



Los oficios del comunicador¹

Recepción: 27 de julio de 2004 | Aprobación: 13 de noviembre de 2004

Jesús Martín-Barbero *

jemartin@cable.net.co

Resumen En el presente ensayo se evalúan los oficios del comunicador a la luz de tres ámbitos problemáticos: las competencias y los oficios, las agencias de legitimación y las dinámicas de transformación. Se defiende la tesis de un cambio cualitativo, desde un comunicador-intermediario hacia un comunicador-mediador que asume como base de su acción las asimetrías y las desigualdades sociales y culturales, participando como actor en la construcción de una sociedad democrática. Se subraya en este contexto que, frente a las tecnologías incorporadas a los medios de comunicación, el ejercicio del comunicador debe comportar más inquietudes e interrogantes que respuestas.

Palabras clave

Oficios–comunicador, mediador, intermediario, tecnologías–comunicación, medios–comunicación, comunicación–democracia, comunicación–cultura, comunicación–educación.

¹ Este artículo recoge las reflexiones llevadas a cabo por el autor a lo largo de su trabajo como investigador, en relación con la condición del comunicador como profesional.

* Doctor en Filosofía de la Universidad de Lovaina y posdoctorado en Antropología y Semiótica en París. Ha sido profesor visitante de la Cátedra UNESCO de Comunicación, en las Universidades de Puerto Rico, Autónoma de Barcelona, São Paulo y en la Escuela Nacional de Antropología de México. Fundó el Departamento de Comunicación de la Universidad del Valle, Colombia.

Summary The present paper evaluates the diverse career choices of a journalist in three problematic fields: competence and trades, agencies of validation and the dynamics of transformation.

The article explores the implications of a qualitative redefinition of a journalist's role –from being a mere journalist-intermediary to a journalist-mediator. The journalist is thus seen as one who assumes the asymmetries as well as the social and cultural inequalities as the basis of his profession while allowing him to be actively involved in the construction of a democratic society. Finally, it is argued that journalists should develop a more critical and inquisitive attitude in the light of their redefined role and the media's increasing use of technology.

Key words

Journalist-occupations, mediator, intermediary, communication technology, massmedia, communication-democracy, communication-culture, communication-education.

Debemos realizar un acto de violencia: obligar a que el mundo tome en consideración cuestiones de las que ha sido inconsciente y rechazar o evitar que esta inconsciencia del mundo haga de él algo distante e incomunicado para nosotros. El intento de comunicar contravendrá su propósito. En este proceso de conversión forzada reproduciremos la esperanza de la comunicación más remota.

Zigmun Bauman

Introducción

Lo que sigue es un ensayo cruzado con un manifiesto. Hablo de ensayo en su acepción teatral, aquella en que *ensayar* equivale a una previa puesta en escena de los gestos y los tonos, las figuras, posiciones y acciones de una obra cuyo libreto se halla escrito pero debe convertirse en representación visible y audible. *Manifiesto* es aquel tipo de texto en el que se dibujan con libertad y radicalidad los trazos de un proyecto político y/o cultural. *Los*

oficios del comunicador es además un texto en su más fuerte sentido, ya que se halla tejido con fragmentos de textos escritos y publicados a lo largo de muchos años, pero juntos aquí por primera vez, y reescritos en su conjunto para hacernos cargo de las preocupaciones actuales. El proyecto que moviliza esta reflexión es el que lleva del comunicador-intermediario –voz de su amo, ilusionista que cree poder hacer comunicar a los que mandan con los que sufren sus abusos, o a los creadores y los consumidores, sin que en esas relaciones de poder nada cambie; iluso que se cree que comunicando a las gentes puede ahuyentar los conflictos y que todo siga igual– al comunicador-intermediador, que es aquel otro que asume como base de su acción las asimetrías, las desigualdades sociales y culturales, que tensionan/desgarran toda comunicación, y entiende su oficio como el trabajo y la lucha por una sociedad en la que comunicar equivalga a poner en común, o sea a entrar a participar y ser actores en la construcción de una sociedad democrática.

No puede resultar extraño que, desconcertados por la vastedad y gravedad de los problemas que hoy entrañan los procesos y medios de comunicación, y tironeados por la multiplicidad de figuras que hoy suscita su ejercicio –desde los magos de la publicidad y las vedettes de telenovela hasta los animadores de los superprogramas, pasando por los periodistas estrella y los expertos en efectos especiales de audio o de video– muchos aspirantes a comu-

nicadores se sientan perdidos, confundidos, apáticos ante la reflexión y tentados de dejarse seducir por lo que más brilla: las fascinantes proezas de la tecnología prometiendo el reencantamiento de nuestras desencantadas y desazonadas vidas. Y, ¿qué estamos haciendo los responsables de su formación por salir al camino de esas confusiones, desazones y fascinaciones? Que nadie espere recetas. En lo que sigue, más que puntuales respuestas, lo que se encontrará es un dibujo de los contornos de la situación y el esbozo de algunas pistas.

1. La inapelable pero ambigua centralidad de la comunicación en la sociedad actual

En nuestras sociedades experimentamos cada día con más fuerza que los logros y fracasos de los pueblos en lucha por defender y renovar su identidad y autonomía se hallan ligados a las dinámicas y bloqueos en la comunicación. Pero decir *comunicación* es hablar de procesos cargados de sentidos profundamente antagónicos. Pues, de un lado, la comunicación significa hoy el espacio de punta de la modernización, el motor mismo de la renovación industrial y las transformaciones culturales que nos hacen contemporáneos del futuro, ya que, asociada al desarrollo de las tecnologías de información, la comunicación nos proporciona la posibilidad de alcanzar al fin el tren de la definitiva modernización industrial, de la eficacia administrativa, de las

innovaciones educativas y hasta del avance democrático que entrañarían las virtualidades descentralizadoras de la informática. Pero, de otro lado, la comunicación es también hoy sinónimo de lo que nos manipula y engaña, de lo que nos desfigura políticamente como país y de lo que nos destruye culturalmente como pueblos. Asociada a la masificación que hacen los medios, la comunicación sigue significando para buena parte de la izquierda la punta de lanza del imperialismo y la desnacionalización, y para la derecha la expresión más visible de la decadencia cultural y la disolución moral. Desde ambas percepciones la comunicación aparece como un espacio catalizador de grandes esperanzas y temores, de ahí que se haya convertido en el escenario de las convergencias más extrañas y de las complicidades más cínicas. Entre los que se proclaman defensores de los derechos colectivos y los mercenarios de los intereses más privados –como es constatable cada vez que se intenta sacar adelante en nuestras instituciones legislativas unas mínimas políticas de comunicación realmente democráticas–, o entre los más aguerridos críticos de la manipulación y la alienación ideológica, a nombre de los intereses de las mayorías, y los defensores del elitismo y el paternalismo más rancio, como es comprobable cada vez que se reabre el debate sobre el sentido y el alcance de unas políticas culturales realmente públicas. Los gestos y los gritos de la retórica nacionalista, que satura los discursos contra la invasión de lo extranjero en los medios masi-

vos, resultan con frecuencia bien rentables para empresas “nacionales” de la industria cultural, a las que la mediocridad de sus producciones, o una mala administración, han llevado a la crisis. Así mismo, las posiciones de indiferencia o de rechazo de la elite intelectual a tomar en serio las transformaciones culturales que se producen desde los medios masivos, encubren una obstinada y útil idea de cultura con la que legitiman el derecho a decidir lo que es cultura. La distancia que en el mundo desarrollado ha mantenido gran parte de la intelectualidad frente a las industrias culturales, se ha convertido con frecuencia en nuestros países, periféricos y dependientes, en una esquizofrenia que resulta de responder al imperialismo norteamericano con un *complejo* cultural de europeos, que se expresa en un extrañamiento profundo de los mestizajes y las dinámicas culturales que viven las mayorías de nuestros países. La parte que le corresponde a la dinámica y a la lógica de las comunicaciones masivas en la conformación de los nuevos modos en que experimentamos lo nacional o lo latinoamericano, es cada vez mayor. Pues en los medios de comunicación no sólo se reproduce una ideología, también se hace y se rehace la cultura de las mayorías, no sólo se consagran formatos sino que se recrean géneros en cuya trama narrativa, escenográfica y gestual trabajan bien mezclados el imaginario mercantil y la memoria cultural.

De otro lado, nos encontramos envueltos por un ambiente de intereses que, combinando descaradamente el más grande optimismo tecnológico con el más radical pesimismo político, convierte el poder de los medios en la omnipresencia mediadora del mercado. Pervirtiendo el sentido de las demandas políticas y culturales, que encuentran de algún modo expresión en los medios, se deslegitima cualquier cuestionamiento de un orden social al que sólo el mercado y las tecnologías permitirían darse forma. Interesado ambiente que nos sumerge en una creciente oleada de fatalismo tecnológico, frente al cual resulta más necesario que nunca plantearse la pregunta sobre cómo asumir el espesor social y perceptivo que hoy revisten las tecnologías comunicacionales –sus modos transversales de presencia en la cotidianidad desde el trabajo al juego, sus espesas formas de mediación, tanto del conocimiento como de la política– sin ceder al realismo de lo inevitable que produce la fascinación tecnológica, y sin dejarse atrapar en la complicidad discursiva que enlaza la modernización

La comunicación significa hoy el espacio de punta de la modernización, el motor mismo de la renovación industrial y las transformaciones culturales que nos hacen contemporáneos del futuro.

neoliberal –que proclama al mercado como único principio organizador de la sociedad en su conjunto– con el saber tecno-lógico, según el cual, agotado el motor de la lucha de clases, la historia habría encontrado su recambio en los avatares de la información y la comunicación.

La centralidad indudable que hoy ocupan los medios en nuestras sociedades resulta desproporcionada y paradójica en países –como los nuestros– con necesidades básicas insatisfechas en el orden de la educación o la salud, y en los que el crecimiento de la desigualdad atomiza nuestras sociedades deteriorando los dispositivos de comunicación; esto es cohesión política y cultural. Y, «desgastadas las representaciones simbólicas -afirma el politólogo chileno Norbert Lechner-, no logramos hacernos una imagen del país que queremos, y por ende,

la política no logra fijar el rumbo de los cambios en marcha». De ahí que nuestras gentes puedan con cierta facilidad asimilar las imágenes de la modernización y no pocos de los cambios tecnológicos, pero sólo muy lenta y dolorosamente pueden recomponer sus sistemas de valores, de normas éticas y virtudes cívicas.

Todo lo cual nos está exigiendo pensar que lo que en los procesos y las tecnologías de comunicación está en juego es la emergencia de una razón comunicacional cuyos dispositivos –la fragmentación que disloca y descentra, el flujo que globaliza y comprime, la conexión que desmaterializa e hibrida– agencian el devenir mercado de la sociedad. Frente al «consenso dialogal» en el que Habermas ve emerger la razón comunicativa, descargada de la opacidad discursiva y la ambigüedad política que introducen la mediación tecnológica y mercantil, lo que estamos necesitando pensar es la hegemonía comunicacional del mercado en la sociedad: la comunicación convertida en el más eficaz motor del desenganche e inserción de las culturas –étnicas, nacionales o locales– en el espacio/tiempo del mercado y las tecnologías globales. En el mismo sentido necesitamos estudiar el lugar estratégico que ha pasado a ocupar la comunicación en la configuración de los nuevos modelos de sociedad, y su paradójica vinculación tanto al relanzamiento de la modernización –vía satélites, informática, videoprocesadores– como a la desconcertada y contradictoria experiencia de la tardomodernidad.

2. Notas para la construcción de un mapa de los oficios del comunicador

Al tener como campo de referencia procesos estratégicos de la vida política y cultural, los estudios de comunicación se hallan marcados por hechos que rebasan la dinámica propia de las disciplinas que los integran: por una parte lo reciente de su constitución como campo académico y la fuerte incidencia de la revolución tecnológica en la conformación y acelerada transformación de sus objetos de estudio, y por otra la constante interacción entre las variaciones sociales, los cambios culturales y políticos y las modificaciones que en una perspectiva histórica han teniendo las comunicaciones en el mundo y en nuestros países. La formación de comunicadores se ha visto así permanentemente desgarrada entre una tendencia fundamentalista y otra practicista. El recorrido de esos estudios en América Latina, muestra las dificultades que encuentra aún la articulación de lo abordado en la investigación con lo tematizable en la docencia, así como la lenta consolidación en propuestas curriculares de la interacción entre avance teórico y renovación profesional. De otra parte, al no estar integrado por una disciplina sino por un conjunto de saberes y prácticas pertenecientes a diversas disciplinas y campos, el estudio de la comunicación presenta dispersión y amalgama, especialmente visibles en la relación entre ciencias sociales y adiestra-

mientos técnicos. De ahí la tentación tecnocrática de superar esa amalgama fragmentando el estudio y especializando las prácticas por oficios, siguiendo los requerimientos del mercado laboral.

Pero atender únicamente a los referentes empíricos que parecen dominar el mercado laboral, nos coloca ante un mapa profesional no sólo estrecho sino engañoso, ya que en él no son directamente visibles los diferentes tipos de cambios que atraviesa la profesión y sus oficios. Donde el mercado señala la plana y persistente presencia de periodistas, publicistas y críticos o alternativos, lo que necesitamos comprender es el sentido y alcance del terremoto que emborrona y disloca las figuras profesionales, tanto desde el ámbito de los saberes como de las prácticas. Tomemos como ejemplo el periodismo. Una pista decisiva para entender lo que está pasando es la que proporciona la transformación del lenguaje y los discursos del periodismo en los últimos años. Hablo de trans-formación para señalar la envergadura de unos cambios producidos por el entrecruzamiento de las innovaciones tecnológicas con modificaciones de fondo en las formas de representación política y con las nuevas mediaciones que el mercado introduce en la fabricación y escenificación de la noticia. Y partiendo de la televisión como «modelo» del sentido que están tomando las transformaciones del lenguaje periodístico –porque en muchos aspectos también para la prensa y la radio el modelo lo está

poniendo la televisión– lo que encontramos es la realización de la profecía de Lyotard sobre la muerte de los «macro relatos», en la versión de «relatos largos» por una fragmentación que, apoyada en la simultaneidad del hecho con la cámara, constriñe la duración de los acontecimientos en una actualidad que se devora cada día más velozmente a sí misma, por la equivalencia de todos los discursos, la interpenetración de los géneros –noticioso/ opinión/ publicitario– y por una estética de lo efímero y lo *light*. Y todo ello mientras el periodismo de investigación se muere de *muerte antinatural*, es decir, cuando más lo están necesitando nuestros países. Así la crónica y el reportaje tienden a desaparecer, sustituidos por los nuevos discursos que posibilita la teleinformación y los livianos y ágiles formatos que permite la edición electrónica. Hay una sospechosa coincidencia de la transformación informática del periodismo con la reorganización del mercado publicitario y la penetración del *marketing* editorial en las salas de redacción. El escenario de la información asiste a una paradójica «desprofesionalización del oficio», afirma Mauro Wolf, pues el aumento electrónico de los flujos informativos disloca seriamente la identificación y el uso de las fuentes. El acrecentamiento de la cantidad no se traduce en una mejor verificación ni en un aumento del control cruzado, que era la marca más cierta de la profesionalidad del periodista, sino que relaja el control convirtiendo el contexto del evento

en un mero *collage* de pedazos sacados de otros artículos sobre el mismo evento.

Estamos pues ante una carrera cuyo perfil académico y profesional –mal que les pese a los que siguen creyendo que el «verdadero oficio» del periodista es uno solo, e idéntico al de hace cincuenta años– se está viendo sometido a tensiones muy nuevas, provenientes tanto de una sociedad en la que la comunicación media hoy profundos cambios en la política y la cultura, como de empresas de comunicación que están perdiendo aceleradamente su perfil de empresas político–culturales, para convertirse en conglomerados económicos para los que lo que de veras cuenta es el *rating*, es decir, el negocio.

Para captar las profundas transformaciones que presenta el mapa del campo profesional, campo que se halla sin duda estrechamente ligado al mercado laboral –pero que no por ello se confunde con él– necesitamos plantearnos al menos tres ámbitos de cambio en su conformación, los de:

a. competencias y oficios: qué saberes y destrezas conforman el bagaje básico en las diferentes figuras que hegemonizan el campo de la comunicación en el país,

b. agencias de legitimación: cuáles son las instancias que promueven o devalúan esas competencias y oficios –las empresas de comunicación, las organizaciones gremiales, las instituciones estatales, las universidades, etc.– y ¿cuál es el peso relativo de cada una de ellas?

c. dinámicas de transformación: desde qué fuerzas, movimientos y actores sociales –políticos, tecnológicos, educativos, intelectuales, artísticos– se activan cambios en las competencias del comunicador y ¿cuáles son las líneas de transformación y los rasgos principales de las figuras profesionales emergentes?

Ese primer mapa necesita ir acompañado de una cartografía que permita diferenciar y evaluar los modelos de formación que no son legibles en el texto de los planes de estudio, ya que lo que en ellos se encuentra son principios abstractos y adhesiones a valores generales. Los modelos de formación tienen un modo de existencia más práctica que teórica y operan a través de las ideologías profesionales que cada escuela legítima y de los modelos pedagógicos que guían el proceso docencia/aprendizaje.

a. *Las ideologías profesionales* no son evidentemente una creación de la escuela, sino el lugar de ósmosis entre las imágenes que sobre el oficio produce el mercado y proyectan los profesionales de la comunicación y las expectativas de trabajo que las universidades movilizan. Vamos a señalar las cuatro ideologías que nos parecen predominantes en las escuelas de comunicación. La de *empleado*, cuyo horizonte vital es el de la seguridad laboral y el ascenso social, y cuya expectativa profesional es la de ejecución o administración. La de *investigador*, que teniendo como ubicación ideal las instituciones académicas, identifica su trabajo

primordialmente con el análisis, la crítica y la docencia. La de *animador* o *promotor*, cuya ubicación suele encontrarse en las instituciones públicas o en las organizaciones comunales y cuyo horizonte de trabajo es la planificación y promoción de actividades que alienten la participación comunitaria. La del *artista* o *creador*, cuyo horizonte primordial es el de la autonomía de su trabajo, lo que, ya sea en la empresa privada o en la institución pública, lo identifica con el diseño, la experimentación y la producción innovadora.

Es obvio que en la vida esas ideologías se mezclan y que en tiempos de contracción económica, como los que atraviesa la mayoría de nuestros países, la dificultad de conseguir trabajo y la inseguridad laboral permean fuertemente cualquier posición o actitud, pero también es cierto que esas ideologías, en forma de las expectativas que la escuela estimula y prestigia o descarta y desvaloriza, constituyen un componente fundamental en la formación de los comunicadores.

b. *Los modelos pedagógicos* son un lugar de interacción entre las lógicas internas de la enseñanza y las culturas del conocer predominantes en la sociedad. El modelo más antiguo, y en cierta medida y ámbitos el más «noble» es el humanista, que da la primacía a la formación «integral» de la persona por encima de la adquisición de destrezas e incluso de saberes, y que tiende a supeditar cualquier razón científica o política a la razón moral. El modelo racionalista

tiene como eje el saber científico de talante, si no positivista al menos empirista: identifica la formación con la disciplina de la mente y la adquisición del rigor en el desarrollo del conocimiento. El modelo tecnicista tiene en la base la fragmentación de los saberes, de ahí que formar se identifique con especializar, y la tendencia a valorar, sobre cualquier otra estrategia pedagógica, las técnicas de aprendizaje y el desarrollo de saberes instrumentales.

Si en las escuelas de comunicación el que predominó durante mucho tiempo fue el modelo humanista –las instituciones académicas de la Iglesia fueron pioneras en la implantación de los estudios de comunicación en América Latina, y su influencia pedagógica sigue siendo notable– hoy asistimos a su desplazamiento, pero no por el modelo racionalista sino por el tecnicista. De ahí que uno de los debates más importantes en nuestro campo sea el que se plantea en torno a si el pregrado debe formar un comunicador «generalista» o especialista. Debate trucado en buena medida, ya que los defensores del *generalista* suelen mezclar muy válidas razones de formación con prejuicios y posiciones moralistas acerca del papel y poder de las tecnologías en la sociedad, al tiempo que los defensores del *especialista* mezclan una visión más moderna de la racionalidad tecnológica y las exigencias de diferenciación de saberes y oficios con una enorme miopía social y política. Pero lo que hoy está en juego en ese debate se

sitúa en otro lugar: el de la capacidad de las escuelas de comunicación para pensar lo que significa que la actual revolución tecnocientífica tenga como ámbito central los procesos y dispositivos de la comunicación y la información. ¿Están nuestras escuelas asumiendo el replanteamiento del estatuto del conocimiento y del aprendizaje que esa revolución entraña y la reorganización de los oficios que impulsa? Porque el problema de fondo tiene que ver entonces con la posibilidad de diseñar un proceso de formación, en el que la consolidación de la comunicación como ámbito de oficios no se haga a costa de perder el sentido analítico y crítico que debe vertebrar el trabajo del comunicador.

3. Los saberes indispensables

Consolidada en los últimos años la propuesta de un comunicador productor de comunicación, a lo que ahora nos enfrentamos es a la neutralización de su perfil social y su carácter de servicio público. El debate teoría/práctica ha dejado de ser la lucha entre teoricismo y pragmatismo y se desplaza hoy hacia otro terreno: el de la hegemonía teórica del saber tecnológico. La idea de información –asociada a las innovaciones tecnológicas– gana operatividad y legitimidad científica mientras la de comunicación se opaca o desplaza y aloja en campos aledaños. Dicho de otra manera, el problema de fondo ya no es la ponderación del peso que en la

formación del comunicador deben tener los diversos saberes y destrezas, sino qué tipo de reflexión teórica e investigativa pueden articularse al «hacer comunicación», sin quedar absorbidas o neutralizadas por la razón tecnológica y la «expansión» de la lógica mercantil a modelo de sociedad. En otras palabras: ¿qué mediaciones de pensamiento deben ser trabajadas para que el análisis y la crítica puedan vincularse creativamente al trabajo productivo del comunicador? Al menos cuatro: las estructuras de poder, las lógicas de producción, las dinámicas culturales y las gramáticas discursivas.

Estructuras de poder: tematizadas más en términos de determinación causal que de mediación, su estudio fagocitó durante muchos años el sentido de las relaciones entre comunicación y sociedad. Pero hoy ni las figuras de lo social ni los modos de comunicación se dejan tratar tan unificada y totalizadamente, pues necesitamos pensar las estructuras para que la inteligibilidad de lo social no se disuelva en la fragmentación que introduce la percepción de la pluralidad sociocultural y la nueva sensibilidad por la diferencia. La cuestión de las estructuras –de propiedad económica y de poder político– sigue siendo esencial no sólo para entender las condiciones de producción en nuestros países sino para imaginar alternativas que no se agoten en el esteticismo o se desangren en el marginalismo.

Lógicas de producción: al menos dos, la de la acumulación/rentabilidad del capital y la del

proceso industrial. Con fuertes lazos de complicidad entre ambas, pero distintas. Haberlas confundido fue lo que convirtió la crítica en huida, pues si la racionalidad de la producción se agota en la del sistema, no hay otra forma de escapar a la reproducción que siendo improductivos. Lo que fue «traducido» por Adorno y aplicado a nuestro campo al afirmar textualmente que en la era de la comunicación de masas «el arte permanece íntegro cuando no participa en la comunicación». Ahora sabemos, sin embargo, que tanto la reproducción como las transformaciones de la comunicación pasan por complejas redes de ideologías profesionales y corporativas, por estructuras jerarquizadas de decisión y diferenciación de los oficios, por rutinas cotidianas y técnicas de trabajo que no son emanación del capitalismo, sino condiciones operativas y dispositivos organizativos de la producción industrial.

Dinámicas culturales: nos referimos a las dinámicas de incorporación de las mayorías a la modernidad de la cultura audiovisual –y de las minorías a la informática–, mediante el desplazamiento de la producción de cultura de las comunidades hacia instituciones y aparatos especializados, y a su vez insertados en el movimiento de integración a la economía-mundo. Dinámicas de fragmentación del hábitat cultural de los pueblos y las naciones mediante la fragmentación de los públicos, la multiplicación de los canales y la segmentación especializada de los consumos. Dinámicas de secularización de los

mundos simbólicos, de desterritorialización de las demarcaciones culturales –culto/popular, moderno/tradicional, nacional/extranjero–, de hibridación de culturas y subculturas que dan lugar a identidades nuevas, percibidas desde temporalidades más cortas y precarias.

Gramáticas discursivas: entendiéndose por tales las estrategias comunicativas en que se hace la ósmosis de las matrices estéticas y los formatos comerciales. Gramáticas configuradas por prácticas de enunciación de actores situados tanto en la producción como en la recepción, y por formatos de sedimentación de saberes narrativos, hábitos y técnicas expresivas. Gramáticas que dan lugar a una topografía de discursos movедiza y en constante evolución, que viene exigida no sólo por la renovación del capital y las transformaciones tecnológicas, sino también por el movimiento permanente de las intertextualidades e intermedialidades que alimentan los diferentes géneros en los diferentes medios. Gramáticas que son lugar de complejos entramados de residuos e innovaciones, de anacronías y modernidades de asimetrías comunicativas que involucran, de la parte de los productores sofisticadas «estrategias de anticipación», y de la parte de los espectadores, la activación de competencias de lectura y operadores de apropiación.

También existe hoy un amplio consenso en las escuelas de comunicación en torno a la necesidad de que la investigación supere el nivel de la «generalidad denunciante» para pasar a ser un ingrediente renovador del

cómo y con quién «hacer comunicación». Se trata de una investigación que ayude a que la producción responda a demandas de comunicación que, aunque mediadas por la industria cultural, den expresión a necesidades colectivas y recojan matrices culturales de raigambre popular. Lo que exige transformar la docencia en un espacio de experimentación social posibilitando la apertura del trabajo académico a nuevos modos de relación con la «vida real». Pues lo que torna «irreal», especulativo y estéril el trabajo académico no es la distancia indispensable que requiere la producción de conocimientos, sino la irrelevancia social de los problemas que se abordan y el formalismo de las soluciones tanto teóricas como prácticas. Entendemos entonces, por *experimentación social*, las estrategias de encuentro de la escuela con la realidad comunicacional del país y la región, esto es, la articulación de la docencia y la investigación a proyectos de formulación de demandas sociales y al diseño de alternativas.

Atender únicamente a los referentes empíricos que parecen dominar el mercado laboral, nos coloca ante un mapa profesional no sólo estrecho sino engañoso.

Si la investigación formula las demandas, las prácticas de producción podrán orientarse a dar forma, o sea a diseñar alternati-

vas. Para adelantarnos a los malentendidos debemos aclarar que no estamos desconociendo la parte de aprendizajes técnicos y réplica de formatos en prensa, radio o televisión que requieren las prácticas. Lo que queremos plantear es que el productor de comunicación que se forma en la universidad no puede ser un mero ejecutor, sino algo bien distinto, un diseñador, alguien capaz de concebir el proceso entero que va desde la idea a la realización, alguien que puede dar cuenta de lo que se quiere comunicar, de los públicos a quienes se dirige y de los discursos en que deba expresarse. Pues el diseño tiene tanto de experiencia como de invención, no puede alimentarse de puro empirismo ni puede confundirse con el juego formal.

Y aclaremos también en qué sentido hablamos de *alternativas*. Insisto en el plural para ir en contra de la

tendencia a pensar que exista una forma auténtica de lo alternativo. Es mucho el esfuerzo por darle voz a los excluidos y por abrirle espacio a la expresión popular que hay detrás de la llamada «comunicación alternativa». Pero también es mucho lo que ahí se ha agazapado de visión maniquea y marginalista, cargada de residuos puristas y populistas: identificado con lo popular, y esto a su vez con lo auténtico, lo alternativo sería el mundo de la horizontalidad y la participación en sí mismas. Por eso diseñar alternativas de comunicación es trabajar tanto por ampliar las voces y los géneros que caben en los medios masivos como por potenciar la democratización que se gesta en los proyectos de comunicación comunitaria. En uno u otro ámbito de lo que se trata es de hacer efectiva la pluralidad, la diferencia que enriquece la sociedad y desde la que se construye la democracia.

Todo lo anterior conduce a una propuesta que escandalizará a no pocos: la de que los saberes que necesita el comunicador son, tanto los de su especializado oficio como los generales y públicos del intelectual. Después de todo el esfuerzo puesto en nuestras escuelas para asumir la dimensión productiva de la profesión, ¿no estaríamos devolviéndonos a la época en que se confundía el estudio con la denuncia? Y bien, no. Lo que estamos proponiendo es que, en la medida que el espacio de la comunicación se torna cada día más estratégico, decisivo para el desarrollo o el bloqueo de nuestras sociedades, se hace más nítida la demanda social de un

comunicador capaz de enfrentar la envergadura de lo que su trabajo pone en juego, y las contradicciones que atraviesan su práctica, como lo revela la densa relación entre violencia e información, la incidencia de los medios en la legitimación de los regímenes de populismo autoritario y la de las nuevas tecnologías en la reorganización de la estructura productiva, de la administración pública e incluso en la «estructura» de la deuda externa. Y eso es lo que constituye la tarea básica del intelectual: la de luchar contra el acoso del inmediatismo y el fetiche de la actualidad, poniendo contexto histórico, «profundidad» y distancia crítica, que le permita comprender y hacer comprender a los demás el sentido y el valor de las transformaciones que estamos viviendo. Frente a la crisis de la conciencia pública y la pérdida de relieve social de ciertas figuras tradicionales del intelectual, es necesario que los comunicadores hagan relevo y conciencia de que en la comunicación se juega de manera decisiva la suerte de lo público, la supervivencia de la sociedad civil y de la democracia.

4. Espacios y figuras del ejercicio profesional

Delineo seguidamente la situación de algunos campos de experiencia que son al mismo tiempo espacios laborales, en los que las transformaciones replantean el sentido y el valor social de los oficios del comunicador. Son ellos el de la información, la cultura y la educación.

La información: los desafíos del modelo hegemónico al periodismo independiente

Frente a la decisiva tarea que caracteriza la figura del comunicador–mediador, la de saber tomar distancia de la prisa y el inmediatez para introducir el análisis de lo que estamos viviendo, parecería que lo que los miedos e inseguridades del fin de siglo le solicitan a los medios es, por el contrario, fabricar presente. Y dedicados a ello los medios masivos nos construyen un presente cada día más autista que cree poder bastarse a sí mismo. Ello significa en primer lugar que los medios están contribuyendo a un debilitamiento del pasado, de la conciencia histórica, pues sus modos de referirse a la historia son casi siempre descontextualizándola, reduciendo el pasado a una cita, y a una cita que no es más que un adorno para colorear el presente con lo que Frederic Jameson ha llamado «las modas de la nostalgia». El pasado deja de ser entonces parte de la memoria, de la historia, y se convierte en ingrediente del pastiche, esa operación que nos permite mezclar los hechos, las sensibilidades y los textos de cualquier época sin la menor articulación con los contextos y movimientos de fondo de esa época. Y un pasado así no puede iluminar el presente, ni relativizarlo, ya que no nos permite tomar distancia de lo que estamos viviendo en lo inmediato, con lo que contribuye a hundirnos en un presente sin fondo, sin piso, y sin horizonte. Los medios están reforzando –no creando, pues

los medios sólo catalizan, refuerzan y alargan las tendencias que vienen de los movimientos más profundos de lo social– la sensación postmoderna de la muerte de las ideologías y de las utopías, porque ambas se hayan ligadas a otra temporalidad más larga, que hoy es emborronada por la pérdida de aquella relación activa con el pasado que posibilitaba la conciencia histórica.

La autofabricación de presente por la información periodística está conllevando una profunda ausencia de futuro. Catalizando la sensación de «estar de vuelta» de las grandes utopías, los medios se han constituido en un dispositivo fundamental de instalación en un presente continuo, en una secuencia de acontecimientos que, como dice Norbert Lechner, «no alcanza a cuajar en duración». En lugar de trabajar los acontecimientos como algo que sucede en un tiempo largo o por lo menos mediano, la información presenta los acontecimientos sin ninguna relación entre sí, en una sucesión de sucesos –valga lo que ahí hay de redundancia como síntoma del autismo de que hablaba antes– en la que cada acontecimiento acaba borrando al anterior, disolviéndolo e impidiéndonos por tanto establecer verdaderas relaciones entre ellos. Y así se nos hace imposible construir proyectos: «Hay proyecciones pero no proyectos», añade Lechner; algunos individuos se proyectan pero las colectividades no tienen donde asir el futuro. Sin proyectos el futuro adquiere el rostro

de la mera repetición, de la incesante reproducción del presente. Que es a lo que se refería ilusionada e ilusamente Fukuyama con su proclamación del «fin de la Historia». Y sin un mínimo horizonte de futuro no hay posibilidad de pensar cambios, haciendo entonces que la sociedad patine sobre una sensación de sin-salida. Si la desesperanza de nuestra gente joven es tan honda es porque en ella se mixturán los fracasos de nuestros países en sus intentos de cambio con esa otra sensación, más larga y general, de impotencia que la ausencia de futuro introduce en la sensibilidad fin-de-siglo.

Asistimos a una forma de regresión que nos saca de la historia y nos devuelve al tiempo del mito, el de los

eternos retornos, y en el que el único futuro posible es entonces el que viene del «mas allá», no un futuro a construir por los hombres en la historia sino un futuro a esperar que nos llegue de otra parte. Es de eso de

El problema de fondo tiene que ver con la posibilidad de diseñar un proceso de formación, en el que la consolidación de la comunicación como ámbito de oficios no se haga a costa de perder el sentido analítico y crítico que debe vertebrar el trabajo del comunicador.

lo que habla el retorno de las religiones, de los orientalismos nueva era y los fundamentalismos de toda laya. Es la nueva edad media que atisbaron, y de la que empezaron a hablar Eco y sus amigos al comienzo de los años setenta. Un siglo que parecía hecho de revoluciones –sociales, culturales– termina dominado por las religiones, los mesías y los salvadores: «el mesianismo es la otra cara del ensimismamiento de esta época» concluye Lechner. Ahí está el reflatamiento descolorido pero operante de los caudillos y los pseudopopulismos.

Claro que hay mucho por matizar, pues mientras la prensa, alguna prensa al menos, intenta aún enlazar los hechos, hilarlos, ponerlos en contexto, la radio y especialmente la televisión trabajan sobre la simultaneidad de tiempos y la instantaneidad de la información que, posibilitadas por las tecnologías audiovisuales y telemáticas, se han convertido en perspectiva, esto es en modo

de ver y de narrar. Los medios audiovisuales aplastan la temporalidad sobre la instantaneidad. A lo que hoy llaman los medios *actualidad* es a la toma en directo o sus equivalentes. Y esa simultaneidad entre acontecimiento e imagen, entre suceso y noticia, es la que le exige a la radio o la televisión cortar cualquier programa para conectarnos con el presente de lo que está pasando – atención a ese verbo *pasar*, pues se trata de un presente que no tiene reposo sino que pasa y pasa a toda velocidad–, exigiendo también que el tiempo en pantalla de cualquier acontecimiento sea también instantáneo y equivalente: tanto dura una masacre de indígenas o campesinos como un suceso de farándula, pues en la economía del tiempo de la televisión valen lo mismo. Extraña economía la de la información en radio o televisión, según la cual su costo en tiempo implica que la información –como la actualidad– dure cada vez menos. Hasta hace un siglo «lo actual» se medía en tiempos largos, pues nombraba lo que permanecía vigente durante décadas, pero después la duración se fue acortando, estrechando. y acabó dándose como eje la semana, después el día, y ahora lo actual es el instante–incesantemente repetido– en que coinciden el suceso y la cámara o el micrófono. O quizás sea al revés: lo actual es el instante que la cámara convierte en suceso. ¿Cómo diferenciarlos? Vivimos así inmersos en un presente cada vez más comprimido, pues uno de los logros mayores del desarrollo tecnológico a partir de la fibra óptica, es la

compresión (¡no confundir con comprensión!), pues de lo que se trata es de meter y hacer circular el máximo de información en el mínimo de espacio, en el mínimo de espesor material. Con lo que el modelo tecnológico de la información –la compresión posibilitando unos computadores a la vez más pequeños y con mayor capacidad de almacenamiento a partir de chips cada vez más diminutos y potentes– es el que está dando la pauta a la hora de configurar los criterios con que valoramos la información social, política, cultural. Lo que trasladado al campo de la memoria significa que la que ahora vale ya no es la de «los viejos de la tribu», la memoria cultural, que es no acumulativa sino conflictiva, articulada sobre los tiempos largos de la historia y preñada de sentido, sino la que cabe en el computador, la memoria instrumental y operativa. Que es hoy la memoria/modelo para los medios, la que funcionaliza el sentido de los hechos a los intereses del tiempo rentable, la conversión de la memoria en rentabilidad informativa, la transformación de la actualidad en desmemoria. Pues la actualidad no soporta la memoria, y cuando la memoria es convertida en actualidad lo que resulta es una traición a aquellos en nombre de los cuales se dice hacer memoria. De esta manera, la memoria de las víctimas de nuestras «guerras» sociales y políticas es diariamente confundida con la cotidiana demanda colectiva de morbo, de «hechos fuertes», y condenada al flujo invisibilizador de los sucesos.

Como no hay posibilidad de un discurso que recuerde de verdad sin que la palabra guarde cicatrices, lo que hoy abundan son modos de recuerdo que acaban siendo una forma de borrar el pasado, de tornarlo borroso, difuso, indoloro. Y una política informacional no escrita en ningún manual de redacción o de partido, parece sin embargo regular la forma en que el recuerdo debe circular para que no ofenda a nadie, esto es, no como memoria viva, lacerante, conflictiva, sino como discurso neutro, indiferente, por más gestos dramáticos que adornen y «dramaticen» ese discurso. No hay memoria sin conflicto porque nunca hay una sola memoria, siempre es una multiplicidad de memorias en lucha. Con todo, la inmensa mayoría de la memoria de que dan cuenta los medios es una memoria de consenso, lo que constituye la etapa superior del olvido. «No hay memoria sin conflicto» significa que por cada memoria activada hay otras memorias reprimidas, desactivadas, enmudecidas; por cada memoria legitimada hay montones de memorias excluidas. Las madres de la Plaza de Mayo son una memoria reprimida, sin legitimidad, continuamente devaluada por los medios, salvo algunos pocos que han sido capaces de acompañarlas de cuando en cuando. Incluso la mayoría de los intelectuales están hartos de las madres de la Plaza de Mayo, hartos de esas «viejas que no son capaces de olvidar». Ahí emerge el conflicto de memorias. Pero lo que los medios buscan es la cuadratura del círculo: una memoria que supri-

ma el conflicto, que no nos perturbe, una memoria que apacigüe, que cierre la herida, una cicatrización en falso.

Hay muchas cosas que necesitamos olvidar para poder convivir, pero la generosidad del olvidar sólo es posible después de recordar. «¿A costa de qué olvidos recordamos?» se pregunta Beatriz Sarlo. Plantearnos la densidad simbólica de nuestros olvidos equivale a damos la posibilidad de mirarnos unos a otros, de entrelazar memorias de modo que podamos develar las trampas patrioterias que nos tiende la memoria oficial y hacer estallar, desde nuestro propio trabajo de comunicadores, la engañosa neutralidad que aparentan los medios. En sus últimos años el filósofo Jacques Derridá trabajó sobre eso: las relaciones entre imagen y espectros, o sea sobre lo que desaparece en lo que vemos. Dice textualmente: «El desarrollo de las tecnologías de comunicación abre hoy el espacio a una realidad espectral. Creo que las nuevas tecnologías, en lugar de alejar el fantasma –tal como se piensa que la ciencia expulsa la fantasía– abren el campo a una experiencia de espectralidad en la que la imagen ya no es visible ni invisible. Y todo esto ocurre a través de una experiencia de duelo, que siempre anillé a la espectralidad en la que nos enfrentamos con la huella, con lo desaparecido, con la no presencia». No hay sociedad que se pueda comprender hoy sin esa espectralidad de los medios de comunicación, sin su referencia a los muertos, a las víctimas, a los desaparecidos que estruc-

turan hoy nuestro imaginario social. Derridá nos da una clave preciosa para comprender en profundidad el desproporcionado peso social y político que ha cobrado la televisión en nuestros países y para que, frente al gesto grandilocuente de tantos intelectuales que hacen de la televisión el chivo expiatorio de la degradación moral y cultural de nuestros países, entendamos que lo verdaderamente importante es luchar trabajando por una televisión, y unos medios en conjunto, en los que las imágenes de los desaparecidos, esto es, de los excluidos, los borrados, los muertos nos ayuden de vez en cuando al menos, a mirar aquello a lo que remite la relación de la imagen con lo que ella hace desaparecer: la necesidad del duelo que nos permita, como sociedad, elaborar las pérdidas y expiar nuestros olvidos.

La cultura es cuestión de comunicación cuando activa la apropiación y la creatividad

La ubicación del trabajo del comunicador en el campo cultural plantea algunos desplazamientos de entrada. El primero es la ampliación que atraviesa la idea misma de cultura, su descentramiento en relación con el mundo de la cultura erudita, especializada, y su reubicación en el ámbito de la vida cotidiana y de la multidimensionalidad de aquello de lo que la vida se alimenta. Esa doble operación se hace ya visible en un periodismo cuyo horizonte informativo no son sólo las obras de cultura sino también las

prácticas y las experiencias, incluyendo los diferentes usos sociales de las artesanías o de la música, de la televisión o del teatro. Pues las transformaciones culturales que hoy merecen el nombre de tales se hallan más cerca de la precariedad y la plasticidad de la experiencia que de la estabilidad y la fijeza de las obras. De otra parte, el espacio de la cultura empieza a dejar de identificarse con lo literario (las humanidades y las artes) y a incluir la producción científica y tecnológica. Inclusión cada día más necesaria para hacer frente a la autonomización creciente de la esfera científica y tecnológica cuya desconexión del ámbito de la cultura está favoreciendo la pérdida por parte de la propia sociedad para definir las opciones en ese terreno. La redefinición está afectando también a lo tenido culturalmente por *popular*, desfolclorizándolo y dando entrada a la pluralidad y ambigüedad de lo urbano, a la revoltura de pueblo y masa en la ciudad, a las deformaciones y apropiaciones polimorfás de que están hechas las prácticas y las expresiones urbanas.

El segundo desplazamiento se sitúa del «otro lado»: de la cultura como actividad de apropiación, esto es, la posibilidad de una información y un trabajo cultural que activen en la gente tanto su capacidad de análisis como de fruición, de placer. Lo que implica una transformación del discurso mediático, una «política del lenguaje» que haga posible valorar las demandas y competencias de las mayorías sin caer en el populismo de

las vulgarizaciones o el facilismo de las recetas; en otros términos, que permita asumir la especificidad y complejidad de lo cultural sin hacer de la jerga de los especialistas la clave de la información, y que despierte el interés de la gente sin caer en el discurso paternalista. Una comunicación que aliente la apropiación del «mundo» cultural por parte del lector, del oyente, del espectador, estará al mismo tiempo alentando la competencia creativa de los ciudadanos, sus ganas de hacer cultura estará contribuyendo a borrar la distancia aún aplastante entre creadores y consumidores.

Y un tercer desplazamiento es el que están produciendo los procesos de violencia, insolidaridades e intolerancia que vivimos últimamente por obra y gracia del neoliberalismo-ambiente, al hacer de la cultura un espacio estratégico de reconocimiento del otro, de los otros. Pues toda identidad y todo sujeto social se construye en la relación, y no hay

Los saberes que necesita el comunicador son, tanto los de su especializado oficio como los generales y públicos del intelectual.

afirmación duradera de lo propio sin reconocimiento de lo diferente. La comunicación en la cultura pasa a ser entonces un campo clave en la lucha contra todo *ghetto*, contra toda secta, ya sea por ensimismamiento narcisista o por repliegue provinciano. Y al abrirnos al reconocimiento de lo que producen o gustan los otros –tanto las mayorías como las minorías, tanto en lo culto y lo popular como en lo masivo– la información y el trabajo cultural están poniendo la sociedad, el país y la región a comunicar, es decir, se están fortaleciendo los procesos de democratización. Pues la cultura es el espacio de producción y recreación del sentido de lo social, en el cual el orden y los des-órdenes sociales se vuelven significantes. El comunicador trabaja esa dimensión significativa de la cultura en la medida en que lucha contra la tendencia más extrema de *ghetto* y de repliegue que es hoy el encerramiento en lo privado, la privatización de la vida disolviendo el tejido colectivo, desvalorizando la experiencia social al confundirla con el ámbito de la agresividad, el anonimato y la inseguridad. No sólo desde

la política, también desde la cultura puede activarse lo que en el público hay de pueblo, de sentido comunitario y solidario.

En las relaciones entre cultura y comunicación, el modelo que resulta dominante es aún aquel según el cual *comunicar cultura* equivale a poner en marcha o acelerar un *movimiento de difusión o propagación*, que tiene a su vez como centro la puesta en relación de unos públicos con unas obras. Hay un perfecto ajuste entre esa concepción difusiva de las políticas culturales y el paradigma informacional, según el cual *comunicar es hacer circular, con el mínimo de «ruido» y el máximo de rentabilidad informativa, un mensaje de un polo a otro en una sola dirección*. Fieles a ese modelo, que el paradigma informacional ha venido a cargar de legitimidad intelectual, las políticas culturales suelen confundir la comunicación con la lubricación de los circuitos y la «sensibilización» de los públicos, todo ello con el fin de acercar las obras a la gente o de ampliar el acceso de la gente a las obras.

Existen sin embargo otros modelos de comunicación, que desde las prácticas sociales a la teoría han comenzado a posibilitar otras formas de concebir y operar las políticas de comunicación en la cultura. Lo que estos otros modelos tienen en común es la valoración de la experiencia y la competencia comunicativa de los «receptores», y el descubrimiento de la naturaleza negociada y transaccional de toda comunicación. Frente a una

política que ve en el público/receptor únicamente el punto de llegada de la actividad que contiene la obra, las mejores obras, y cuya opción no es otra que la de captar la mayor cantidad posible de la información que le aporta la obra, se va abriendo camino otra concepción que tiene como ejes: la apropiación, esto es la activación de la competencia cultural de la gente; la socialización de la experiencia creativa, y el reconocimiento de las diferencias, la afirmación de la identidad que se fortalece en la comunicación -hecha de encuentro y de conflicto- con el y con lo otro. La comunicación en la cultura deja entonces de tener la figura del intermediario entre creadores y consumidores, para asumir la tarea de disolver esa barrera social y simbólica descentrando y desterritorializando las posibilidades mismas de la producción cultural y sus dispositivos.

Es obvio que lo que estamos proponiendo no es una concepción y una política que abandonen la acción de difundir, de llevar y dar acceso a las obras -el segundo eje de la nueva propuesta tiene como base el reconocimiento de lo que hacen los otros, las otras clases, los otros pueblos, las otras etnias, las otras regiones, las otras generaciones- sino la crítica a una concepción que hace de la difusión su modelo y su forma. Una propuesta de políticas alternativas en las que comunicar cultura no se reduzca a ampliar el público consumidor de *buena cul-*

tura, ni siquiera a formar un público consciente, sino capaz de activar lo que en el público hay de pueblo que haga posible la experimentación cultural, la experiencia de apropiación y de invención, el movimiento de recreación permanente de su identidad. Pero ¿podrán las políticas plantearse ese horizonte de trabajo?, ¿no estarán limitadas aún en el campo cultural por su propia naturaleza de «políticas» a gestionar instituciones y administrar bienes? La respuesta a esos interrogantes quizá no se halle sino en otro interrogante: ¿en qué medida los límites atribuidos a la política en el campo de la cultura provienen menos de lo político que de las concepciones de cultura y de comunicación que dieron forma a las políticas? La respuesta a ese nuevo interrogante nos devuelve a la necesidad de desplazar el análisis de las relaciones entre comunicación y cultura de los medios hacia la cuestión y el ámbito de las mediaciones. Pues aunque confundida con los medios –tecnologías, circuitos, canales y códigos– la comunicación remite hoy, como lo ha hecho a lo largo de la historia, a los diversos modos y espacios del reconocimiento social. Y es en relación con esos modos y espacios que se hacen comprensibles las transformaciones sufridas por los medios mismos y sus usos.

¿Cómo entender el movimiento de privatización de la vida en el repliegue sobre la televisión o el video hogareños, sin vincularlo con la transformación profunda de la

comunicación implicada por los nuevos modos de habitar –el enclaustramiento y aislamiento acarreados por las modernas «soluciones de vivienda»– y la disolución del espacio público y del tejido colectivo que implica la nueva concepción de la ciudad como espacio de flujos y de circulación, pero ya no de encuentros? ¿Cómo desligar el sentimiento de inseguridad ciudadana –casi siempre vinculado únicamente al crecimiento de la agresividad y la violencia urbana– de la pérdida del sentido de la calle o el barrio como ámbitos de comunicación? ¿Cómo entender los cambios en la comunicación cotidiana, y por tanto el papel de los medios en ella, sin comprender la reconfiguración de las relaciones entre lo privado y lo público que produce la reorganización de los espacios y los tiempos del trabajar y el habitar? La concepción hegemónica que define la comunicación como transmisión/circulación no se queda en «teoría», pues ella orienta también la política de conversión de los espacios públicos de la ciudad en lugares de paso, de fluida circulación, aunque se presente como mera e inevitable respuesta a la congestión. No es extraño entonces que los nuevos movimientos sociales asuman como una dimensión fundamental de su lucha la cuestión cultural, y que ésta se halle formulada en términos de comunicación: a una comunicación hecha de meros flujos informativos y a una cultura sin formas espaciales los movimientos sociales oponen «la localización de redes de

comunicación basadas en comunidades culturales y redes sociales enraizadas en el territorio». ¿Pueden llamarse entonces *políticas de comunicación* aquellas limitadas a reglamentar los medios y controlar sus efectos, sin que nada en ellas apunte a enfrentar la atomización ciudadana, a contrarrestar la desagregación y el empobrecimiento del tejido social, a estimular las experiencias colectivas? ¿Y podrán llamarse *políticas culturales* aquellas que se limitan a contrarrestar el pernicioso influjo de los medios masivos con la difusión de obras de la «auténtica» cultura, sin que nada en esas políticas active la experiencia creativa de las comunidades, o lo que es lo mismo, su reconocimiento como sujetos sociales?

La educación en el nuevo ecosistema comunicativo: entre el palimpsesto y el hipertexto

Antes que una cuestión de medios, el nuevo escenario comunicativo debería ser para la educación una cuestión de fines: ¿qué transformaciones necesita la escuela para encontrarse con su sociedad? Porque de lo contrario la mera introducción de medios y tecnologías de comunicación en la escuela –o la presencia de la escuela en los medios– puede ser la más tramposa manera de ocultar sus problemas de fondo tras la mitología efímera de su modernización tecnológica. El problema de fondo es cómo insertar la escuela en un ecosistema comunicativo, que es

a la vez experiencia cultural, entorno informacional y espacio educacional difuso y descentrado. Y cómo seguir siendo en ese nuevo escenario el lugar donde el proceso de aprender guarde su encanto: a la vez rito de iniciación en los secretos del saber y desarrollo del rigor del pensar, del análisis y la crítica, sin que lo segundo implique renunciar al goce de crear. Ubicada en esa perspectiva, la relación educación/comunicación se desdobra en ambos sentidos: ¿qué significan y qué retos plantean a la educación los cambios en la comunicación?, ¿qué tipo de educación cabe en el escenario de los medios?

Más que un conjunto de nuevos aparatos, de maravillosas máquinas, la comunicación designa hoy un nuevo *sensorium*, como diría Walter Benjamin: nuevas sensibilidades, otros modos de percibir, de sentir y relacionarse con el tiempo y el espacio, nuevas maneras de reconocerse y de juntarse. Los medios de comunicación y las tecnologías de información significan para la escuela en primer lugar eso: un reto cultural que hace visible la brecha cada día más ancha entre la cultura desde la que enseñan los maestros y aquella otra desde la que aprenden los alumnos. Pues los medios no sólo descentran las formas de transmisión y circulación del saber sino que constituyen un decisivo ámbito de socialización, de dispositivos de identificación/proyección de pautas de comportamiento, estilos vida y patrones de gustos. Es sólo a partir de la asunción de la tecnicidad

mediática como dimensión estratégica de la cultura que la escuela puede insertarse en los procesos de cambio que atraviesa nuestra sociedad. Para lo cual la escuela debe interactuar con los campos de experiencia en que hoy se procesan los cambios: desterritorialización/relocalización de las identidades, hibridaciones de la ciencia y el arte, de las literaturas escritas y las audiovisuales; reorganización de los saberes desde los flujos y redes por los que hoy se moviliza tanto la información como el trabajo y la creatividad, el intercambio y la puesta en común de proyectos, de investigaciones científicas y experimentaciones estéticas. E interactuar con los cambios en el campo/mercado profesional, es decir con las nuevas figuras y modalidades que el entorno informacional posibilita, con los discursos y relatos que los medios masivos movilizan y con las nuevas formas de participación ciudadana que ellos abren especialmente en la vida local.

Pero esa interacción exige superar radicalmente la concepción instrumental de los medios y las tecnologías de comunicación que predomina aún tanto en las carreras de comunicación como en las Facultades de educación, en las prácticas de la escuela, en los proyectos educativos de los Ministerios, y hasta en los discursos de la UNESCO. En esa concepción los medios son herramientas completamente exteriores al proceso pedagógico mismo, capaces únicamente de modernizar, esto es, de ampliar la cobertura de

transmisión y tecnificar la ilustración de lo que se transmite, y de amenizar la inercia que erosiona tanto el sistema educativo (a pesar de la acumulación de reformas que los sucesivos gobiernos introducen sin que en el fondo nada cambie) como la autoridad y las prácticas cotidianas de maestros y alumnos. Concepción que se basa en, y retroalimenta la praxis comunicativa de una escuela –desde la primaria a la universidad– que aún se piensa a sí misma como mera retransmisora de saberes a memorizar y reproducir. Y de ese modo una educación que ve en los medios sus peores enemigos, acaba siendo su más perversa aliada: por más escandaloso que parezca, lo cierto es que nada empuja más a los adolescentes a dejarse absorber por los medios que la abismal distancia entre la actividad, diversidad, curiosidad, actualidad, apertura de fronteras que dinamizan hoy el mundo de la comunicación, y la pasividad, uniformidad, redundancia, anacronía, provincianismo que lastran desde dentro el modelo y el proceso escolar. Un modelo que, al enfrentar cotidianamente los alumnos a un discurso maniqueo y esquizoide –la escuela sería el «último baluarte» del libro y por tanto de la reflexión, del argumento y de la independencia de pensamiento, frente a unos medios, en especial los audiovisuales, que no producen sino masificación, conformismo y consumismo–, está acarreado un serio proceso de marginación sociocultural: pues al no preparar sino para su «cultura

normalizada» la escuela deja a los sectores más pobres sin la menor posibilidad de aprovechar tanto la oralidad como la experiencia cultural, que constituye su modo propio de comunicación y organización como perceptiva y expresiva del mundo, como esa otra cultura de la visualidad electrónica, forma de «oralidad secundaria» como acertadamente la ha denominado Walter Ong, gramaticalizada y semantizada por el cine, la radio, el video, la televisión, los videojuegos, etc., cuando es por ahí, en la complicidad/compensación entre esas dos culturas –oral y audiovisual– por donde pasa la especificidad de la experiencia colectiva de modernidad en Latinoamérica.

¿Cómo va a poder la escuela insertarse en la complejidad de los contemporáneos mestizajes –de tiempos y

Las transformaciones culturales que hoy merecen el nombre de tales se hallan más cerca de la precariedad y la plasticidad de la experiencia, que de la estabilidad y la fijeza de las obras.

memorias, imaginarios y culturas– anclada únicamente en la modernidad letrada e ilustrada, cuando en nuestros países la dinámica de las transformaciones que calan en la cul-

tura cotidiana de las mayorías proviene básicamente de la desterritorialización y las hibridaciones que agencian los medios masivos y de «la persistencia de estratos profundos de la memoria colectiva sacados a la superficie por las bruscas alteraciones del tejido social que la propia aceleración modernizadora comporta» –en palabras de Giacomo Marramao? Un uso creativamente pedagógico y crítico de los medios –televisión, video, computador, multimedia, Internet–, sólo es posible en una escuela que transforme su modelo y su praxis de comunicación, esto es, que haga posible el tránsito de un modelo centrado en la secuencia lineal –que encadena unidireccionalmente asignaturas, grados, edades y paquetes de conocimientos–, a otro descentrado y plural, cuya clave es el «encuentro» del palimpsesto –ese texto en el que el pasado borroso emerge en las entrelíneas que escriben el presente– y el hipertexto: escritura no

secuencial sino montaje de conexiones en red que al permitir una multiplicidad infinita de recorridos transforma la lectura en escritura.

El nuevo ecosistema comunicativo acerca como nunca antes el oficio del educador al del comunicador, y viceversa. Y no es la desaparición del educador lo que ese ecosistema está produciendo sino la transformación de su figura que, de mero retransmisor de saberes, pasa a convertirse en comunicador capaz de formular problemas y diseñar procesos, de provocar interrogantes y coordinar equipos de trabajo, de sistematizar experiencias y poner a conversar la memoria de los adultos con la imaginación de los jóvenes. En una escuela así, hasta ese medio que representa para ella la paralización mental, el secuestro de la imaginación y la consagración de la banalidad, la televisión, puede convertirse, de un lado en «terminal cognitivo» cuya fragmentación y flujo exigen un nuevo modo de leer, capaz no sólo de apropiarse críticamente de los contenidos que trasmite sino de descifrar los cambios en la experiencia social y en la narratividad cultural que ese medio cataliza. Y de otro lado, la televisión le interesa a la escuela menos como motivación que como dispositivo específico de aprendizaje: aprender de las imágenes en lugar de aprender por la imagen. Pues la estructura del discurso audiovisual puede y debe ser asumida como proceso performativo, esto es, de estructuración del

pensamiento. Y dispositivo *específico* también en otro sentido, el que permite explorar su capacidad de proveer temáticas para la interacción social, de abrir a otros modos de saber y a la adquisición de actitudes, de estimulación imaginativa y afectiva.

La otra vertiente de la relación comunicación/educación, la presencia de programas educativos en los medios, resulta aún más abiertas al oficio del comunicador. Desde el punto de vista histórico la radio fue el primer medio con «vocación pedagógica», y de ello tienen nuestros países una multiplicidad de experiencias. Por su parte, la televisión nace en muchos países, desde Estados Unidos a Europa pasando por los nuestros, como proyecto de «educación cultural y popular», pensado desde un modelo de comunicación pedagógica, pero desgraciadamente bajo un esquema de comunicación vertical, en la cual los tele-espectadores eran los alumnos y los productores eran los maestros. Es decir, fue la escuela la que le prestó a la televisión su paradigma de comunicación, iluminista y conductista, entre un polo emisor que detenta y trasmite el saber y un polo receptor convocado únicamente a captar el mensaje pedagógico y a reproducirlo de la manera más fiel posible. Consecuencia: el lenguaje de la televisión se subordinó miméticamente a cumplir el viejo rol de ilustrador en imágenes de los contenidos didácticos, lenguaje vigilado

estrechamente por los educadores que desconfían de su polisemia distractora, y desaprovechado tanto estética como narrativamente. Un segundo momento va a permitir a la televisión educativa sacudirse la subordinación mecánica al modelo de comunicación transmisivo– escolar y liberar hasta un cierto punto las posibilidades pedagógico–expresivas propias de ese medio. Ello sucede especialmente en la «educación continuada» de adultos, que al abordar un aprendizaje casi–desescolarizado de oficios y de capacitación en proyectos sociales y de renovación tecnológica posibilitaba la diversificación de enfoques y una mayor especialización del discurso audiovisual.

El momento actual inscribe la televisión educativa en un complejo conjunto de movimientos: de privatización de la mayoría de las cadenas públicas en Europa y América Latina, de concentración creciente del sector de producción de programas y su compra o anexión por parte de grandes conglomerados empresariales, de comunicación unos, y de producción y servicios otros, pero también de expansión y fortalecimiento de los canales locales de televisión comunitaria o municipal, de crecimiento de los productores y redes independientes de video. De ahí que la televisión educativa se pluralice en una multiplicidad de modelos que José Manuel Pérez Tornero ha sistematizado así: una televisión escolar «de enriquecimiento» cuyo objetivo es proporcionar sensibilizaciones, ayudas o refuerzos

al trabajo del maestro en el aula; una televisión de «enseñanza directa» o «a distancia» que sustituye al aula y que, aunque organizada curricularmente en su estructura y contenidos, introduce la autonomía de la televisión como medio de instrucción y formación, instituyendo una permanente interacción con los telealumnos, y una «televisión de contexto» que se inserta explícitamente en la televisión–proyecto cultural, rebasando lo curricular en la diversidad y libertad de sus temas, a la vez que expande su tecnicidad hacia la organización multimedia, experimentando y potenciando al máximo las formas de interactividad, no sólo como estrategia estrictamente pedagógica sino de educación ciudadana, esto es, de participación y expresión de la comunidad y de innovación cultural que busca en la experimentación del lenguaje audiovisual explorar los nuevos modos de ver y oír, de leer y narrar.

5. De los intermediarios a los mediadores

El comunicador que conocemos es, en su mayoría, aquel que vive de la división entre emisores y receptores, productores y consumidores, creadores y públicos. División que con frecuencia es asumida como si formara parte de la naturaleza de la sociedad y no una histórica división social, y de la lógica del mercado. A partir de ese presupuesto el comunicador define su función de interme-

diario, consistente en establecer relaciones entre actores o ámbitos que se afirman separados. Es precisamente en el campo del periodismo y de la animación sociocultural donde esa función devela su más profunda paradoja. El esfuerzo por hacer accesibles las obras de cultura y elevar el nivel de la gente, loables objetivos sin duda, no hacen en la mayoría de los casos sino enmascarar lo que en ese proceso se produce: el subrayado y refuerzo de la separación de unos y otros, y la conversión del comunicador en oficiante de un culto, aquel en que la gracia de la creación artística o cultural puede tocar a los pobres (mortales) consumidores. Sea vulgarizando las grandes obras o elevando la «baja» capacidad de entendimiento de las gentes del común, el periodista acaba siendo el protagonista, ya que es él quien da acceso y oficia los ritos de iniciación. La mejor prueba de que ese es el periodismo que más abunda (y el que más renta) es que la relación de sus lectores o espectadores con las obras –ya sean literarias o pictóricas, escénicas o cinematográficas– sigue fiel a una relación, no de uso, de apropiación y de goce sino de reverencia y culto. Al conservar como únicos criterios de validez la calidad en lo erudito y la autenticidad en lo popular –y no la significación de las prácticas, los procesos de trabajo, los materiales, los sentidos (el ver, el oír, el oler, el tocar) y las sedimentaciones de los saberes que son las técnicas– ese periodismo escapa difícilmente a

la tentación formalista y a su trampa: nos acerca a unas obras que sin embargo se cuida muy bien de mantener alejadas, que el lector o espectador seguirán sintiendo lejanas. La calculada «oscuridad» del discurso que da acceso a la significación de las obras se encarga de mantener vivo su «secreto» y con él su alejamiento.

El intermediario se instala en la división social, y en lugar de trabajar por disolver las barreras que alzan y refuerzan las múltiples formas de la exclusión sociocultural, defiende su oficio: el de establecer una comunicación que mantenga a cada cual en su posición, una comunicación en la que los creadores no vayan a perder su distancia y el público su pasividad. Porque de lo contrario el que peligra es él. ¡Paradójico oficio el de un «comunicador» al que la lógica mercantil acaba convirtiendo en su mejor cómplice, al reducir su tarea a la de empaquetador de productos culturales o lubricador de los circuitos del mercado!

El trabajo del comunicador–mediador parte de hacer explícita la relación entre *diferencia cultural* y *desigualdad social*. No de la reducción de *diferencia* a *desigualdad*, sino de la imposibilidad de pensarlas completamente por separado en nuestra sociedad. Ubicado en esa perspectiva, el comunicador des–cubre que la difusión de una obra o la comprensión del sentido de una práctica no tiene como únicos límites la densidad o complejidad del texto, sino la

situación de la lectura, y la imbricación en ella de factores sociales no puramente culturales. Asumir esa perspectiva no va en modo alguno en detrimento de la especificidad de la información o la promoción cultural, es más bien asumir que esa especificidad no está hecha sólo de diferencias formales sino también de referencias a los mundos de vida y a los modos sociales de uso. La especificidad de lo cultural no se pierde por implicar en la comunicación la asimetría social que ella tiende a ocultar, sino por identificar lo cultural con el espacio-tiempo de lo noticiable, vaciándolo de espesor para hacerlo consumible inocuamente, masticable como chicle, sin necesidad de digestión y asimilación. A diferencia del intermediario, el mediador se sabe socialmente nece-

sario, pero culturalmente problemático, en un oficio ambiguo y hasta contradictorio: trabajar por la abolición de las fronteras y las exclusiones es quitarle piso a su propio oficio, buscar la participación de las mayorías en la cultura es acrecentar el número de los productores, más que de los consumidores... incluido el consumo de sus propios productos.

Mediador será entonces el comunicador que se tome en serio esa palabra, pues *comunicar* –pese a todo lo que afirmen los manuales y los habitantes de la postmodernidad– ha sido y sigue siendo algo más difícil que informar, es hacer posible que unos hombres reconozcan a otros, y ello en «doble sentido»: que les reconozcan el derecho a vivir y pensar diferente, y que se reconozcan como hombres en esa diferencia ■

Procedencia de los textos entretnejidos

- 1980 «La investigación en las facultades de Comunicación: una experiencia y un proyecto», En: *Taller de Comunicación* N° 1, Cali; Signo ?°1, Bogotá.
- 1982 «Retos a la investigación de comunicación en América Latina». En: *Comunicación y cultura* N° 9, México.
- 1985 «De la comunicación a la cultura», En: *Cuadernos del Norte* N° 29, Oviedo.
- 1986 «A cultura mediacao entre política, comunicacao, educacao», En: *Proposta* N° 28, Rio de Janeiro.
- 1987 «Crisis en los estudios de comunicación y sentido de una reforma curricular», En: *Chasqui* N° 13, Quito.
- 1989 «Por unas políticas de comunicación en la cultura», En: *Gaceta de Colcultura* N° 1, Bogotá.
- 1990 «Teoría/investigación/producción en la enseñanza de la comunicación», En: *Dia-logos de la Comunicación* N° 28, Lima.
- 1992 «Enseñanza de la Comunicación; la legitimación de una profesión como campo intelectual», En: *Pedagogía y saberes* N° 3, Bogotá.
- «El oficio del comunicador», En: *Una década de formación de comunicadores sociales*. Montevideo, Universidad Católica del Uruguay.
- 1993 «Nuevos modos de leer». En: *Revista de Crítica cultural* N° 7, Santiago de Chile.
- 1997 «Heredando el futuro. Pensar la educación desde la comunicación», En: *Nómadas* N° 5, Bogotá.
- 1998 «Pistas para entrever medios y mediaciones», En: «Prefacio a la quinta edición» de *De los medios a las mediaciones*. Bogotá, C.A.B.
- 2000 «La formación del campo de Estudios de Comunicación en Colombia». En: F. Leal y G. Rey (edits.), *Discurso y razón. Una historia de las ciencias sociales en Colombia*. Bogotá, Tercer Mundo.