *La Vanguardia* de Barcelona su dossier n° 54 (<http://www.lavanguardia.com/internacional/20141211/54421704765/la-ciberguerra-vanguardia-dossier.html>).

BREVE Y PRECARIO EPÍLOGO

El estado del arte 2015 en espionaje, que aquí y en un texto anterior se intentó esbozar, es casi seguramente incompleto por la incommensurable cantidad de programas e iniciativas que los grandes patronos de la vigilancia logran mantener *top secret*, ciertamente inconcluso por faltarle un análisis de la mitad oculta de la luna, las grandes potencias opacas Rusia y China más los llamados “Estados canalla”, y poco incluyente por haber desatendido el menudo control que, según *Reporteros sin Fronteras* y la *Open Net Initiative* ejercen 74 países del mundo (incluyendo grandes democracias y muchos países latinoamericanos) sobre la mensajería electrónica de sus ciudadanos. Aun así, luce suficiente para una amarga constatación: pese a desear lo contrario, fuerza es constatar que las huestes de la Vigilancia global avanzan y se consolidan, y las defensas de la Libertad retroceden en orden disperso. Tras enterarse del tamaño, eficacia/eficiencia, omnipotencia y expansión de las grandes centrales de robo de información, luce muy poco real imaginar una desescalada mundial, un mundo desalienado que convierta unánimemente a Assange y Snowden de criminales en héroes.

El poder inercial de esos gigantescos conglomerados es tal, que hasta la opinión razonada de entendidos, de que ese espionaje a tapete o de arrastre es finalmente improductivo e incapaz de prever ataques, pareciera no alterar en lo más mínimo el *statu quo*. Citemos *in extenso*, por emblemática, la opinión del informático francés Philippe Aigrain, vara alta de la oposición europea a la vigilancia masiva:

La vigilancia no nos protege de los atentados... sólo limita nuestra libertad de expresión... La paradoja es que ese tipo de vigilancia puede aumentar grandemente el riesgo de falsas alarmas, de los llamados ‘falsos positivos’... Confrontamos una puesta en escena permanente del miedo... ante la cual estamos ya desarmados, sin saber cómo luchar por nuestras libertades... Ese clima de miedo y sospecha sólo facilita a quienes detentan el poder la tarea de conservarlo... El otro riesgo profundo es que comenzamos a autocensurarnos al sospechar que estamos bajo escucha... es la esterilización del espacio público democrático... (véase: http://www.repubblica.it/tecnologia/sicurezza/2015/06/28/news/francia_via_libera_alla_sorveglianza_di_massa_philippe_aigrain_cosi_siamo_solo_meno_liberi_-117871441/)

Deprime constatar que la convulsionada historia contemporánea, con sus reiterados resurgimientos de odios históricos y de fundamentalismos particularmente feroces, no hace más que convalidar los justificativos y métodos de los vigilantes universales, las visiones distópicas



El informático y politólogo francés Philippe Agravin, director de La Quadrature du Net y co-director del Freedom Law Center.



Aprovechando las fragilidades del nuevo código dígito binario, nuestro mundo agigantó la milenaria tarea de espiar, al punto de producir un salto cualitativo, una pesada interferencia en los delicados mecanismos de los derechos humanos, más indefensión del individuo y una degradación general en su privacidad y libertad de comunicar (...)

de una humanidad *blade-runner* en estado de radical des-privacidad, encaminándose hacia el chip de identificación debajo de la piel, reglamentada y controlada por ordenadores.

A la Comunicología se le confirman las peores dudas: sí, una sociedad como la nuestra, que invierte en comunicaciones la barrabasa del 13% del PIB del mundo y el 10 % de la energía que produce —empleándolos en convertir el entero saber y praxis humanos en bits que luego almacena en inmensas bit-tecas y pone en circulación por cobres, micro-ondas, fibras, satélites y cables, todo ello fácil de violar; infectar y robar comenzando por sus propios almacenadores y transmisores—, no podía sino crear las condiciones para que prosperase hasta lo inverosímil el robo de esa codificación etérea de lo real. Aprovechando las fragilidades del nuevo código dígito binario, nuestro mundo agigantó la milenaria tarea de espiar, al punto de producir un salto cualitativo, una pesada interferencia en los delicados mecanismos de los derechos humanos, más indefensión del individuo y una degradación general en su privacidad y libertad de comunicar, de asociación y de acceso a la información. El pasado abril, interviniendo en diferido en un Festival del Periodismo en Perugia, Italia, Snowden dio al respecto declaraciones casi contradictorias con las anteriormente citadas:

La prioridad de las agencias es vigilar todos y siempre, sin reglas... El debate de la opinión pública al respecto es muy pobre... Asistimos a uno de los mayores sistemas de opresión de la historia... Cuando permitimos a la vigilancia masiva de instalarse, cambia de manera radical la relación entre gobiernos y gobernados... (ver http://www.repubblica.it/cultura/2015/04/17/news/edward_snowden_festival_giornalismo_perugia-112217422/)

Todo indica que estos poderes omnímodos de vigilar y hurgar en la vida de cada quien han llegado para quedarse. Una difusa morosidad moral de los gobernantes hace que ningún gobierno esté realmente dando vida y sustancia, con praxis concretas más que con declaraciones, a uno de los más equilibrados postulados de los *Principios Internacionales*... de los 60 países (ver *supra*): combinar una vigilancia de las comunicaciones legítima y proporcionada con la protección de las libertades humanas fundamentales. Siempre prevalece la *raison d'état*, la voluntad de los Estados mayores y de los grandes combinados económicos y armamentistas, el miedo a un desarme unilateral de los propios servicios de espionaje e incluso a uno multilateral como se logró con las armas nucleares y químicas. Según una investigación del *Pew Research Center* de 2013/2014, las principales amenazas a la red no vendrán en el futuro de *hackers*, sino de gobiernos y de los propios administradores de redes, la vigilancia seguirá siendo ejercida al igual por totalitarismos y democracias con el pretexto de la seguridad, y

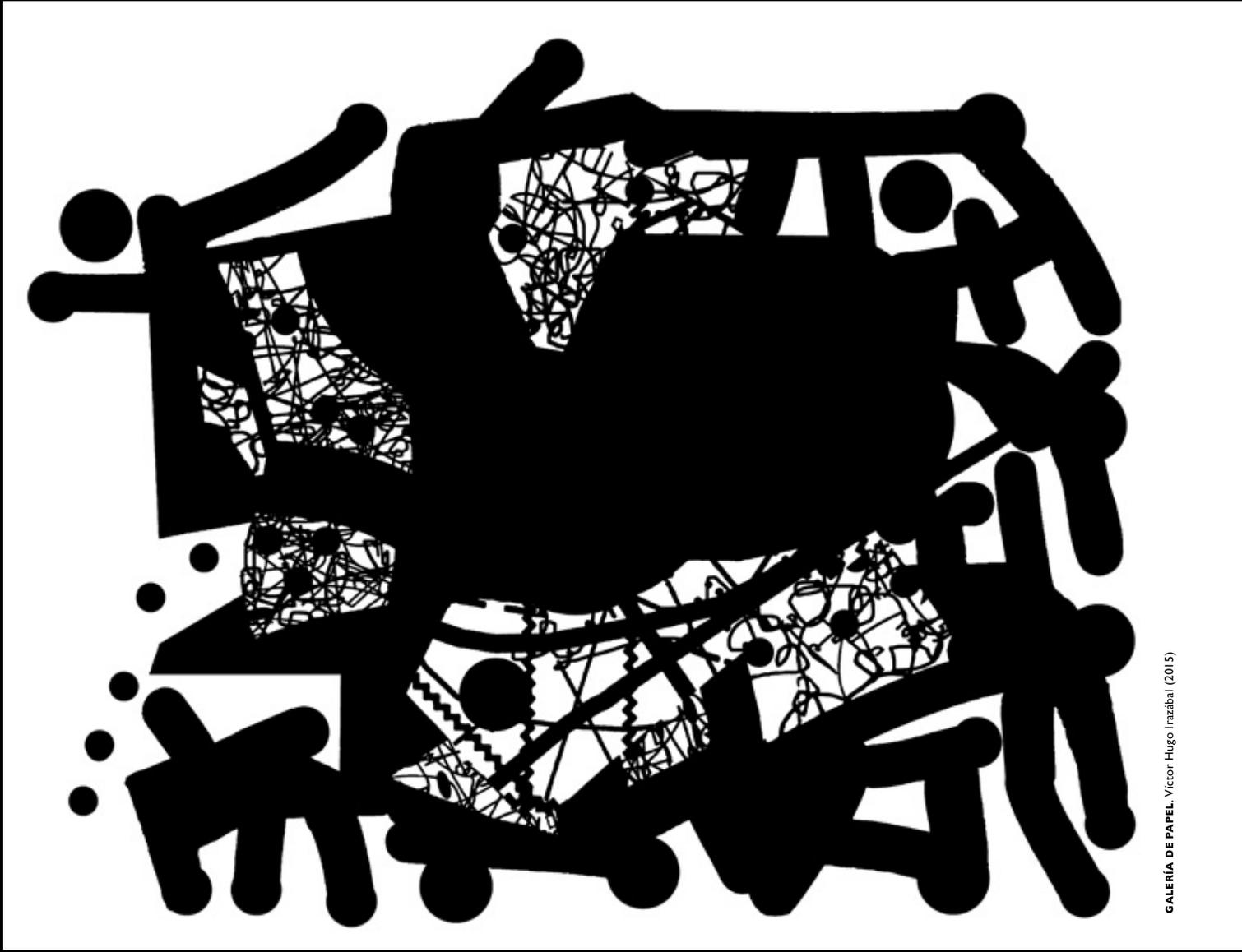
seguirá la interesada confusión entre espionaje político e industrial. En su relación al gobierno de junio 2014, el Garante italiano de la Privacidad, A. Soro, denunció que “los datos coleccionados por los gigantes del web para fines comerciales se vuelven siempre más interesantes a los ojos de los gobiernos para fines de seguridad, a los cuales están inextricablemente enlazados” (ver: http://www.repubblica.it/tecnologia/2014/06/10/news/il_garante_della_privacy_nel_2013_sanzioni_per_oltre_4_milioni-88554777/). También Navi Pillay, alta comisionada de Derechos Humanos de la ONU, denunció el 16.07.2014 esa misma connivencia “de facto, de empresas y gobiernos, para acceder a la información de los ciudadanos” (véase: http://www.un.org/spanish/News/story.asp?NewsID=29974#.VZqd6_I_Oko). Hace días apenas, el 15.07.2015, el nuevo Relator de la ONU para la Libertad de Expresión, David Kaye, declaró: “es hora de que en la relación de los gobiernos con la industria de la vigilancia se tomen seriamente en cuenta los derechos humanos”, y añadió: “La ecuación más criptografía más crimen no tiene el menor sentido. La criptografía es más bien el fundamento de la seguridad y la privacidad en la red; terroristas y pedófilos la usan también...pero así fue con cada nueva tecnología en la historia humana...Condenar la criptografía significa producir más, y no menos, criminales”. (en http://www.repubblica.it/tecnologia/sicurezza/2015/07/15/news/intervista_kaye_hacking_team-119143712/)

Una aclaratoria final: todos los datos aquí proporcionados, absolutamente todos, son del dominio público y figuran publicados en impreso o electrónico; nos hemos limitado a reunirlos, jerarquizarlos y organizarlos de forma coherente. Ellos nos han conducido al borde de una vorágine socio-política-cultural, a mirar con fascinado horror el precipicio al que pudiéramos ser lanzados, donde nos esperaba una inaceptable pérdida de calidad en la relacionalidad humana de la mano de una tecnología descarriada y digresiva. Hemos constatado que la sedicente necesidad de vigilar mucho para impedir el mal se ha convertido en uno de los más temibles atentados a nuestras libertades y privacidad tan penosamente conquistadas.

Pero nuestras comprobaciones y constataciones hubieran sido imposibles fuera del ámbito de las democracias occidentales, que aún abrigan un fuerte poder de información y denuncia de lo ajeno y de lo propio, y donde siempre es posible que una sobreviviente libertad de comunicar termine salvándonos de lo peor. A los vigilados nos es connatural el Principio Esperanza.

ANTONIO PASQUALI

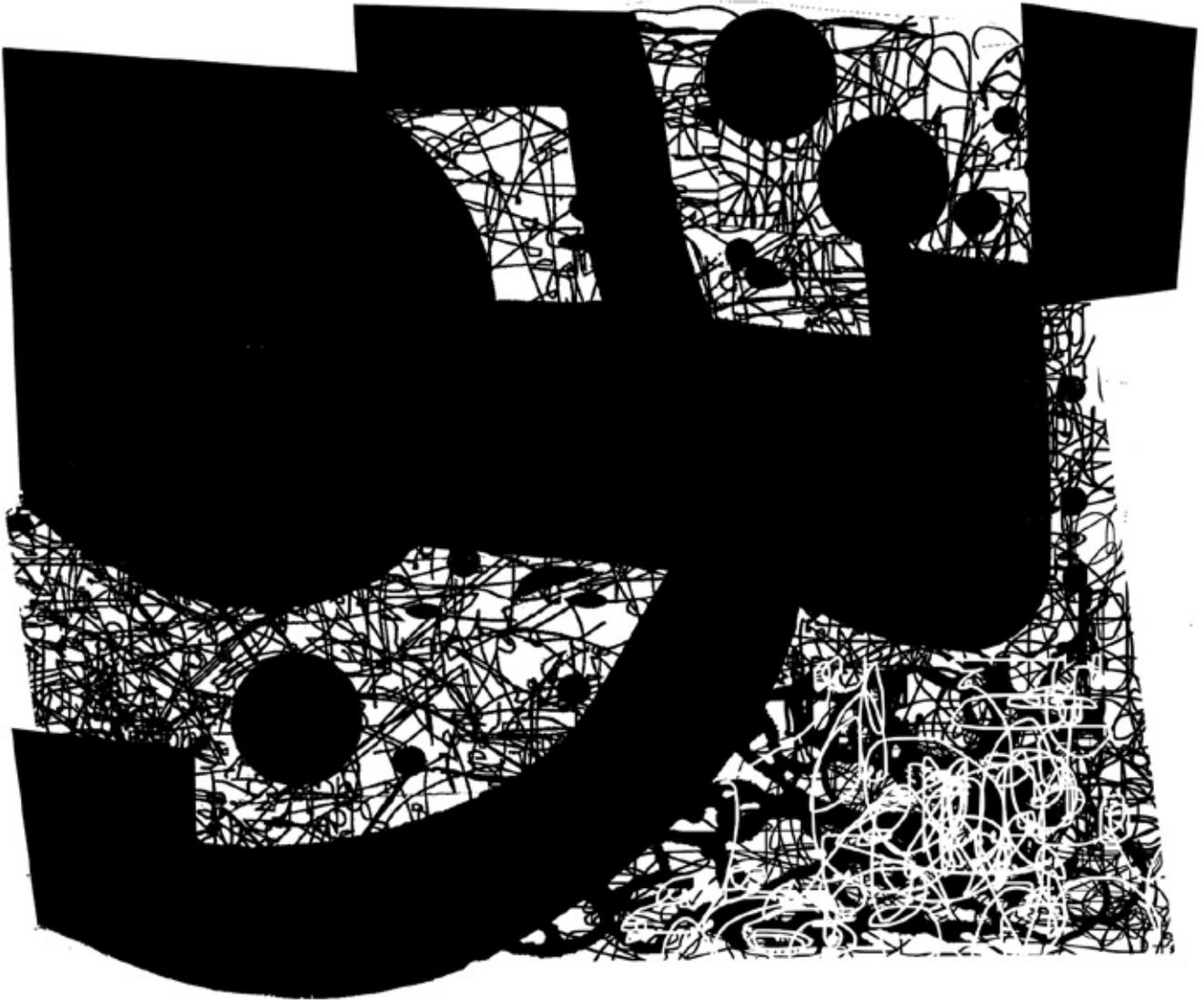
Egresado de la UCV, fundó en 1958 el Centro Audiovisual del Ministerio de Educación y en 1974 el Instituto de Investigaciones de la Comunicación, Ininco. Ha sido en 1984-86 SubDirector General de Unesco, a cargo del sector Comunicación.



GALERÍA DE PAPEL. Víctor Hugo Irazábal (2015)

UNA PROPUESTA
BASADA EN
LA PARTICIPACIÓN

40
años



La actualización curricular de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB

LOS CAMBIANTES escenarios de la comunicación social, la compleja realidad venezolana así como las propuestas de transformación de la Universidad Católica Andrés Bello son el marco desde el cual emerge el nuevo proyecto curricular de la Escuela de Comunicación Social.

La base de esta propuesta formativa tiene como norte los cuatro principios que orientan la actividad de las universidades de tradición jesuita: *utilitas, iustitia, humanitas* y *fides*. Es por esto que esperamos formar comunicadores con una preparación académica sólida y actualizada, capaces de adaptarse a las características cambiantes de los medios de comunicación, y con una visión de emprendimiento y responsabilidad social. Serán también profesionales sensibles a su entorno social, con conciencia crítica acerca del porqué y el para qué de su acción, comprometidos con la democracia y con un ejercicio de la ciudadanía fundamentado en el derecho y la justicia.

Un egresado de nuestras aulas contará además con una formación humanística que le permita interpretar y conducir adecuadamente procesos comunicativos en el contexto multicultural de nuestra nación, comprender la comunicación en el ámbito más amplio del mundo globalizado e incidir en las novedosas situaciones de un mundo pluricultural.

Este perfil profesional estaría incompleto si no incorporara la reflexión sobre valores. El currículum de Comunicación Social pretende dotar a los egresados de criterios éticos y de valores que forman parte de la identidad cristiana, tales como el respeto a la vida y a la dignidad humanas, la libertad, el pluralismo, la tolerancia, la solidaridad, la opción preferencial por los más necesitados, el resguardo de la dignidad y la defensa de los derechos humanos.

Todos estos elementos, así como el enfoque de competencias, que regirá todo el proceso de aprendizaje en la actualización curricular que hemos desarrollado, se enmarcarán en la estructura básica de las 3 menciones que mantiene nuestra Escuela: Periodismo, Comunicaciones Publicitarias y Artes Audiovisuales.

En la UCAB, de acuerdo con el Marco Conceptual de la Renovación Curricular, la evaluación y seguimiento del currículo se asume como un proceso participativo, integral y permanente. Y, en efecto, el nuevo currículum de la Escuela ha sido producto de un intenso proceso de consultas en el que han participado, de diversas maneras, es-



Tiziana Polese

tudiantes y profesores. El proceso de investigación y diagnóstico contó con el concurso de los estudiantes gracias a 5 trabajos de grado, 12 *focus group* con alumnos de los últimos semestres y varias asambleas informativas. El 76% de la planta profesoral se integró al proceso de diseño a través de grupos de trabajo coordinados por las jefaturas de los departamentos académicos y asambleas. La comunidad también fue consultada a través de medios digitales, con el fin de eliminar barreras geográficas o espaciales: durante 6 semanas el documento curricular estuvo expuesto en la página web de la Universidad, con una promoción permanente a través de la cuenta de *twitter* de la Escuela, lo que permitió recoger numerosas observaciones. También fueron consultados más de 120 egresados y más de 40 empleadores.

El resultado de este largo proceso, que ocupó más de 3 años de trabajo, es una propuesta con aspiraciones de equilibrio y flexibilidad, con profundas raíces humanísticas así como herramientas tecnológicas y científicas que permitan al egresado comprender su entorno social y transformarlo. El egresado en Comunicación Social de la UCAB tendrá como compromiso lograr el mayor bien para la comunidad venezolana, porque estará inspirado en el ideal jesuita: "en todo servir y amar".

● TIZIANA POLESEL

Directora de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.

La formación del comunicador social: el modelo por competencias de la UCAB



El presente ensayo aspira mostrar los principios conceptuales y metodológicos que orientaron el proceso de diseño del nuevo currículum de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello. Como se verá en las próximas líneas, el proyecto es producto de un trabajo de investigación y de reflexión colectivos, en los que estuvieron involucrados expertos, comunicadores en ejercicio y empleadores, además de docentes y estudiantes

● YRAIDA SÁNCHEZ

EN SEPTIEMBRE de 2015 ha entrado en vigencia el nuevo diseño curricular de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello (UCAB). El proyecto es el resultado de un proceso prolongado y no exento de dificultades, que ha supuesto una convergencia de enfoques interdisciplinarios sobre la formación profesional. En este trabajo hemos querido documentar lo más relevante del proceso, con la intención de que la experiencia pueda acelerar y aligerar innovaciones futuras no solo en la UCAB sino también en otras instituciones. El objetivo, pues, de estas líneas es señalar los principios conceptuales y metodológicos que orientaron la construcción del proyecto curricular de la Escuela que forma a los comunicadores en esta institución.

El currículum derogado comenzó a aplicarse en 1999 y en apenas 15 años mostró señales de agotamiento. Ha tenido una vida más corta que la de otros planes de estudio, pero también ha debido enfrentar circunstancias distintas de las que sirvieron de contexto a los planes precedentes. Bien sabido es que el nuevo milenio trajo consigo cambios conceptuales significativos. En lo sociológico trajo una creciente tendencia a considerar que el desarrollo de una sociedad no depende tanto de la industrialización como de que sus ciudadanos utilicen el conocimiento para mejorar sus condiciones de vida. Haciendo nuestras palabras de Tünnerman y Chau (2003) "Asistimos a la emergencia de un nuevo paradigma económico-productivo en el cual el factor más importante no es ya la disponibilidad de capital, mano de obra, materias primas o energía, sino el uso intensivo del conocimiento y la información". Es verdad que la realidad venezolana no está cerca de esta filosofía, pero no es menos cierto que muchos actores sociales concuerdan en que este es el norte, que hacia allá debemos dirigirnos, aunque el camino sea largo y sinuoso.

Este norte le confiere a la Universidad —con mayúscula— un rol protagónico, pero le impone al mismo tiempo la necesidad de repensarse. Luis Riveros (2005) señala que las universidades tradicionales se caracterizan por considerarse a sí mismas como instituciones 1) autónomas, con poder de decisión sobre los conocimientos que generan o transmiten, 2) transmisoras del conocimiento y 3) con una actitud observante y crítica de la sociedad. Pero ahora el escenario es distinto. Como refiere el mismo autor:

Tanto desde la empresa, como desde la organización no gubernamental, de los institutos privados o públicos de investigación y reflexión, de muchas organizaciones ciudadanas, surge una labor de creación y de crítica activa, que induce cambio y produce nuevos modelos sociales, y que reta a la universidad en su antigua posición de ser el ente primordial de la crítica y la reflexión (Riveros, 2005, p. 20).

Eso exige que la universidad abandone el paradigma liberal y avance hacia un concepto de autonomía responsable, es decir, conectada con las demandas sociales.

Pero he aquí el primer reto: las demandas sociales son múltiples y diversas. En cualquier disciplina, la sociedad necesita profesionales con distintos grados y matices de formación, desde la instrumentalidad

hasta la teorización que marcará el avance de esa disciplina. La respuesta de las instituciones universitarias a ese abanico de exigencias ha sido la modificación de las estructuras académicas para acoger varios subsistemas integrados: pregrado, distintas opciones de postgrado (especialización, maestría, doctorado) y junto a ellos, diplomados, cursos de extensión y de educación continua. Cada programa tiene sus fines, particularidades y exigencias.

Cuando en las universidades se habla, pues, de formación profesional, no se está hablando de la formación del estudiante de pregrado sino de la formación que se adquiere a lo largo y ancho de todo ese sistema. Para el nivel de pregrado, la universidad se fija un objetivo bastante prudente: la preparación para un desempeño laboral exitoso. Así lo expresa el perfil descriptivo del egresado en Comunicación Social de la UCAB:

... es un profesional capaz de enfrentar su actividad profesional con responsabilidad social. Gracias a su sólida formación humanística, puede interpretar y conducir procesos comunicativos en contextos multiculturales, locales y globalizados; en virtud de sus valores y de sus criterios éticos, promueve el bien común y manifiesta en todas sus acciones su compromiso con los principios que rigen la profesión; y debido a sus competencias profesionales, domina las áreas de desempeño laboral, según las exigencias de la sociedad y las demandas del mercado (UCAB, 2015, p. 5).

No se pretende en este nivel formar investigadores ni teóricos, entre otras cosas, porque hay una conciencia cada vez más clara del perfil de entrada de los estudiantes que ingresan.

Pero además de modificar sus estructuras, en este nuevo escenario social las universidades tienen que repensar su modelo educativo. El cuerpo universitario que se concibe a sí mismo como transmisor del conocimiento, coloca el énfasis del lado de la enseñanza en ese tradicional binomio enseñanza-aprendizaje. Todos los estándares de calidad se enfocan hacia el profesor, los programas, los métodos y los recursos para una acción docente eficaz. Pero un cuerpo universitario que se autoconcibe como mediador en el desarrollo del conocimiento, pone el acento en el lado del aprendizaje. Esta representación rescata el sentido etimológico de la palabra educar, que se compone de dos raíces latinas: *e* y *ducere* hacer salir, sacar, elicitar; y propone un modelo educativo distinto, que no es otro que el modelo de competencias.

Competencia no es sinónimo de capacidad. En el lenguaje pedagógico, "Se entiende por competencias un conjunto dinámico, integrador y evaluable de conocimientos, habilidades, destrezas, valores y actitudes que el estudiante desarrolla durante su formación y el profesional demuestra en el escenario social y laboral." (UCAB, 2013, p.45)

Hay que reconocer que desde sus inicios el modelo de competencias ha confrontado no pocas críticas. En 2001 Barnett hablaba de "castración epistemológica" de las disciplinas, que ya no se definen en términos esenciales sino en términos operacionales", y alertaba sobre el peso del mercado en las decisiones universitarias. Sin embargo, en

Fases del proyecto

1. INVESTIGACIÓN

Investigación triangulada para determinar el perfil de competencias del comunicador social, desde la perspectiva de: 1) expertos, 2) comunicadores en ejercicio y 3) empleadores

2. EVALUACIÓN

Análisis del plan vigente

3. DISEÑO

Especificación de unidades de competencia y criterios de desempeño. Elaboración de la malla y matriz curricular.

4. CONSULTA

Retroalimentación por parte de profesores y estudiantes (Caracas y Guayana)

5. APROBACIÓN

Discusión en los Consejos de Escuela (Caracas y Guayana) y en el Consejo de Facultad

6. DIFUSIÓN

el entendido de que es el modelo que responde mejor al proyecto formativo institucional, es decir, al concepto de educación y de universidad de la UCAB, ese fue el adoptado en esta institución.

Se trata de un modelo estructurado en dos tipos de competencias: generales, que son comunes a todos los estudiantes, y competencias profesionales, que son las propias de cada carrera. Las competencias generales son estas:

1. Aprender a aprender con calidad.
2. Aprender a convivir y a servir.
3. Aprender a trabajar con el otro.
4. Aprender a interactuar en el contexto global.

Este es el modelo que vertebra todos los demás proyectos curriculares de la UCAB. Queremos resaltar este aspecto porque es preciso que quede claro que la adopción del enfoque de competencias no es potestativo de ninguna escuela o facultad: responde a una política universitaria y debe ser coherente con ella.

Articulado con este marco conceptual se construyó el proyecto de renovación curricular de la Escuela de Comunicación Social. La metodología seguida en su construcción supuso cinco fases:

1. Investigación.
2. Evaluación del diseño actual.
3. Diseño.
4. Aprobación.
5. Difusión.

La fase de investigación tuvo por objeto determinar el perfil del comunicador. Del comunicador... egresado de pregrado. Nos propusimos lograr un concepto de comunicador a partir de una investigación triangulada que nos proporcionaría tres perspectivas diferentes: la mirada del experto, la mirada del comunicador en ejercicio y la mirada del empleador.

La mirada del experto la obtuvimos mediante la investigación documental fundamentalmente. Consultamos obras emblemáticas que nos acercaron a la opinión de quienes teorizan en el tema de la formación profesional.

La perspectiva de los comunicadores en ejercicio fue proporcionada por una investigación de campo que utilizó como instrumento



No encontramos en las investigaciones argumentos que nos mostraran la conveniencia de reducir el currículum a 4 años. Por la misma razón, se mantuvo la especialización frente a la formación integral.

principal un cuestionario electrónico enviado a tres cohortes de egresados. Este estudio de campo fue completado con otra investigación que tuvo por objeto determinar si la escuela ofrecía o podía ofrecer preparación para realizar las labores que el mercado demandaba de nuestros egresados.

La última mirada, la del empleador, la obtuvimos a través de varios trabajos de campo realizados por alumnos como requisito de grado, lo cual significó una implicación directa de estudiantes en el proceso de innovación curricular. Los resultados consolidados permitieron construir un perfil del comunicador que, en términos de competencias, se expresa de la siguiente manera. El comunicador que formamos o pretendemos formar es un profesional que:

- Se comunica efectivamente.
- Interpreta la realidad social.
- Crea mensajes para una audiencia.
- Gestiona proyectos comunicacionales.
- Produce obras de creación de naturaleza comunicacional.

Las investigaciones también nos ayudaron a decidir algunos aspectos cruciales que ya corresponden a la segunda fase, que es la de evaluación del currículum actual:

1. ¿Cinco años o cuatro?
2. ¿Comunicador integral o especializado?
3. ¿Menciones actuales u otras?
4. ¿Cursos actuales u otros?

Las respuestas a todas estas interrogantes se recogieron en el plan resultante de la siguiente fase, que fue la de diseño. En la convicción de que el plan vigente tiene sus fortalezas y que ningún currículum puede obviar su historia, se decidió utilizar como base el plan actual. Se mantuvo su estructura esencial: un ciclo básico de 6 semestres y uno especializado, compuesto por dos concentraciones de 1 año cada una. Esto quiere decir, un plan previsto para 5 años, aunque con la posibilidad de hacerlo en un tiempo ligeramente menor cuando el estudiante tiene la posibilidad de aumentar su carga crediticia.

No encontramos en las investigaciones argumentos que nos mostraran la conveniencia de reducir el currículum a 4 años. Por la misma razón, se mantuvo la especialización frente a la formación integral. Los cuestionarios electrónicos y las entrevistas a empleadores demostraron que el ejercicio laboral espera de los egresa-

dos que estén en capacidad de realizar tareas específicas que solo una formación especializada puede proporcionar.

El ciclo básico está integrado por cursos de distintos ejes temáticos: ciencias sociales y humanidades, ayudarán al estudiante a desarrollar competencias para analizar la realidad; lenguajes, que harán posible que el egresado se comunique efectivamente y materias del ámbito de la comunicación, teóricas y aplicadas, que harán del egresado un profesional capaz de crear mensajes para una audiencia, gestionar proyectos comunicacionales y producir obras de creación de naturaleza comunicacional. Con esta formación tiene una visión integral del campo que le ayudará no solo a elegir sus concentraciones sino también a darle herramientas mínimas si el ejercicio profesional le demanda algo que no estudió como concentración. La formación se completa con cursos en investigación y gerencia, aunque estos son temas transversales que se desarrollan a lo largo de la formación.

En el ciclo especializado, la investigación de campo con los egresados mostró la necesidad de ampliar el ámbito disciplinar: nuestros egresados desempeñan una cantidad de posiciones laborales para las que la escuela no prepara. Por esa razón se amplió el abanico de concentraciones, siempre con un criterio de flexibilidad que permitiera al estudiante tomar cualquier combinación. Al hacerlo, el currículum completa su programa formativo con la incorporación de estas competencias profesionales específicas:

- Crea textos periodísticos.
- Produce trabajos editoriales.
- Gestiona proyectos culturales.
- Gestiona planes de comunicaciones organizacionales.
- Gestiona planes de mercadeo.
- Produce trabajos audiovisuales.
- Crea guiones para medios audiovisuales y digitales.
- Produce montajes escénicos.

CONSENSOS

- **Mantener los principios del perfil descriptivo vigente.**
- **Mantener la estructura más general del plan vigente: 10 semestres, repartidos en un ciclo básico de 6 semestres y un ciclo especializado de 4.**
- **Fragmentar las menciones en opciones de concentración:**

Comunicaciones Publicitarias	Artes Audiovisuales	Periodismo
<ul style="list-style-type: none"> • Comunicaciones Corporativas • Comunicaciones Integradas de Mercadeo 	<ul style="list-style-type: none"> • Producción Audiovisual • Guionismo • Producción Escénica 	<ul style="list-style-type: none"> • Periodismo • Producción Editorial • Gestión Cultural

- **Permitir la combinación de concentraciones pertenecientes a distintas menciones.**
- **Integrar los contenidos secuenciales en una sola unidad curricular.**



En el ciclo especializado, la investigación de campo con los egresados mostró la necesidad de ampliar el ámbito disciplinar: nuestros egresados desempeñan una cantidad de posiciones laborales para las que la escuela no prepara.

PERFIL DESCRIPTIVO

El egresado de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB es un profesional capaz de enfrentar su actividad profesional con responsabilidad social. Gracias a su sólida formación humanística, puede interpretar y conducir procesos comunicativos en contextos multiculturales, locales y globalizados; en virtud de sus valores y de sus criterios éticos, promueve el bien común y manifiesta en todas sus acciones su compromiso con los principios que rigen la profesión; y debido a sus competencias profesionales, domina las áreas de desempeño laboral, según las exigencias de la sociedad y las demandas del mercado.

COMPETENCIAS GENERALES DE LA UCAB

- APRENDER A APRENDER CON CALIDAD
- APRENDER A CONVIVIR Y A SERVIR
- APRENDER A TRABAJAR CON EL OTRO
- APRENDER A INTERACTUAR EN EL CONTEXTO GLOBAL

COMPETENCIAS PROFESIONALES DEL EGRESADO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

COMPETENCIAS PROFESIONALES BÁSICAS

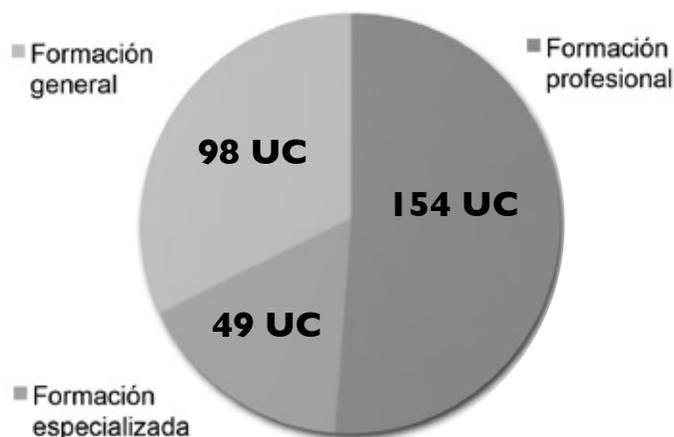
- SE COMUNICA EFECTIVAMENTE
- INTERPRETA LA REALIDAD SOCIAL
- CREA MENSAJES PARA UNA AUDIENCIA
- GESTIONA PROYECTOS COMUNICACIONALES
- PRODUCE OBRAS DE CREACIÓN DE NATURALEZA COMUNICACIONAL

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- GESTIONA PLANES DE COMUNICACIONES ORGANIZACIONALES
- GESTIONA PLANES DE MERCADEO
- CREA GUIONES PARA MEDIOS AUDIOVISUALES Y DIGITALES
- PRODUCE MONTAJES ESCÉNICOS
- CREA TEXTOS PERIODÍSTICOS
- PRODUCE TRABAJOS EDITORIALES
- GESTIONA PROYECTOS CULTURALES

DISTRIBUCIÓN DEL CREDITAJE

CRÉDITOS DE LA CARRERA



FORTALEZAS DEL PROYECTO

- CONSTRUCCIÓN DEL PERFIL A PARTIR DE INVESTIGACIONES
- AJUSTE DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES A LAS DEMANDAS DEL MERCADO LABORAL
- DIVERSIFICACIÓN DE LAS MENCIONES
- FLEXIBILIDAD EN LA ELECCIÓN DE CONCENTRACIONES
- OFERTA ÚNICA DE GUIONISMO, PRODUCCIÓN EDITORIAL Y GESTIÓN CULTURAL A NIVEL UNIVERSITARIO



Ese comunicador polivalente no resultará del pregrado y es posible que incluso con el postgrado, actualice solo algunas de esas características dependiendo de los itinerarios que escoja en ese sistema diferenciado de distintos niveles y modalidades.

Estas competencias se desarrollarán en las concentraciones que constituyen el Ciclo Profesional:

- Periodismo.
- Producción editorial.
- Gestión cultural.
- Comunicaciones corporativas.
- Comunicaciones integradas de mercadeo.
- Producción audiovisual.
- Guionismo.
- Producción escénica.

Es importante señalar que el proyecto fue presentado y discutido en diferentes asambleas de profesores y de estudiantes, así como también sometido a consulta vía medios electrónicos, lo que hizo posible obtener retroalimentación y sugerencias de los profesores de la Escuela de Comunicación de UCAB Guayana. Este dinámico proceso de intercambios permitió crear una propuesta producto de complejos debates.

Un recorrido de pocas páginas para un proceso de cinco años evidentemente excluye los detalles, por lo que cerraremos este trabajo con lo que consideramos más relevante de nuestra experiencia.

La primera conclusión es que un modelo curricular no puede estar disociado del modelo de universidad y de educación. Las escuelas ni

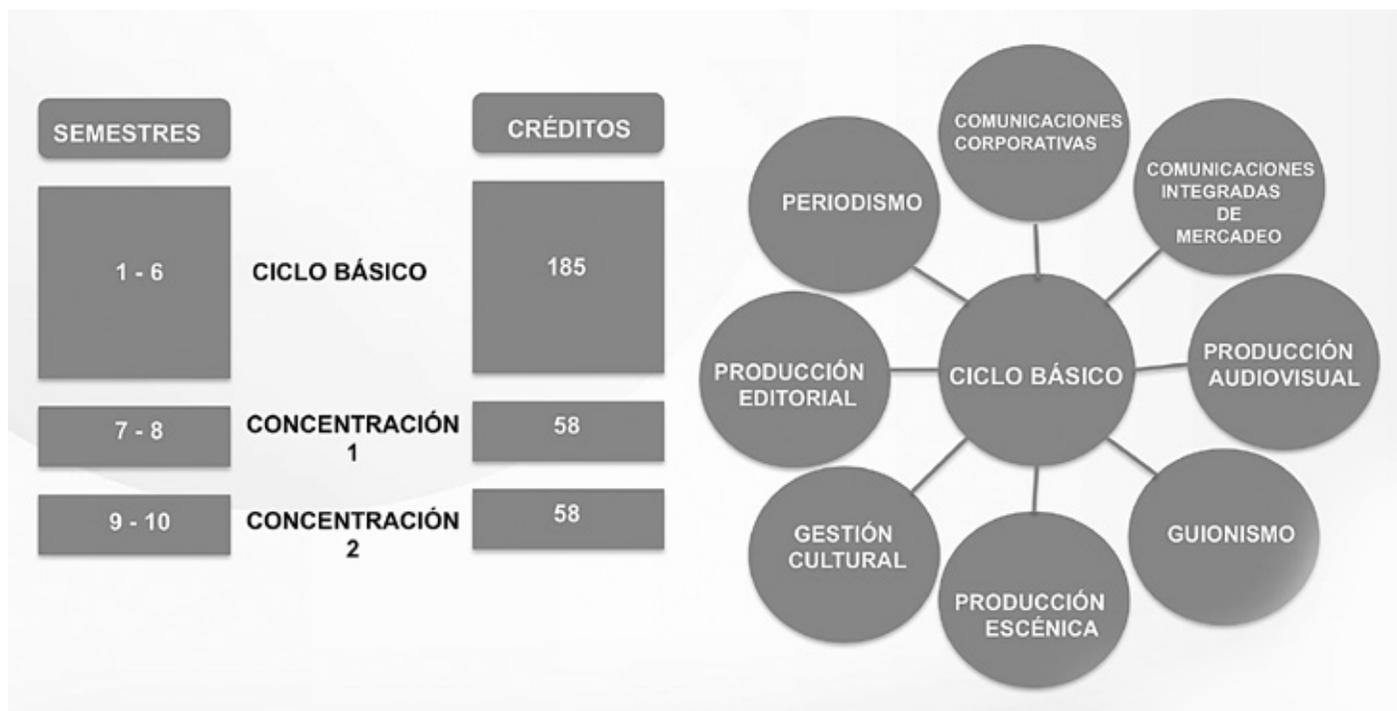
las facultades son entidades aisladas del resto: ellas forman parte de un sistema y deben ser coherentes con él.

La segunda, es que la formación de un comunicador es un proceso gradual, que comienza en el pregrado y no termina ni siquiera en el último nivel del postgrado porque siempre será posible una actualización. Por esa razón, no hay un concepto único de comunicador. El comunicador al que Moraima Guanipa (2011) aspira:

... formado para los retos del presente: no como empleado entrenado solo para el mercado laboral de los medios de comunicación emergentes y tradicionales. Un comunicador en capacidad de promover la gestión de la comunicación, la formación ciudadana y el fortalecimiento de la democracia comunicativa. Un gestor-promotor de la comunicación y de la cultura. Acaso un estratega de la comunicación, como lo definieron Zalba y Bustos, un mediador como lo vislumbra Fuentes inspirado en Martín Barbero (p. 100).

Ese comunicador polivalente no resultará del pregrado y es posible que incluso con el postgrado, actualice solo algunas de esas características dependiendo de los itinerarios que escoja en ese sistema diferenciado de distintos niveles y modalidades. Esto exige –y esta es una asignatura pendiente en nuestra universidad– una integración coherente de los subsistemas.

DESCRIPCIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS



MALLA CURRICULAR: CICLO BÁSICO

CONCENTRACIONES							
6	Periodismo (5)	Fundamentos de Guión (5)	Procesos Editoriales (5)	Régimen Jurídico de la Comunicación (5)	Gestión Cultural (5)	Teorías Administrativas de la Organización (3)	Gerencia de Proyectos (5)
5	Historia de Venezuela en los Medios II (5)	Artes Audiovisuales (5)	Semiótica (5)	Ética de la Comunicación (3)	Comunicación Escénica (5)	Fundamentos de Comunicaciones Integradas de Mercadeo I (5)	Metodología (5)
4	Historia de Venezuela en los Medios I (5)	Ecología, Ambiente y Sustentabilidad (2)	Comunicación Gráfica (5)	Producción de Contenidos para Medios II (4)	Opinión Pública (5)	Mercadeo (5)	Estadística (5)
3	Cultura y Postmodernidad (5)	Identidad, Liderazgo y Compromiso II (2)	Arte y Comunicación (5)	Producción de Contenidos para Medios I (4)	Sociología de la Comunicación (5)	Economía (5)	Producción de Contenidos en Inglés (4)
2	Cultura y Modernidad (5)	Identidad, Liderazgo y Compromiso I (2)	Literatura y Comunicación (5)	Comunicación Escrita (4)	Sociología Política (5)	Psicología Social (5)	Comprensión de Textos en Inglés (4)
1	Cultura y Premodernidad (5)	Comprensión y Producción de Textos Escritos (4)	Comunicación Oral (4)	Teoría de la Comunicación (5)	Fundamentos de Gramática (5)	Teoría y Práctica de la Argumentación (5)	

La tercera y última es que lo mismo que esperamos del comunicador debemos exigirselo al diseñador curricular: La construcción de un currículum es un trabajo de investigación, no la concreción de criterios particulares, por autorizados que sean. Los resultados de las investigaciones proporcionan la información de base. El resto es un ejercicio de pensamiento crítico, un ejercicio que, como explica la convocatoria del Congreso Invecom 2015, supone "llegar de manera efectiva a las posiciones más razonables y justificables sobre temas, así como los esfuerzos para identificar y superar los numerosos obstáculos al pensamiento racional".

YRAIDA SÁNCHEZ

Master of Arts y Ph. D. en Lingüística Románica, egresada de The Catholic University of America (Washington D.C.). Profesora titular (jubilada) de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Jefe del Departamento de Humanidades de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Católica Andrés Bello. Miembro de la Comisión de Reforma Curricular de la Escuela de Comunicación Social de la UCAB.

REFERENCIAS

- BARNETT, R. (2001): *Los límites de la competencia. El conocimiento, la educación superior y la sociedad*. Barcelona: Gedisa.
- GUANIPA, M. (2011): "A beneficio del inventario: Legados y dilemas en la enseñanza e investigación de la comunicación en la UCV". En: *Comunicación*. N° 155. Caracas: Centro Gumilla.
- RIVEROS, L. (2005): "Un nuevo modelo de universidad en la sociedad del conocimiento". En: *Revista de Sociología*. N° 19. Santiago de Chile: Universidad de Chile. Facultad de Ciencias Sociales. (pp 17-29).
- TÜNERMANN, C y De SOUZA, M. (2003): *Desafíos de la universidad en la sociedad del conocimiento. Cinco años después de la Conferencia Mundial sobre Educación Superior*. París.
- UCAB (2013): *Proyecto Formativo Institucional*. Publicaciones Universidad Católica Andrés Bello. Caracas.
- UCAB (2015): *Proyecto de renovación curricular de la Escuela de Comunicación Social, sedes de Caracas y Guayana*. Documento inédito. Caracas.



VÍCTOR HUGO IRAZÁBAL

FRÁGIL

*Lo que nosotros observamos no es la naturaleza misma,
sino la naturaleza expuesta a nuestro método de interrogación.*

W. Heisenberg.

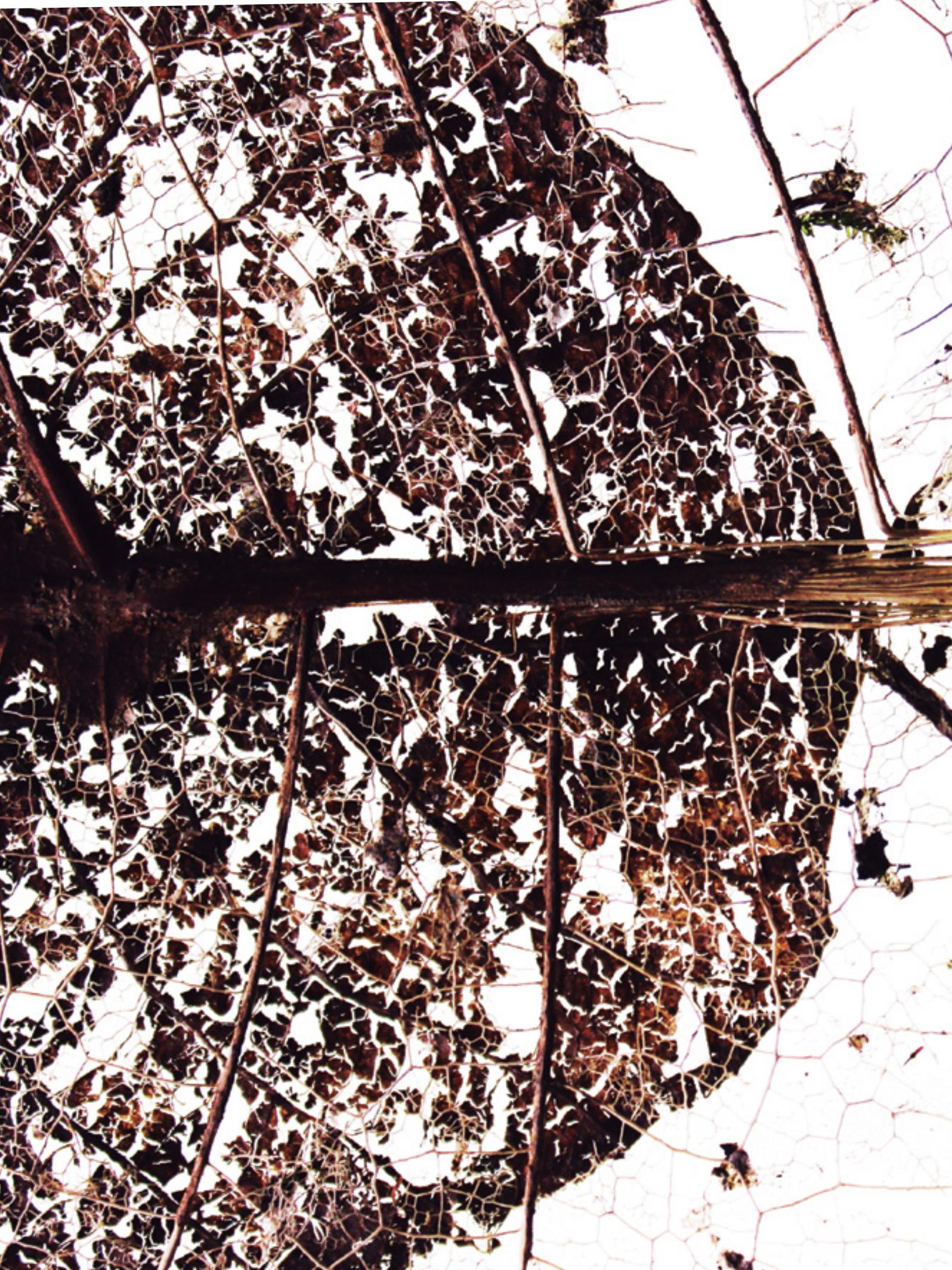
EL ESPACIO NATURAL, dentro de su constancia, vive una ineludible actividad de cambio. Su fortaleza lleva implícita la fragilidad constante, donde aparecen y desaparecen otras realidades. Producto del proceso vital estamos inmersos en un entorno y un contexto en constante transformación.

La fragilidad es una dimensión esencial de la existencia y en especial de la investigación artística. Es una realidad inestable que no debe ser considerada algo inferior o despreciable. Componente esencial de toda materia viva natural o artificial. Lo eterno y lo efímero, la constancia y el cambio construyen la dinámica de la vida. En lugar de opuestos conforman un todo dentro de un ámbito contextual inmerso en la compleja trama del existir. En el entendido, tal como señala Fritjof Capra, que: *Todos los conceptos que empleamos para describir la naturaleza son limitados, no son rasgos de la realidad, como se tiende a creer, sino creaciones de la mente; parte del mapa no del territorio.*

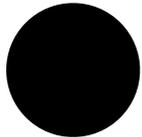
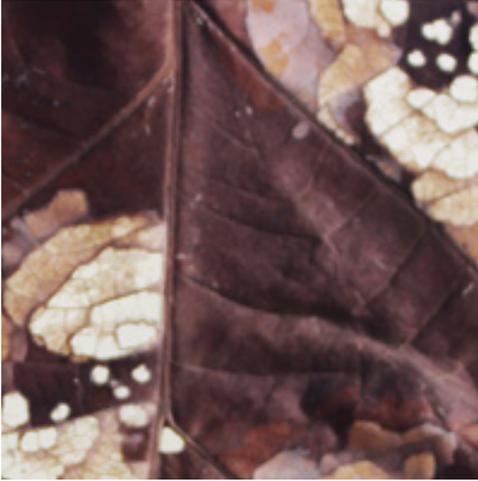
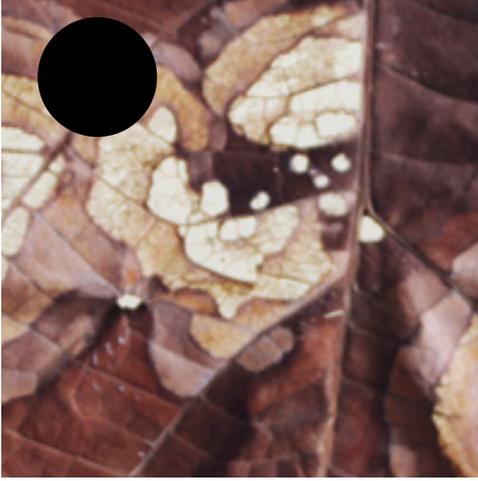
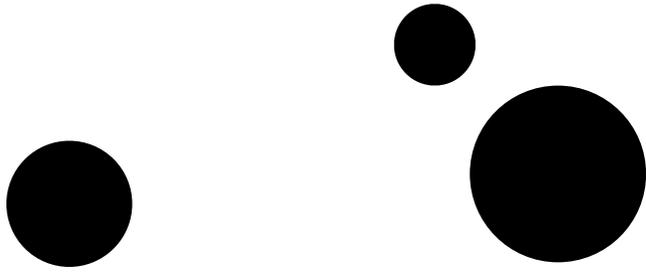
En una simple hoja habita el universo entero. En ella existen conexiones significativas dentro de una continua mutación de ritmos energéticos. Estas imágenes forman parte de una serie de experiencias únicas de encuentro, observación y recolección de hojas desprendidas de diversos árboles de diferentes regiones del país, en especial del Amazonas. Hojas en proceso de descomposición dejando ver su fragilidad. Generando una nueva realidad, red expresiva de acontecimientos biológicos y estéticos que abren espacios hacia el ámbito contextual.

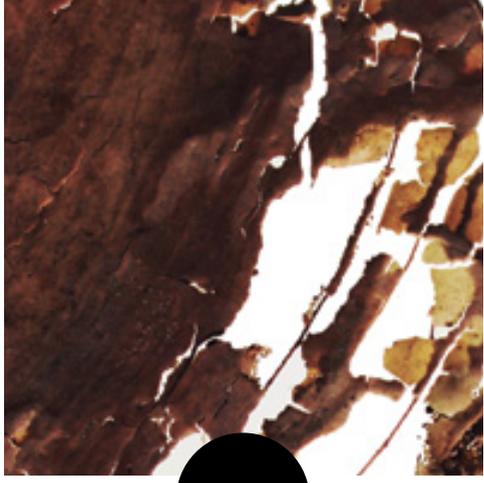
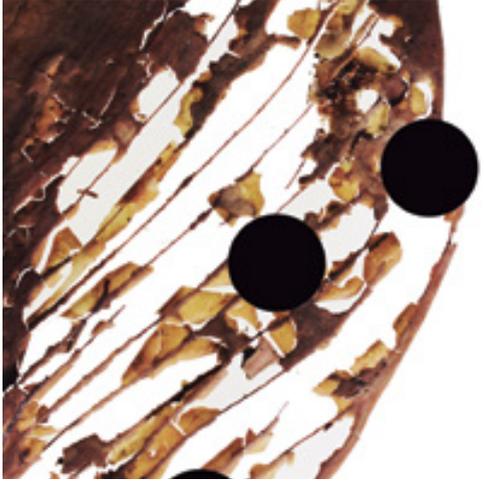
En el marco de la celebración de los cuarenta años de *Comunicación* he creado para sus lectores esta pieza. Utilizo la plataforma impresa de la publicación para proponer una serie de imágenes fotográficas de hojas de árboles que hablan de su fragilidad. A partir de ellas, mediante el limitado proceso manual del doblado de las páginas de la separata, se generan y subrayan instantes imprevistos. *Frágil* es una obra única de carácter contextual, insertada, como obsequio, en un medio impreso. Abierta a que el lector, si lo desea, también la intervenga en un diálogo que no detenga el fluir de la certeza y el azar; la determinación y la indeterminación. Conceptos abstractos y relativos. Aspectos diferentes de un mismo fenómeno que en lugar de limitar las posibilidades creativas las multipliquen.

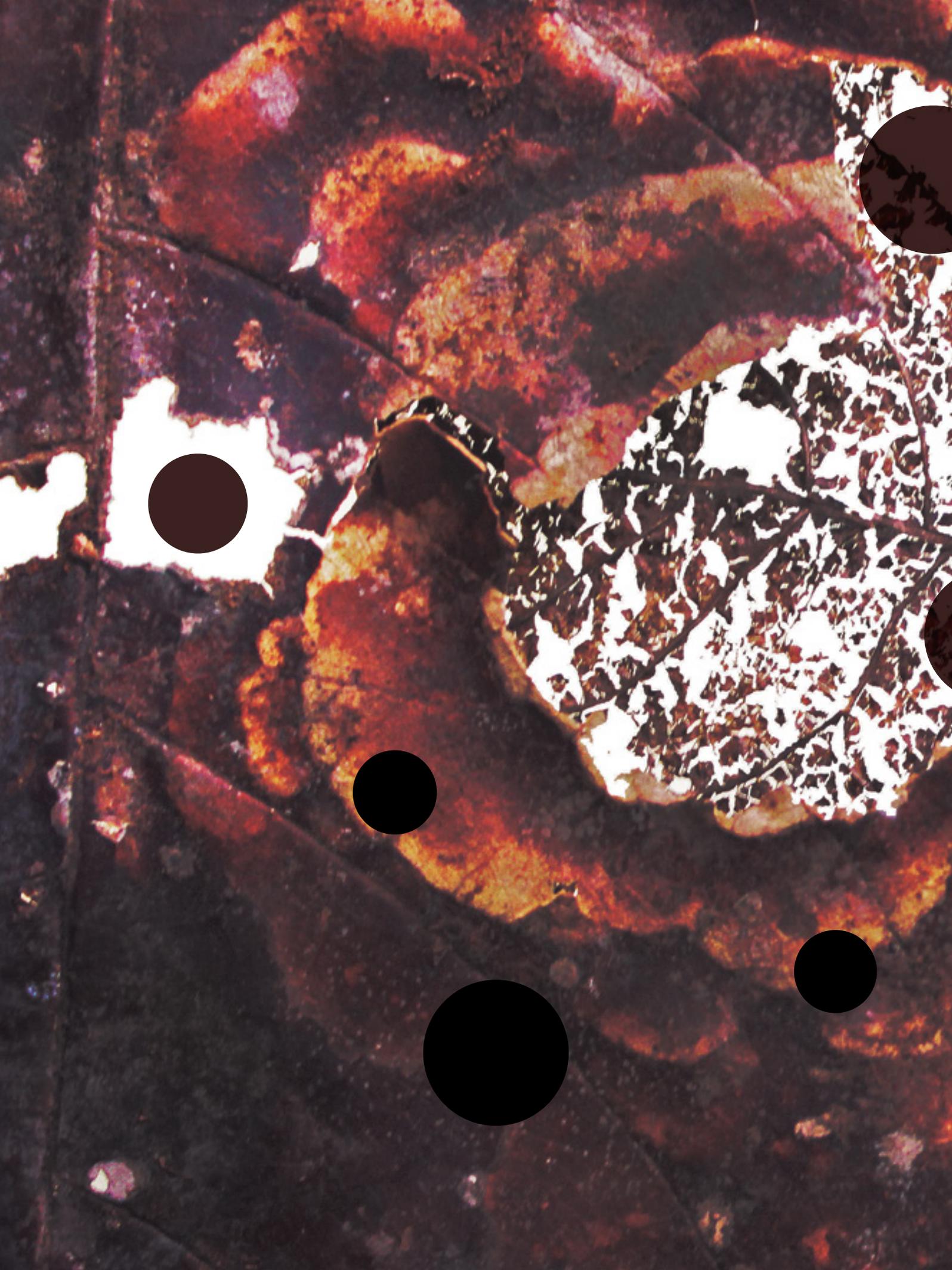


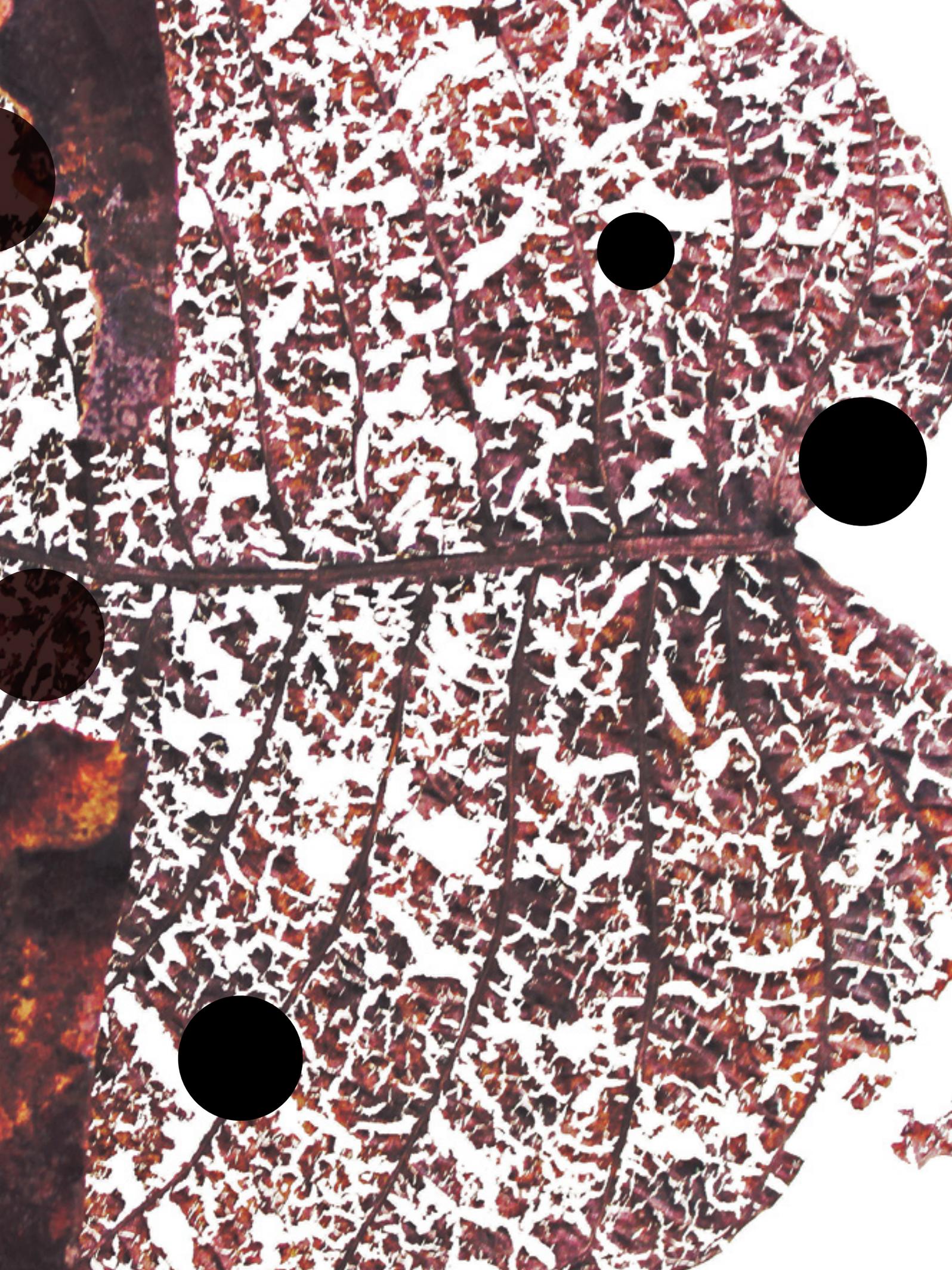






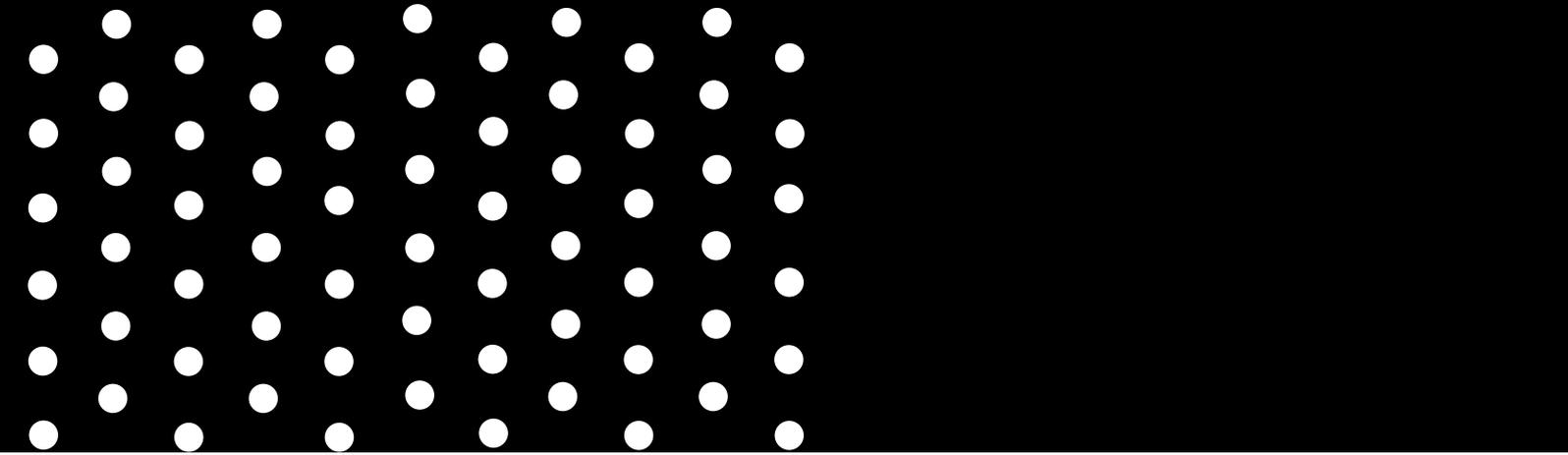


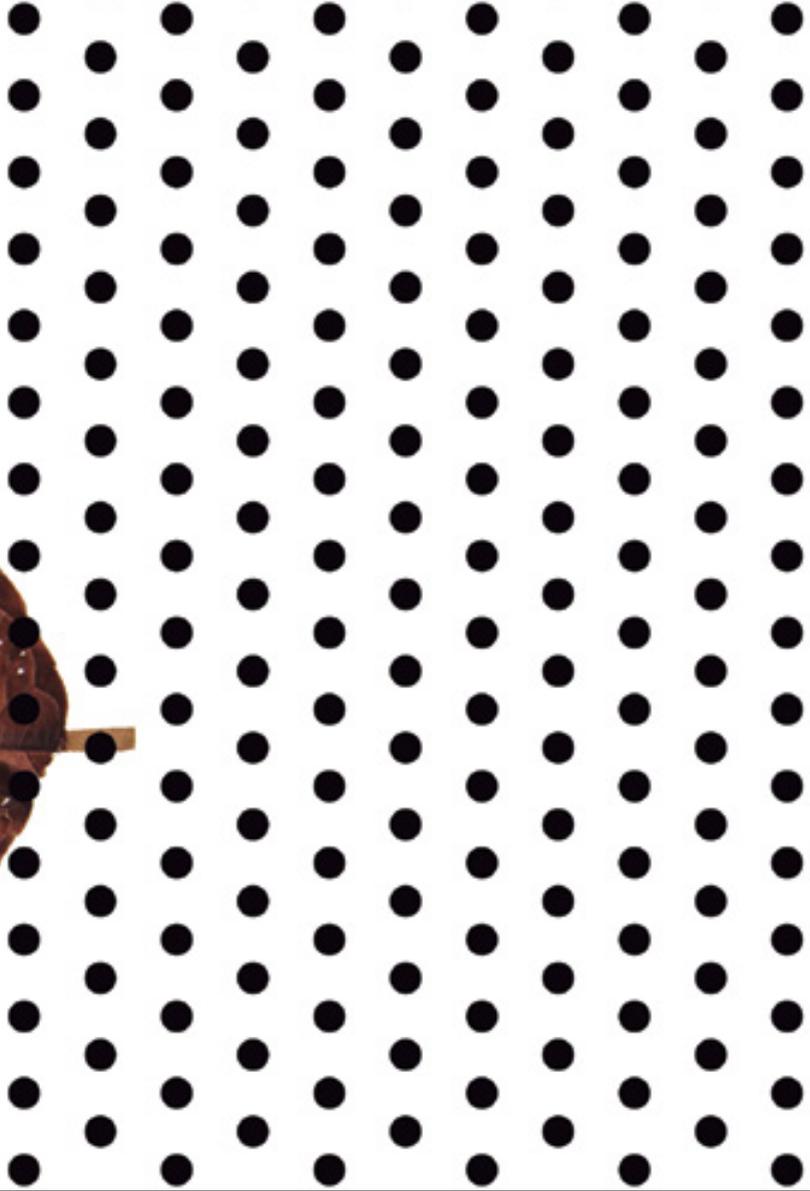




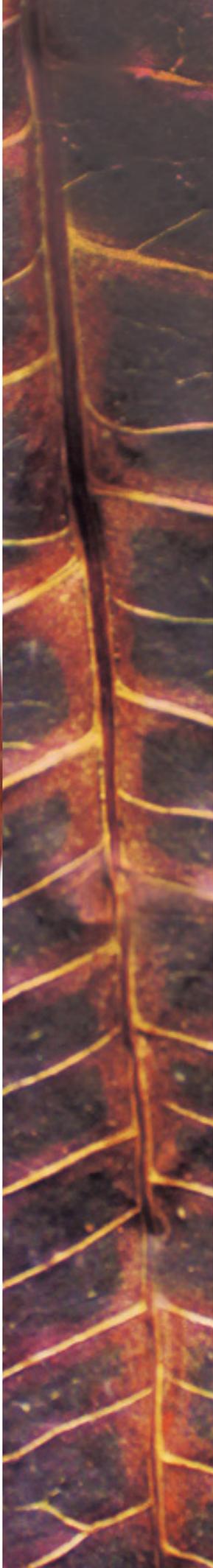


















VÍCTOR HUGO IRAZÁBAL

Un artista conectado al país

VÍCTOR HUGO Irazábal es un artista en tránsito, un andariego impenitente. Ha explorado mundos físicos y conceptuales, lo ha hecho desde la sensibilidad y el pensamiento analítico. En los años sesenta, setenta y ochenta del siglo veinte estuvo vinculado a las vanguardias y grupos experimentales de Venezuela. También al diseño gráfico, oficio que junto a la docencia lo ha acompañado hasta el día de hoy. En los años noventa del siglo pasado reforzó en su proceso creativo y de investigación plástica algo que siempre estuvo latente en él: la inmersión en el ecosistema natural y espiritual del país.

Irazábal es un viajero cuyos mapas no coinciden con las divisiones geográficas y políticas evidentes, o con las categorías antropológicas habituales. Si bien ha afirmado: “Mi obra está conectada al país. Yo estoy conectado al país”, no encontramos en sus trabajos una mimesis fiel de la superficie de ese territorio que llamamos Venezuela. La relación no es obvia. Hay que adentrarse en la bitácora de sus viajes buscando las vibraciones del espacio y no los hitos. Él privilegia la síntesis de las formas sin olvidar su conexión con la totalidad del cosmos, la abstracción derivada de imaginarios pictóricos ancestrales, los colores en deuda con procesos biológicos y espirituales, y los conceptos que guardan en sí memorias múltiples, significados transversales y antiguas sabidurías.

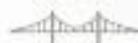


El trabajo de Víctor Hugo Irazábal favorece el encuentro directo con la diversidad de la naturaleza y la cultura. Su obra nunca es el desenlace o el producto final de una investigación, siempre es un “hacerse”. Obra y proceso, en este maestro, no deben diferenciarse. Están unidos por atributos inseparables de su práctica estética: el movimiento y la constancia. En ellos el universo se hace y deshace. Sus obras registran ciclos biológicos y sagrados a la vez: “El arte debe ser un proceso de tradición y renovación al mismo tiempo. Vasos comunicantes”. Irazábal no es un creador, es un explorador. Sabe escuchar y entender los discursos del cosmos olvidados por la mayoría de los seres humanos. Eso lo hace un artista indispensable.

Humberto Valdivieso

NUESTRAS OBRAS SOCIALES NO SE QUEDAN EN EL PAPEL

Por eso tendemos puentes al futuro de miles de venezolanos
Balance Social Acumulado 1998 – Junio 2015



Tu y Alegria
Bs. 47.888.729



Programa
de Formación
al Microempresario
Bs. 33.641.969



Fundación Musical
Simón Bolívar
Bs. 14.526.706



Asociación
Venezolana
de Educación Católica
(AVSEC)
Bs. 13.542.081



ESA
Bs. 7.050.000



Universidades
e Institutos
de Educación Superior
Bs. 39.277.718



Otros
Institutos
y Organizaciones
de Educación
Bs. 3.020.661



Becas Educativas
Bs. 2.420.128



Fundación
Venezolana
Contra la Parálisis
Infantil
Bs. 7.072.934



Otros Organismos
de Salud
y Asistencia Médica
Bs. 9.203.878



FUNDAVA
Bs. 2.461.379



Asociación Civil
Red de Cozas
Don Bosco
Bs. 6.780.621



Asociación Damas
Salesianas
Bs. 2.454.441



Asistencia a la Infancia
Discapacitada y Personas
con Necesidades
Especiales
Bs. 2.888.888



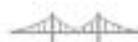
Donación
de Jugantes
a la Comunidad
Bs. 3.286.673



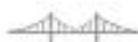
Proyectos
Editoriales
y Publicaciones
Bs. 14.780.714



Otros Aportes
Bs. 13.838.091



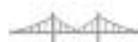
Campaña
de Solidaridad
por Desastres
Naturales
Bs. 5.138.558



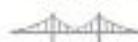
Eventos
para la Comunidad
Bs. 21.046.580



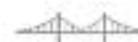
Inversión
en Otros
Colores
de Belle Monte
Bs. 2.136.276



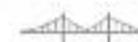
Alcaldías,
Gobernaciones
y otros Organismos
del Estado
Bs. 7.703.911



Beneficios Sociales
No Contributivos
para Empleados
BANESCO
Bs. 336.098.867



Aporte Voluntariado
Corporativo
Bs. 3.715.863



Aplicación
Artículo 96 LOCTN/SESP
Bs. 33.612.467



Presupuesto
Participativo
Bs. 3.380.368

Directores

Juan Carlos Escotet Rodríguez
Miguel Ángel Marciano Carrea
Flavel Castañeda de Ledanois
Sergio Mateo Saggese Ciampino
Oscar Doval García
Vicente Luján Salvador
José Grasso Vecchio

Banesco nuevamente es líder fuente de manera transparente a sus grupos de interés con la publicación del Balance Social 2015. Nos complace ser la primera institución venezolana en obtener la mejor calificación del Global Reporting Initiative (GRI) en nuestros reportes de Responsabilidad y Sostenibilidad, con el "4+OR Check" desde el 2008.

ACUMULADO 1998 - JUNIO 2015

TOTAL INVERSIÓN SOCIAL Bs. 639.227.243

TOTAL GENERAL INVERSIÓN SOCIAL

MÁS COMPROMISOS CONTRAÍDOS Bs. 639.227.243

Otros expresados en bolívares