

Martell, Lenin (coord.) (2004). *Hacia la construcción de una Ciencia de la Comunicación en México. Ejercicio reflexivo 1979-2004*. México: AMIC.

Internet en la formación de comunicadores multimedia

Por Caridad García y Mauricio Andión¹

Introducción

La convergencia de la microelectrónica, la informática y las telecomunicaciones dio lugar al desarrollo de Internet como una nueva tecnología de la información y la comunicación (NTIC) (Castells, 1999). El hecho relevante para nosotros es la velocidad con que se integró y consolidó como campo social. En sólo tres décadas —desde 1969, cuando se envió el primer mensaje a través de una red de computadoras—, Internet pasó de ser una novedosa tecnología para uso exclusivo de una élite de tecnólogos, tecnócratas, militares y *hackers* hasta convertirse en un medio de comunicación de uso masivo, y en la actualidad ya es una industria cultural en rápida expansión a nivel global.

La interconexión de millones de computadores entre sí a lo largo y ancho del globo terráqueo, ha creado un espacio llamado cibernético (*cyberspace*) conocido comúnmente como la *RED*. Este espacio se ha poblado de toda clase de seres hipermediados², esto es, seres construidos por sujetos capaces de usar diversos medios para representar su realidad, una realidad virtual por necesidad. La *RED* se ha transformado, en poco tiempo, en un espacio social donde se localizan y transcurren proyecciones simbólicas de agentes y agencias sociales articulados en formatos multimedia.

En esta circunstancia, es común que la noción de Internet se asocie simultáneamente a la tecnología que permite interconectar las computadoras

¹ Profesor investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana, unidad Xochimilco.

² Nos referimos a seres humanos que operan a seres artificiales como las máquinas y los robots, o a seres de naturaleza híbrida como los *cyborgs*. Estos seres se convierten en agentes dentro del sistema social en que se integra a la *RED*. De este hecho se deriva el estudio de la *RED* como campo social y como campo de producción cultural.

entre sí y al espacio comunicativo que se genera entre los diversos seres virtuales o proyecciones de agentes y agencias sociales al intercambiar información. Lo que hay que entender aquí, es que Internet es una nueva tecnología telemática que al aplicarse socialmente deviene en un nuevo medio de comunicación.

La emergencia de Internet como un medio de comunicación a principios de los años noventa ha tenido efectos muy notables en todos los ámbitos de la vida social. La aceleración de los procesos de globalización económica, política y cultural derivados de la intensificación del intercambio de información a través de Internet, han propiciado transformaciones en prácticamente todos los campos sociales, entre ellos los campos de la producción cultural y específicamente en el campo de la comunicación.

La coyuntura actual es similar a la se vivió en la década de los sesenta, cuando la televisión apareció como medio de comunicación masivo erigiéndose como el vehículo principal de la globalización de la cultura. En ese momento, el campo de la comunicación tuvo que asimilar cambios muy profundos en su estructura y reglas de funcionamiento. Las escuelas de ciencias y técnicas de la información y la comunicación comenzaron a aparecer, desplazando a las escuelas de periodismo que hasta ese momento satisfacían la demanda de cuadros para la prensa escrita. Dadas las diferencias en los procesos de producción, distribución y consumo de mensajes, así como las particularidades de los lenguajes audiovisual y escrito, los medios de comunicación electrónica (radio y televisión) comenzaron a requerir profesionales con características distintas al periodista tradicional.

A través de su evolución histórica, desde los años sesenta, la carrera de comunicación ha integrado toda suerte de profesiones, tanto tradicionales como nuevas: el periodista, el relacionista público, el publicista, el productor audiovisual, el diseñador gráfico, el promotor cultural, entre otras. En este proceso de maduración se han condensado por lo menos tres perfiles profesionales: el comunicólogo, el comunicador y el comunicante.

El perfil del comunicólogo esta asociado al campo académico de las ciencias sociales y las humanidades y alude a un estudioso de los procesos de la comunicación humana y social. Su formación implica el conocimiento de materias desprendidas de disciplinas como la sociología, la antropología, la lingüística, la psicología, la semiología, así como el desarrollo de habilidades intelectuales como la investigación teórica y aplicada.

Por otra parte, el comunicador es un tipo de profesional formado para desarrollar estrategias comunicativas que implican tanto el análisis del contexto en que se produce el proceso de intercambio simbólico, como la construcción de mensajes con un sentido determinado, articulados en diversos códigos lingüísticos (vgr. oral, escrito, icónico, audiovisual). Su campo de trabajo se sitúa en todo espacio de interacción social en el que se requiera un mediador que integre y cree comunidades de sentido. De manera que se le puede encontrar ejerciendo su labor tanto en los medios de comunicación (vgr. prensa, radio, televisión, cine) como en comunidades rurales, urbanas o en cualquier otra forma de organización social.

Finalmente, el perfil del comunicante remite al profesional-técnico encargado de plasmar los mensajes, creados generalmente por los comunicadores, en un soporte específico y vehicularlos a través de un medio determinado. En esta categoría están incluidos los diseñadores, redactores, fotógrafos, camarógrafos, los programadores y las diversas clases de técnicos que laboran en las industrias culturales o se integran al proceso productivo y al campo profesional como agentes libres.

La consolidación de Internet como medio de comunicación primero, y ahora como industria cultural de alcance global, está transformando las condiciones de existencia del campo de la comunicación y, por tanto, cambiando las necesidades formativas de los profesionales de la comunicación. Las escuelas de comunicación no sólo se están viendo presionadas para renovar su equipo tecnológico de acuerdo a las exigencias del paradigma digital, sino que están a obligadas a desarrollar su oferta curricular en razón de las nuevas condiciones en

que funciona el campo profesional de la comunicación en la sociedad de las redes.

En este contexto, Internet aparece como un nuevo mercado de trabajo para los comunicadores que sean capaces de utilizar esta tecnología telemática en toda su potencialidad mediática. Para las escuelas de comunicación la exigencia ahora es formar un nuevo tipo de profesionales de la comunicación que cumplan una función integradora en el espacio cibernético formando comunidades de sentido.

A lo largo de este texto se analizarán las características específicas de Internet como espacio de intercambio simbólico y como un nuevo medio de comunicación con un lenguaje propio y de uso masivo. Posteriormente, con base en este análisis se realizará una revisión de las implicaciones que esto tiene para las escuelas profesionales de comunicación (EPC) en su labor de preparar comunicadores “multimedia” con los conocimientos y habilidades que les permitan adaptarse a las condiciones económicas, sociales y culturales que impone el *mundo globalizado*.³

1. La internet, medio de comunicación innovador

La palabra *Internet* puede general muy distintas ideas: una basta fuente de información en todos los terrenos del conocimiento humano; el escaparate de anuncios publicitarios; medio de comunicación de noticias e información periodística; salón de encuentros virtuales y de charla; plataforma de comunicación informal e incluso personal; aula didáctica y académica; terreno de discusión; salón de juegos... e incluso para quienes no la tengan a su alcance, significa exclusión.

Todos, con posibilidades o no, reconocemos en la Internet un fenómeno tecnológico que, para bien o para mal, ha venido a cambiar nuestra manera de hacer muchas cosas y de pensar el mundo. Esta reflexión no es para inclinar la

³ Se refiere a el espacio social interconectado por la RED, la TV y demás medios de comunicación en el planeta Tierra.

balanza hacia los tecnólogos ni tampoco hacia los *neoludditas*,⁴ sino simplemente para observar el papel que desempeña en tanto medio de comunicación, puesto que la Internet únicamente es una herramienta en torno a la cual se gestan múltiples gamas de acontecimientos sociales, entre los cuales interesa particularmente la formación académica que las universidades mexicanas están ofreciendo a sus alumnos de la carrera de comunicación.

Como mero instrumento tecnológico, la invención de la computadora puede considerarse como significativamente nuevo a pesar de lo que opinen negativamente los *neoludditas* sobre si nuestras vidas han sido radicalmente afectadas.⁵ Desde el punto de vista meramente técnico, un gran número de actividades humanas cotidianas están relacionadas con la computadora, con un sistema digitalizado o con una red informacional, tales como ir al banco, sacar dinero del cajero, activar el motor de un auto, el cobro de nóminas y pensiones, pago de servicios, el encendido, apagado y programación de aparatos electrónicos, sólo por mencionar algunos ejemplos.

En este sentido, la invención de la computadora personal y de la Internet han dado origen a un sinnúmero de invenciones y descubrimientos paralelos, entre los más importantes figuran el genoma humano, en la genética y la biología, y la inteligencia artificial, en la robótica y la ingeniería.

Aunque también es difícil coincidir con el enfoque tecnofílico, dado que considera que la resolución de los problemas tecnológicos es lo único y lo más importante, colocando al medio por encima del objetivo para el cual sirve. Además, la *ideología de la tecnología* —como la llama Graham (2001)— parte del supuesto de que lo mejor, lo único a considerar son los últimos inventos

⁴ El término surge a propósito de Ned Ludd quien junto a sus seguidores se dieron a la tarea de destruir la maquinaria en las fábricas de Yorkshire y Nottinghamshire, pues consideraban que ponían en peligro sus trabajos. El resultado de sus actos fue la persecución y la muerte en la horca. A partir de este hecho histórico, se le ha dado el nombre de *ludditas* a aquellos que se oponen tajantemente —y un tanto en vano— a la innovación tecnológica (Graham, 2001).

⁵ Parte de esta visión la comparten autores como por ejemplo, Neil Postman en su libro *Tecnópolis: la rendición de la cultura a la tecnología* y Dominique Wolton en su obra *Internet ¿y después?* Ambos investigadores en comunicación consideran que se ha sobreestimado el valor de la Internet como medio de comunicación e incluso han desarrollado reflexiones teóricas sobre este perfil.

tecnológicos, de tal forma que, incluso, el mundo puede ser controlado por la innovación en este terreno (Graham, 2001; Fernández Hermana, 2000).

Ante esta ideología, la principal crítica esgrimida es que la tecnología no es neutra, al servicio de determinados fines. Ignorar o desechar las consideraciones éticas que debieran acompañar el avance y la instrumentación tecnológica equivale a someter la validez del trabajo y la creatividad humana a un último plano, negando las posibilidades del quehacer humano más allá de la tecnología (Graham, 2001).

Sin embargo, en torno a los últimos adelantos tecnológicos, particularmente en el caso de Internet, se han generado complejos procesos sociales y culturales, nunca antes considerados en el espectro de la ciencia de la comunicación.

La *ideología de la tecnología* fue el enfoque que prevaleció en los orígenes de Internet puesto que los ingenieros en computación y desarrolladores de sistemas informáticos fueron quienes inicialmente entraron en contacto con el avance tecnológico y, desde sus específicos campos de conocimiento, dieron explicación al desenfrenado desarrollo. Sin duda, estos abordajes sobre las nuevas tecnologías fueron los primeros y los dominantes. Baste mencionar otro de los aspectos ideológicos de este enfoque: aquellos países que no logren incorporarse a esta carrera, quedarán prácticamente excluidos de la economía mundial globalizada. De aquí la importante inversión que han realizado varios países del mundo en este rubro, (Castells, 1999) aunque esto implique en diversas ocasiones, para actividades simples, el uso de la más sofisticada tecnología.

A este respecto, Graham señala que

[...] los tecnófilos tienden a creer que el último aparato es el más eficiente, pero al creerlo asumen que el valor de cualquier porción de tecnología se deriva totalmente del propósito que sirve; si dicha nueva tecnología sirve a tal propósito mejor que la anterior a la que amenaza con reemplazar, entonces es bienvenida... (Ídem: 24)

No ha habido invento tecnológico el cual en su momento no haya sido colocado en el banquillo de los acusados por atribuírseles características que rebasaran los beneficios que efectivamente podrían proporcionar. En el caso de los medios de comunicación, la televisión es un ejemplo contundente. Su expansión y desarrollo ha logrado abarcar un terreno antes inimaginable en información y entretenimiento que sin duda alguna, cambió la manera de concebir el mundo: en cuestión de segundos el once de septiembre de 2001, millones de televidentes alrededor del mundo recibimos la imagen del avionazo a la primera Torre Gemela en Nueva York y en transmisión directa hubo otros tantos que presenciaron el segundo impacto en la segunda torre y su desplome. La señal de televisión permitió millones de espectadores ser testigos de principio a fin, en una secuencia continua sin corte alguno, del acto terrorista más impactante en la historia moderna.

Sin embargo, este tipo de ejemplos donde el receptor y la información entran en contacto directo, no se da todos los días. Por el contrario, la mayor parte de los contenidos informativos transmitidos por televisión, ha adquirido tintes teatrales, desde el comentario al margen del conductor-actor, el formato-género en que es concebida la información, hasta el efecto-edición como es procesada.

Ahora, por su parte, la Internet, como medio de comunicación, puede ser considerada como significativamente innovadora. Independientemente de su popularidad y amplia difusión —aunque todavía no suficiente⁶— ha establecido una relación directa entre las necesidades humanas y el poder de elección. Lleva consigo el carácter interactivo del que carecen otros medios y por ende, la capacidad potencial de influir en los acontecimientos sociales y políticos.

En el intercambio de información entre usuarios, se crean ámbitos de interacción simbólica donde las conversaciones e interacciones responden a las

⁶ Como se recordará a la televisión también le tomó años lograr el lugar que ahora goza. Inicialmente fue considerada un objeto de lujo al cual sólo las familias adineradas tenían acceso y podían exhibir suntuosamente en la sala de la casa.

reglas de un mercado social determinado. El resultado son comunidades virtuales que en algún tiempo podrían dar origen a sociedades organizadas por intereses comunes y con una actitud propia. Se trata pues, de un espacio social en constante transformación y construcción. Los usuarios cada día se suman a la lógica de interacción en el espacio cibernético con otras personas con la idea de retroalimentarse; es decir, se ponen en contacto “formas de interacción social entre sujetos <<hipermediados>>, los cuales son sujetos reales, en tanto que una máquina computadora presupone siempre un operador humano. Pero al mismo tiempo, dichos operadores están “hipermediados” por la tecnología digital y en esta medida devienen seres virtuales” (Andión, 1997: 10).

Ciertamente la Internet ha presentado limitaciones por el gran esfuerzo e inversión que se requiere para incorporar a las masas a la red. A semejanza de cómo sucedió con la prensa, la radio, el cine y la televisión, se piensa que paulatinamente este medio de comunicación logrará desarrollarse y difundirse como instrumento característico de la época moderna.

Indudablemente la Internet se ha impuesto como espacio público donde se realizan gran cantidad de interacciones entre personas hipermediadas quienes paulatinamente han ido conformando un campo estructurado por agentes ubicados geográficamente en cualquier parte del planeta desde donde “recrean su cultura y se transforman en virtuales agentes comunicativos que actúan y habitan la red” (Andión, 1997: 13).

Todas estas creaciones, para reproducirse, requieren de alimento y organización, de otro modo podrían condenarse a la desaparición. Es justamente aquí donde se abre una brecha de oportunidades para el *comunicador multimediático* como desarrollador, organizador, productor, orientador de la información y de los *entes informativos* en busca de que los esfuerzos invertidos produzcan beneficios o generen recursos, por lo tanto, resulta indispensable reflexionar sobre la relación de la comunicación y especialmente del comunicador con lo que representa y significa la red de redes, la Internet.

2. La Internet entre los comunicadores y la comunicación

En el debate entre tecnófilos y *neoluditas*, ambos desde posiciones contrarias radicales, se abre un abanico de reflexiones y matices a considerar. Mientras las posiciones teóricas y académicas discuten en busca de un mejor y más completo acercamiento, el campo de la comunicación ha ido adquiriendo una nueva configuración, donde el profesional ha tenido que poner en práctica su capacidad integradora para conectar saberes y generar un nuevo contexto donde la Internet.

En efecto red de redes ha modificado y ampliado la visión sobre posibilidades de comunicación, pero al mismo tiempo, invariablemente, surgen ideas y sentimientos contradictorios sobre tal diversidad: por un lado, es producto de la más alta modernización de la tecnología de la información y de las implicaciones culturales que esto ha significado. Pero por otra parte, hemos sido testigos del manejo y deformación informativa. La práctica de la comunicación se percibe como

[...] espacio catalizador de grandes esperanzas y temores. De ahí que la comunicación 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 [...] o entre los más aguerridos críticos de la manipulación y la alineación ideológica a nombre de los intereses de las mayorías y los defensores del elitismo y el paternalismo más rancio... (Martín-Barbero, 2000 a: 6).

En el afán de reproducción de una cultura dominante legitimada, los medios de comunicación han jugado un papel determinante en la producción y distribución de la cultura. En esta tarea, los comunicadores han rebasado los límites que tradicionalmente imponían los géneros mediante la estructura y el

lenguaje con el propósito de darle orden a la información, en su necesidad por representar la *trama narrativa, escenográfica y gestual* (Martín-Barbero, 2000 a). La forma de decir información cobra inusitada importancia frente al contenido, donde lo que prevalece es el tratamiento y la capacidad argumentativa.

La Internet ofrece posibilidades creativas amplias y diversas; su vínculo comunicacional con los usuarios es mucho más personal e interactivo, por lo tanto, la noción de público adquiere una dimensión distinta a la de los medios tradicionales; la oferta del medio no puede centrarse exclusivamente en la información, sino en la elección racional de la misma, en la orientación del usuario entre los bancos de datos, en la facilidad de búsqueda...

Sigue predominando la guerra contra el tiempo y el empleo del más novedoso soporte técnico capaz de empaquetar y distribuir la información: escasa innovación para exceso de red (Fernández Hermana, 2000 b). La cuestión es que la Internet no ofrece el mismo tipo de información que los medios de divulgación o especializados temáticamente; tampoco los usuarios esperan de la red lo mismo que de los medios masivos tradicionales. Cuestionable ha sido la inversión de las empresas y de los comunicadores en indagar qué necesitan los usuarios y cómo podrían participar en el proceso de generación del conocimiento, pues no puede olvidarse que entre las características de este medio se encuentra la invaluable posibilidad de construir conjuntamente. En la distribución de los mensajes, está la edificación retroalimentadora de los usuarios, quienes desde sus respectivas individualidades son capaces de aportar, generando mensajes a través de los cuales hacen comunidad (Fernández Hermana, 2000 a; Marques de Melo, 2001).

Un ejemplo, es la radio. A través de la red, los jóvenes usuarios han ido generando una nueva manera de hacer radio. Seguramente dista mucho de lo que tradicionalmente hemos entendido por este medio, pero probablemente refleja de mejor manera sus necesidades como grupo.

Es tiempo de que los comunicadores entren al medio para darle estructura y sentido comunicativo a los mensajes de las diferentes áreas de conocimiento,

de la actividad social, de necesidades organizativas, todos en busca de medios para expresar sus demandas y que aún no han sido capaces de hacerlo mediante la Internet.

Ésta no será una tarea que vayan a emprender las grandes corporaciones, se han concentrado en el seguimiento de información cotidiana y general. Se despliegan grandes esfuerzos humanos y económicos en la búsqueda de información sobre el diario acontecer y se desprotegen áreas informativas más específicas o sectoriales que quedan excluidas de sus políticas editoriales. Encuentran grandes problemas estructurales para abastecer a universos específicos (Hinojosa en Fernández Hermana, 2000 b). Al respecto, el periodista español Fernández Hermana señala que “hay un umbral de masificación que no pueden traspasar so pena de perder dinero a espuestas,⁷ además, de lo que ello supone como lo que ahora se llama *cambio del modelo de negocio*”.

En relación con la pertinencia del *comunicador multimediático* —pensando particularmente en la Internet— vale la pena retomar lo señalado antes cuando se distinguió al comunicador del comunicante. Se dijo que el comunicador es un profesional con la habilidad de producir bienes simbólicos a través de los cuales pueda reflejar su cultura. Es un productor-creador en el más amplio sentido de la palabra, y para ello combina multiplicidad de elementos lingüísticos, materiales y tecnológicos en la generación mensajes, pues se asume como la persona responsable de todo el proceso, desde la concepción del mensaje, su producción —incluyendo el diseño—, su distribución y el seguimiento de las retroalimentaciones para darle continuidad.

El comunicador debe asumirse como un intérprete de los acontecimientos sociales y, en el caso de la Internet, de las necesidades de los públicos que ahí convergen; de las posibilidades expresivas del medio; de los intereses ocultos, de tal forma que logre articular los elementos necesarios con el propósito de dar sentido a lo ignorado por las grandes corporaciones: la inmensa variedad de identidades, pequeños grupos mucho más sintomáticos y significativos,

⁷ << ... a montones, en abundancia...>> (Diccionario de la Lengua Española, 2001: 984).

culturalmente hablando, que las grandes masas (Martín-Barbero, 2001 b; Marques de Melo, 2001).

Para el *comunicador multimediático* no sólo debe ser importante distribuir la información de acuerdo a una concepción más precisa del público al que se dirige, del medio utilizado para llegar a éste y del contexto en el que toda expresión cultural se ubica, sino además, debe dominar y manejar nuevos y diferentes lenguajes, encontrar estrategias para darle el tratamiento que requiere de acuerdo a la situación que plantea la comunicación digital: “un traslado del poder de decisión hacia comunidades organizadas que no se corresponden, ni sociológicamente, ni en el contenido de sus intereses, ni siquiera en su constancia informativa, con la población de lectores que todavía sostienen a los medios tradicionales” (Fernández Hermana, 2000 b).

Se trata, entonces, de un espacio de confrontación y en vez de abordar superficialmente sus asuntos, subestimar su importancia como el juego infinito de *imágenes cruzadas*, mediante la contraposición y el enfrentamiento de formas de percibir el mundo, debe gestarse la posibilidad de comprensión de puntos de vista antagónicos, igualmente fundados en la razón social. En esta labor será obligatorio abordar lugares complejos, conflictivos y que también son difíciles de reflexionar, describir, abordar, para superar las imágenes simplistas y tendenciosas hasta ahora características de las empresas de comunicación masiva. En su lugar debe concebirse

[...] una representación compleja y múltiple, fundada en la expresión de las mismas realidades en discursos diferentes, a veces irreconciliables [...] abandonar el punto de vista único, central, dominante —en síntesis, casi divino— en el que se sitúa gustoso el observador y —también su lector (al menos, mientras no se sienta involucrado)— en beneficio de la pluralidad de puntos de vista coexistentes y a veces directamente rivales (Bourdieu, 1999: 9).

La dimensión de público a la que se ha hecho referencia, se resume en palabras de Wolton (2000) cuando señala que la red ha hecho más evidentes las

diferencias entre los individuos de la sociedad global. Esto supone una reflexión ética de profundidad, y aunque no es el propósito de este trabajo, cabe señalar que gira en torno al reconocimiento por parte de los comunicadores sobre la necesidad de no repetir los mismos errores, ni ejercer la práctica bajo los mismos criterios éticos predominantes en los medios tradicionales. Baste señalar que los medios masivos no poseen un público con el que puedan negociar sus lineamientos de conducta, mientras que por la Internet, la audiencia puede ser reconocible. Por lo tanto, el principio de donde deben partir los comunicadores es: el público puede construir conjuntamente sistemas informativos; al tiempo es consumidor y productor de información.

De acuerdo con De Kerckhove, la principal característica de la interactividad es que la forma de adquirir el contenido, es dada por el usuario, y en este sentido, hace referencia a Marshall Mc Luhan cuando señaló que “si el medio es el mensaje, entonces el usuario es en realidad, el contenido” (De Kerckhove, 1999: 43). En la Internet, como en ningún otro medio, el usuario le da forma al mensaje con sólo conectarse con el medio. A esto De Kerckhove le llama *prosumidor* y para poder subsistir y expresarse, requiere que el medio lo considere así, como parte del contenido. Así, emisores y receptores, en cualquier comunicación por red, son los principales alimentadores y arquitectos del contenido, por lo tanto, son el contenido real de la comunicación. (Ídem)

En estos términos, además de los matices que cobra el proceso de comunicación, el compromiso ético adquiere diferentes visos, pues en el proceso participan tanto el comunicador como el público y entre ambos debe erigirse un mutuo compromiso.

La interactividad en la Internet

La comunión entre comunicadores y público, es el resultado de la denominada interactividad, la cual aún no ha sido desarrollada tecnológicamente lo suficiente como para que se logre confinar en la intimidad de la mente de los usuarios. Únicamente se ha quedado en el nivel sensorial de lo que ocurre en la

pantalla, sumando movimiento y color en busca de elaboración de significados. La tendencia de los especialistas en tecnología justamente se dirige hacia la búsqueda de los dispositivos facilitadores de dicha interactividad y seguramente pronto veremos avances al respecto.

Aparte, la televisión lleva ventaja con su capacidad de evocar respuestas multisensoriales que animan al cuerpo a la acción. El manejo de imagen en televisión es mucho más cuidadoso que lo que rudimentariamente logramos visualizar en la pantalla del ordenador: movimientos de cámara, niveles variados en el sonido, efectos visuales, edición, manejo de color e iluminación. Lo que sucede en la televisión alude a la vida real, por lo tanto, las reacciones de los receptores responden en congruencia con su propia experiencia afectiva-emocional. Sin embargo, esto no es propiamente interactividad, sino interpretación (De Kerckhove, 1999). Aun así, la televisión no dejará de ser el medio de comunicación masiva predominante para muchas generaciones más, pues la transmisión de experiencia y valores compartidos por la sociedad, son el centro de su éxito.

Uno de los elementos fundamentales de la interactividad, tal y como lo conocemos hasta ahora, es el usuario, quien le ha dado fondo y forma a la Internet, apropiándose del acceso no lineal, de la elección de programas y asumiendo incluso la responsabilidad de suministrar contenidos. “En otras palabras, el mensaje de cualquier medio puede considerarse como la manera en que éste modela al usuario simplemente cuando le impele a conectarse con el medio” (De Kerckhove, 1999: 44). El usuario se ha desarrollado como un experto en diseño de herramientas, de parámetros y de las condiciones en las cuales se ha dado la comunicación por la Internet, como se ha visto se le concibe como un *prosumidor* configurador del contenido y quien incluso, puede participar directamente en la producción del mensaje.

En estos términos el *comunicador multimediático* debe partir de la idea de un receptor activo, quien participa con determinado interés; puede ser un experto en tecnología y posiblemente es parte de un contexto cultural distinto al suyo,

elementos determinantes de la concepción, producción y distribución de los mensajes. Sin embargo, la distinción principal entre el usuario experto y el *comunicador multimediático* es que este último percibe al espacio cibernético como un espacio de interacción simbólica social que crece y se desarrolla diariamente, pues está en constante edificación.

El *comunicador multimediático* es un intérprete de toda la información y de la integración simbólica que se expresa en la Internet y a los cuales los aborda como manifestaciones culturales y sociológicas. En la labor de interpretación el *comunicador multimediático* debe poner en acción una serie de habilidades relacionadas con la reflexión sobre estructuras de poder insertas en el espacio social donde se llevan a cabo los procesos de producción: sobre dinámicas culturales; sobre gramáticas discursivas; sobre investigación como elemento de experimentación social y sobre ética como origen y fundamento de su acción social. Mientras tanto, el usuario experto se limita a concebir al espacio cibernético como un entramado de redes de computadoras interconectadas, y aun cuando sabe que hay seres humanos del otro lado que ponen en juego su ejercicio de la libertad, la democracia y su derecho a formar parte activa de la circulación y construcción de procesos de comunicación, no logra dimensionar todos los elementos que ahí convergen.

A diferencia de las grandes corporaciones que sólo han visto en Internet un canal más de distribución que se opera mecánicamente, el *comunicador multimediático* debe percibir que entre su receptor y la computadora se ha generado un lazo⁸ —investigado por los estudiosos desde diferentes ángulos como el emocional, el social, el biológico y el tecnológico, por ejemplo— donde puede ubicarse el epicentro de la interactividad y el surgimiento de la inteligencia colectiva organizada, estructurada y lógica.

⁸ Rifkin y Turkle lo consideran biológico y De Kerckhove lo define como biotecnológico. Evité hacer referencia a estos autores para no caer en las connotaciones semánticas e incluso culturales de ambos términos. Pero tampoco coincido con el enfoque crítico como el de Wolton que considera que no existe vínculo alguno porque ni siquiera cree que se establezca un proceso de comunicación, visión que a mi juicio, subestima el papel que puede venir a jugar la Internet en unos años.

La interactividad es elemento fundamental de este medio, puesto que ha dado origen a una vasta cantidad de formas expresivas, producto de la posibilidad del usuario para conectarse y actuar sobre el contenido y el propio medio. Así vemos, por ejemplo, las manifestaciones artísticas que, en el contexto de la Internet, han adoptado como función primordial ir más allá de lo estético e interpretar la psicología de la realidad, de tal modo que pueda reflexionarse sobre el rol y consecuencias de las innovaciones tecnológicas: coloca al cuerpo y la mente del sujeto en relación con el entorno.

Otro ejemplo lo representan los videojuegos con sus formas y complejidades insospechadas, desde los puramente recreativos hasta los enfocados a la educación, donde los usuarios pueden realizar funciones sociales y biológicas distintas. Actualmente los niños y los jóvenes, que tienen contacto con la computadora, son capaces de jugar, comunicarse, cumplir con sus deberes escolares, realizar actividades artísticas, musicales o simplemente emplearla para la búsqueda de información —en muchos casos, incluso, sin instrucción alguna— (De Kerckhove, 1999).

En el arte interactivo como en los videojuegos, el aspecto sensomotriz es un elemento ampliamente desarrollado, son capaces de estimular sensaciones y constantemente se encuentran en busca de nuevas combinaciones que el usuario comprende como nuevos lenguajes expresivos en distintas dimensiones de la experiencia humana.

Todas las extensiones tecnológicas que los seres humanos agregamos a nuestras vidas requieren someterse a un proceso de integración en el cual nos vamos condicionando para enfrentar un determinado tipo de experiencia. Así nos ejercitamos hasta que somos capaces de coordinar información, sensaciones, semiosis y procesos de contextualización de datos para dar sentido y lógica a todo cuanto nos rodea y a nuestro papel en ese(esos) escenario(s). Buscamos las condiciones para encontrar imágenes, sonidos y palabras que logren representar cualquier situación vivida. Para los niños y los jóvenes que han crecido a la par de la computadora, el proceso de integración —o también podría llamarse de

alfabetización— se ha dado más fluidamente, incorporando los múltiples lenguajes en su experiencia cotidiana con la tecnología.

La inteligencia colectiva en el campo de la *comunicación multimediática*

Como resultado de lo que hasta ahora se visualiza como *comunicador multimediático*, indudablemente su papel es y será fundamental en la construcción de inteligencias colectivas. Es importante entender que las potencialidades de la inteligencia dan orden y sentido a un cúmulo de información, emociones, encuentros y desencuentros permitidos, en este caso, por la Internet.

Pierre Lévy (1998) indica que la inteligencia colectiva parte del principio básico que *todo el mundo sabe algo*, pues de alguna manera la mayoría de los sistemas sociales han pretendido responder a proyectos de democratización de la educación y —cuando menos— de la información. Incluso, desde la perspectiva adoptada en este trabajo, el sistema educativo opera como “mecanismo reproductor de relaciones de fuerza que se dan al interior y que son reflejo de las relaciones de fuerza que se dan en el espacio social donde los medios tecnológicos están jugando un rol importante”.⁹ Las corporaciones de la comunicación, en su andar por la Internet, pretenden perpetuar el juego¹⁰ dominante de control y validación de la información, consolidado en los medios de comunicación masiva, campo donde ellos se erigen como agentes en el poder.

⁹ Ver capítulo II, apartado 2 bajo el título de *La cultura tecnológica como arbitrario cultural*.

¹⁰ Entiéndase el término el sentido de Bourdieu: “Producto de la experiencia del juego, de las estructuras objetivas del espacio del juego, por tanto, el sentido del juego es lo que hace que el juego tenga un sentido subjetivo, es decir, una significación y una razón de ser, pero también una dirección, una orientación, un porvenir para aquellos que participan en él y que reconocen ahí de ese modo sus sentidos de juego” (Bourdieu, 1991 b: 113).

Esto implica que son estas grandes empresas las que están imponiendo las reglas del juego y son quienes nuevamente definirán la configuración del campo, a menos que el *comunicador multimediático* —y por ende las escuelas de comunicación— abran espacios de comunicación comunitaria por red. Por lo pronto, los agentes dominantes han importado a la Internet, su manera de operar y concebir *la comunicación*, prolongando su rol como “*mercaderes del saber* que se introducen en las filas de los multimedia y de las autopistas de la información. Estos siempre pueden pretender que ofrecen un mejor acceso, más fácil, más libre, más lúdico y complaciente y complacerse en los fallos de los servicios públicos de enseñanza” (Lévy, 1998:102). Sin embargo, lo que hasta ahora han logrado “aportar” a la red, son versiones novedosas de lo que representa convencionalmente la carátula de una revista o los formatos rutinarios de un noticiario.

El riesgo que esto significa —de acuerdo con Bourdieu— es la imposición de un *arbitrario cultural* mediante el cual el sistema encuentre nuevos caminos hacia su reproducción. En esta dirección, la red de redes perdería su sentido original de búsqueda de la democracia. Varios son los ejemplos de confrontación de opiniones que se han suscitado por la red a raíz de políticas gubernamentales.

En México, por ejemplo, en el espacio virtual se ventilaron acciones emprendidas por la Presidencia de la República, en el dispendio del presupuesto (como fue el caso de la compra de un juego de toallas con un valor excesivo) cuando en sexenios anteriores al de Vicente Fox, eran asuntos que se manejaban exclusivamente como rumor o sospecha y sin la posibilidad de inconformarse directa y abiertamente, tal y como lo permite el uso de la Internet.

En el caso de los Estados Unidos, ha sido su política exterior la que en numerosas ocasiones ha sido motivo de profunda controversia. En los debates por Internet tiene el mismo valor la postura de una institución internacional, la de un gobierno que la de una modesta comunidad. Los documentos de todas las posiciones tienen la posibilidad de viajar por red simultáneamente, llegar a todos los rincones del planeta y provocar reacciones inmediatas en respuesta.

Por lo tanto, la inteligencia colectiva debe entenderse como un espacio común donde se pongan en juego los saberes previamente adquiridos; donde se promueva el aprendizaje cooperativo; donde se desarrollen nuevas habilidades gramaticales y tecnológicas; donde se desarrolle el intercambio y la retroalimentación argumentada, es decir, el acceso al saber de todos, donde se geste una nueva forma de relación social,¹¹

[...] cada ser humano es para los demás una fuente de conocimientos. *Cuanto más lejos de mí estás, más cosas puedes enseñarme.* La inteligencia colectiva no es, por tanto, la fusión de las inteligencias individuales en una especie de magma comunitario sino, por el contrario, la valoración e impulso mutuo de las particularidades de cada uno[...] Una sociedad <inteligente por doquier> será siempre más eficaz y vigorosa que una sociedad inteligentemente dirigida, y esto vale a cualquier escala... (Lévy, 1998: 103).

Se subraya la palabra *argumentada*, porque ahí es donde juega su rol protagónico el *comunicador multimediático*. Las implicaciones que esto tiene afectan no sólo su desempeño profesional y la posibilidad de simplemente incursionar en un nuevo medio, sino que es estratégico ya que participará en la edificación del campo de la práctica comunicacional que plantea el mundo en red, con sus características y circunstancias, con sus virtudes y limitaciones; microcosmos con cierta autonomía, donde se darán relaciones objetivas conformadoras de lo que dará sentido a este tipo de comunicación en particular, de acuerdo a necesidades específicas.

La propuesta del *comunicador multimediático* es con la intención de apostarle al juego, de invertir en él, sin dejarse atrapar por la creencia en una sola forma de hacer comunicación, que justamente responde a lo que han venido haciendo las grandes corporaciones de medios. Competir en este nivel, dejaría a los *comunicadores multimediáticos* fuera del campo, pues estas empresas

¹¹ O lo que Derrick De Kerckhove aborda como *conectividad* cuando hace la diferencia entre operaciones mentales privadas y en conexión. Señala que la red es “el arte del pensamiento conectado” (De Kerckhove, 1999: 182).

siempre tendrán en sus manos cartas maestras que pondrán sobre la mesa, de acuerdo a la situación, como capital económico, cultural, social, político, simbólico...

En la formación académica de comunicadores, las instituciones de educación superior están obligadas a otorgar el capital cultural necesario para que sean capaces de poner en juego sus estrategias para realizar jugadas arriesgadas y así lograr posiciones en el espacio de juego,¹² de modificar en lo necesario las reglas del juego o cambiarle el valor a la posesión de determinado capital, predominante sobre los otros, como sucede, por ejemplo, con el económico que en muchas ocasiones somete al capital cultural y al capital simbólico a sus intereses (Bourdieu, 1991 b).

En conclusión, los comunicadores deben asumir que ante la Internet la práctica profesional se mueve en un espacio distinto, con características variadas y cambiantes. Esto implica modificar la concepción, no solo del proceso de comunicación, sino de sociedad, de comunidad, de inteligencia, de identidad...

A los esquemas que tradicionalmente aprenden los estudiantes en las escuelas de comunicación, hay que agregarles elementos, explicaciones, dinámicas¹³ nunca antes imaginadas que posibiliten el rompimiento de estructuras que, en el caso de la Internet, no sólo no funcionan, sino además desaprovechan las posibilidades de este medio.

Evidentemente la tecnología en sí misma no es comunicación, pero sí todo aquello que implica navegar por la supercarretera de la información; lo que los usuarios de la red han hecho de ella; las relaciones objetivas entre agentes que han dado forma a un campo comunicativo específico; su relación directa con un

¹² Hay que considerar que dependiendo del tipo y densidad del capital será la posición que se pueda ocupar en el campo.

¹³ Un ejemplo: El proceso de investigación en el espacio virtual. Con el objetivo que los alumnos incorporen los conocimientos que han adquirido en técnicas y metodología de la investigación sobre un tema de su interés, en el espacio virtual. Los alumnos eligen la temática de su interés y desarrollan una investigación conjunta. Todo el proceso se realizará a través de la internet, incluyendo la comunicación entre ellos y con el profesor, la entrega de productos parciales y el producto final que deberá reflejarse en un hipertexto que, dependiendo del nivel de estudios de los alumnos, podrá ser más o menos elaborada, o publicada en alguna revista especializada electrónica.

sistema económico dominante, el cual pretende imponer la globalización de prácticamente toda acción humana, incluyendo la manera de hacer guerra...

También la Internet ha sido un vehículo para apreciar otro ángulo sobre la realidad del mundo social. Lo virtual es otra extensión que contribuye a mirar los acontecimientos en este planeta mediante conflictos, contraposiciones, contradicciones, sufrimientos, choque de intereses, identidades, etnias, grupos ideológicos y generaciones, que hacen de la cohabitación en el espacio por red el medio para “favorecer la lucidez interesada y parcial de la polémica”. (Bourdieu, 1999:10)

El *comunicador multimediático* tiene la oportunidad de entrar en contacto directo con mundos alternativos sociales a través de la experiencia de navegar por la red, por los microcosmos sociales que representan los pequeños universos que ahí se reúnen y manifiestan. No importa cómo sean dichas expresiones, el *comunicador multimediático* debe estar preparado para observarlas cuidadosamente, comprenderlas y ubicarlas dentro de un orden social, asignándoles una representación dentro del mapa donde todos tenemos lugar, no sólo las grandes corporaciones multimediáticas.

El hipertexto: un nuevo alfabeto, otro tipo de lectura

El hipertexto resulta un elemento clave pues representa el acceso a la manera de concebir el mundo informatizado digitalmente conocido hasta ahora. Para los estudiantes de comunicación el hipertexto es parte de su material de trabajo, a través de él podrán articular una serie de esfuerzos de concepción, producción y distribución de mensajes de acuerdo a necesidades e intereses específicos. Por lo tanto, el *comunicador multimediático* debe comprender y dominar la sintaxis y la semántica del hipertexto, partiendo del hecho que no puede leerse en el orden y con la estructura de un texto escrito.

La superposición de ventanas que en apertura y cierre mediante ligas, son el resultado de una mente hiperactiva, la de Ted Nelson, quien manifiesta imposibilidad para mantener la concentración por momentos prolongados —idea asociada a la televisión— y a la que se acusa regularmente por los problemas que actualmente tienen los niños con la lectura. Nelson generó un programa informático llamado *Xanadu*, el cual tenía como propósito continuar con las líneas divergentes de su pensamiento y escritura, creando así un concepto de escritura ramificada, no-lineal, a la que llamó en 1965, hipertexto, describiéndolo como escritura no secuencial con vínculos bajo el control del lector”¹⁴ (Nelson citado por De Kerckhove, 1999: 12).

Hoy en día el hipertexto se asocia a cualquier texto almacenado digitalmente, se activa con sólo hacer *clic* en una oración o palabra subrayada y, tras de sí, lleva programada una dirección electrónica que conecta con otro texto asociado, ya sea en la misma base de datos o en alguna otra a la que se tenga enlace en red. Esto quiere decir que el hipertexto jamás adopta el modelo de un escrito acabado, pues tiene la ventaja poder abarcar una gran cantidad de información sobre el tema, dando la impresión de infinito, ya que el ámbito de búsqueda puede ser el mundo entero (Murad, 2001).

La característica de hipertextualidad permite tratar a la Internet como una extensión de la mente humana, logrando que cada memoria se convierta en la extensión de cualquier persona conectada, lográndose un gran mosaico donde es posible combinar imágenes, gráficas, sonido, texto y movimiento.¹⁵

De acuerdo con Pierre Lévy (1999), la estructura del hipertexto se construye con base en seis principios articulados entre sí:

¹⁴ Se llama HTML al lenguaje que se emplea para la programación y que por sus siglas en inglés significa *Hypertext Markup Language* (De Kerckhove, 1999).

¹⁵ Aunque ya se ha hablado de los inconvenientes que actualmente tiene la tecnología para agilizar el uso de ciertas aplicaciones que son las que permiten al hipertexto lograr dinamismo. Aún así, se considera que al ritmo que viene desarrollándose la tecnología, estos problemas serán superados en un corto tiempo.

1. *Metamorfosis*: es el constante cambio que sufre la composición, extensión y configuración del hipertexto, debido a la condición de apertura que presenta la Internet.
2. *Heterogeneidad*: es decir, la integración por medio de la digitalización, de imágenes, textos y sonidos, dando pie a un lenguaje digital único.
3. *Multiplicidad*: cuando explica que cada nudo es un sub-hipertexto de un hipertexto mayor, representado por la red entera.
4. *Movilidad de los centros*: la red hipertextual no tiene un único centro, sino diversos móviles y temporales.
5. *Exterioridad*: las fronteras entre lo interior y lo exterior al hipertexto son flexibles y cambiantes.
6. *Topología*: está relacionada con la labor de construcción de la red en el mismo espacio donde se trazan los diferentes recorridos hipertextuales. El hipertexto maneja un sentido de la temporalidad y el espacio distinto marcado por el uso de los enlaces.

Bajo estas condiciones se genera un tipo diferente de lectura y escritura. Además, de acuerdo con Martín-Barbero, se reestructura el pensamiento, y más aún, siguiendo a Bourdieu, se hace *habitus*, cuyas implicaciones son mayores pues lo que sugiere una práctica orientada por una especie de sentido común, se relaciona con un entorno socialmente estructurado. Esta manera de leer, escribir y pensar seguramente permanecerá y se desarrollará con el tiempo “predispuesta a funcionar como estructura estructurante, es decir, como principio de generación y estructuración de prácticas y representaciones que pueden ser objetivamente <reguladas> y <regulares> sin ser para nada producto de obediencia a reglas” (Bourdieu, 1991: 92).

La hipertextualidad ha llevado a la sociedad a otro nivel en el procesamiento de la información debido a la cantidad y a la velocidad a la que se tiene acceso a los bancos de datos, provocando un cambio cultural semejante al introducido por la imprenta en su época: los analfabetas se alfabetizaron con el propósito de entrar en contacto con la información que fue difundida a través de

los libros, gacetas y gacetillas. Incluso de este proceso surgieron nuevos oficios relacionados con la búsqueda de información, la redacción de textos de opinión, la transcripción tipográfica, la distribución, etcétera. Seguramente pasaron decenas de años antes de dar orden y estructura a textos de la época, que difundieran información novedosa y reciente.

Un proceso similar está ocurriendo con la Internet cuando apenas vemos la punta del iceberg en cuanto a una larga etapa de *adecuación* por venir y de *habitus* por generar, pero actualmente los avances tecnológicos son mucho más acelerados y se debe actuar de inmediato para compensar lo que los comunicadores no han logrado hacer en materia de Internet.

La formación de *comunicadores multimediáticos* se piensa no sólo en términos de la práctica que ha venido generando la comunicación por Internet, sino porque el hipertexto está configurando, como se ha dicho, un tipo de lectura, gramática y estructura de pensamiento que afecta también la lectura que los públicos desarrollan en todos los medios de comunicación, incluyendo los medios masivos. Así, las empresas televisivas han venido introduciendo elementos de interactividad con sus receptores, al considerarlos más como seres activos.

En la radio ya hace décadas que el público juega un papel importante, incluso protagónico pues su opinión y él forman parte de los contenidos de algunos programas, por ejemplo, aquéllos de orientación psicológica a personas con determinados conflictos emocionales o bien los conductores que en plática con uno de sus escuchas ameniza el programa antes de enviar al siguiente musical.

Con la invención de la imprenta se subrayó la existencia de un público analfabeta, marcando la frontera entre las tecnologías medieval y moderna, e incluso creó las condiciones pensar en el derecho a la educación como condición indispensable en la formación de nuevos Estados.

Con el surgimiento de la Internet también se generó otro tipo público analfabeta, el digital, que traza una línea divisoria entre la sociedad industrial y la

sociedad de la información. Con la popularidad de las redes, su incursión en los centros de trabajo, de educación e investigación, en los hogares y en el ámbito de la vida cotidiana (Fernández Hermana, 2001), se ha colocado a las actuales escuelas de comunicación ante la misma disyuntiva que en su momento enfrentaron las instituciones educativas del capitalismo industrial: cómo transmitir los conocimientos necesarios que permitan a los *comunicadores multimediáticos* colocarse como los intérpretes de las nuevas formas de convivencia social, política, económica y cultural a raíz de la red a través del mundo.

Se considera que el primer paso debe ser alfabetizarse digitalmente como institución de educación superior e ir alfabetizando simultáneamente a sus respectivos núcleos de población (directores, profesores, administradores y estudiantes) como parte de una política integrada y articulada con la vida académica que ahí se desarrolla y con su propia misión educativa.

En este entorno de cambio y ajuste cultural la institución educativa tiene una doble responsabilidad: por un lado, proporcionar al estudiante de los elementos cognitivos necesarios para *adecuarse* a las condiciones que ofrece el entorno, desarrollando los mecanismos de respuesta, habilidades y hábitos de la inteligencia emocional “en otras palabras, aprender a vivir en un mundo cambiante construido sobre unos cimientos tecnológicos específicos, como son las redes” (Fernández Hermana, 2001). Y por otro lado, la institución educativa debe incorporarse a esta nueva dinámica social en la práctica, como generador de un sistema de estructuras cognitivas y motivacionales en el que va trazando los modos de empleo y los caminos a seguir (Bourdieu, 1991).

Desde esta perspectiva se vuelve a resaltar la importancia del hipertexto, que en el caso de los portales de las universidades a las que se adscriben las escuelas de comunicación, representan verdaderos escaparates de análisis sobre el papel que cada institución le otorga a la incorporación de la red ya sea sólo como medio informativo; como un fenómeno que requiere la alfabetización del usuario para que penetre virtualmente en el ambiente y en la práctica pedagógica propuesta: en el currículo de la carrera, sus objetivos y misión, pero también para

comprender las condiciones del campo profesional y las expectativas que el país espera del profesionalista.

Para hacer posible esto, los hipertextos deben cumplir con las características de *metamorfosis, heterogeneidad, multiplicidad, movilidad, exterioridad y topología* (Lévy, 1999), las cuales van acompañadas de condiciones arquitectónicas que permiten al usuario orientarse dentro de una página y, por lo tanto, navegar sin complicaciones, con la única orientación de los elementos que le proporcione la página, cuyos aspectos que se abordarán con mayor cuidado en el siguiente capítulo.

La enseñanza de la comunicación ante el ajuste cultural y tecnológico

Desde su nacimiento, la ciencia de la comunicación ha tenido grandes responsabilidades entre sus manos. Como hemos visto en cada etapa histórica ha jugado roles como informador, líder de opinión, productor de bienes culturales, traductor o intérprete, por mencionar los más éticos, pues también ha sido acusado —y con justa razón— de todo lo contrario.

El acelerado avance tecnológico en materia de comunicación y la íntima relación del campo comunicativo con el espacio social y otros campos como el político, el económico y el cultural, han obligado a la constante reflexión entre los comunicólogos y los comunicadores sobre la práctica profesional, así como sobre los procesos de producción y distribución de bienes simbólicos. Esto ha reconfigurado los bordes del campo de la comunicación y necesariamente sucede lo mismo con los programas curriculares y las prácticas pedagógicas desarrolladas hasta ahora en las escuelas de comunicación.

De estas últimas se espera que jueguen un papel central en toda la dinámica de reajuste y cambio cultural, pues representan el punto de partida pero también el punto de llegada de una espiral de experiencias, necesidades, propuestas... especialmente si se considera a la institución escolar como el engranaje básico de la sociedad.

Sin embargo, el desfase entre los planes de estudio y la práctica de la profesión se ha convertido en una constante a lo largo de los años. Hoy en día se sigue considerando que la comunicación atraviesa por una etapa crítica, caracterizada por la concentración de los medios masivos en corporaciones multimedia, identificables, además, como grupos económicos dominantes mundialmente y la pérdida de credibilidad producto de su inclinación hacia el periodismo-espectáculo, con todas sus implicaciones (Castells, 1999; Fernández Hermana, 2000 d).

En su incursión por la red a través del mundo, la mirada en la formación académica de *comunicadores multimediáticos* debe tener en el ángulo que no se trata exclusivamente de otro medio de comunicación más —tal y como hasta ahora han considerado las grandes corporaciones de medios masivos— sino como una probable nueva forma de organización social que pretende la globalidad y se extiende por el planeta entero, tal y como en el siglo XX lo logró el capitalismo industrial y el estatismo.

Hoy en día, de nueva cuenta las cosas están cambiando... en el campo de la comunicación las cosas tienen que cambiar. El perfil académico y profesional del comunicador es blanco de fuertes presiones antagónicas. Por un lado, por parte de una sociedad donde la comunicación es el medio de enlace entre la vida política y cultural, obligada a atender a la vorágine de múltiples expresiones de identidad desafiantes ante la globalidad y el cosmopolitismo, en busca de una individualidad cultural amenazada por fuerzas tecnoeconómicas (Castells, 2001). Y por otro lado, por el hecho de que día a día las empresas comunicativas pierden su perfil político-cultural, transformándose en grandes conglomerados económicos para los cuales el *raiting* es el negocio (Martín-Barbero, 2001 a).

En medio de estas tensiones se visualiza a las escuelas de comunicación como receptoras sensibles de las condiciones que actualmente presenta el campo de la comunicación en la formación de cuadros de profesionistas, capaces de interpretar las posiciones objetivas en su campo profesional y las formas de posicionarse en él.

La educación superior de comunicadores se desarrolla en un microcosmos donde el planteamiento fundamental es encontrar la manera de insertar a la escuela en un escenario comunicativo que igualmente representa “experiencia cultural, entorno informacional y espacio educacional difuso y descentrado (Ídem: 18), y a la vez continuar con la tarea académica del aprendizaje del saber, desarrollar la disciplina de la reflexión y la responsabilidad que implica el análisis y la crítica, sin que nada de esto signifique renuncia a la creatividad. Siguiendo a Martín-Barbero en este sentido, cabe reflexionar en dos vías, una de ida y otra de vuelta. La primera es plantearse los retos de la educación a raíz de los cambios en la tecnología; y la segunda, repensar sobre cuál sería la educación que encuentre cabida en el escenario de los medios.

Las nuevas tecnologías de la información representan para la escuela el reto de llenar un vacío cultural entre lo que enseñan los profesores y el entorno en el que los alumnos aprenden, pues los mecanismos de socialización entre los jóvenes universitarios son distintos, marcados por la presencia de la Internet a través del cual se transmite y circula el saber, pero también constituye un dispositivo de identificación y expresión de pautas de comportamiento, estilos de vida y patrones de preferencias.

Lo realmente esperado, es que las escuelas de comunicación, al margen del acostumbrado papel reproductor de las instituciones educativas a nivel superior, consideren la necesidad de entrar en relación con la experiencia que significa este proceso de ajuste y cambio cultural como elemento estructural en la composición del campo de la comunicación, donde se observa desterritorialización de identidades, hibridación entre las ciencias y el arte, combinación de distintos tipos de lecturas (escritas y audiovisuales) (Martín-Barbero, 2001 b), pues ahí es donde se fincan las posibilidades del *comunicador multimediático* en la práctica profesional.

Esto implica que las escuelas de comunicación en particular, se adecuen a las nuevas condiciones del campo, a raíz de la introducción de las nuevas tecnologías en busca de modelos educativos que permitan al alumno

conceptualizar a la comunicación en un sentido más amplio, más allá de los medios como mecánicos instrumentos de masificación, conformismo y consumismo.

Habrá que orientar a los estudiantes hacia una reflexión más profunda sobre un campo donde pueden convivir distintas formas de procesar, interconectar y retroalimentar información; donde conviven distintos intereses políticos, económicos y socio-culturales; donde el público es una multiplicidad de identidades; donde la manera de elaborar mensajes no puede responder a patrones preestablecidos y aprendidos con anticipación, como maneras simplicistas de encasillar información y opiniones; donde lo escrito y lo oral pueden encontrar momentos de convivencia sin necesariamente entrar en competencia, al contrario “aprovechar tanto la oralidad como experiencia cultural, que constituye su modo propio de comunicación y organización perceptiva y expresiva del mundo, como esa otra cultura de la visualidad electrónica” (Marín-Barbero, 2001a: 19).

Pero ¿cuál es la percepción de las escuelas de la comunicación sobre el panorama abierto por las nuevas tecnologías en el campo de la comunicación? ¿realmente experimentan un proceso de *adecuación* ante las múltiples reflexiones que en voz alta han planteado los pensadores de la comunicación? Y en dado caso ¿cómo incorporar a las escuelas de comunicación en esta compleja realidad? ¿qué acciones pedagógicas han emprendido las escuelas de comunicación en la formación de cuadros profesionales? Por lo tanto, ¿qué tipo de entramado teórico-práctico proponen los planeadores curriculares en comunicación para la generación de planes de estudios que formen académicamente a *comunicadores multimediáticos*?

Estas preguntas llevan a pensar que, independientemente de las futuras propuestas de las escuelas de comunicación, deben orientarse hacia acciones pedagógicas creativas y críticas de los medios incluyendo la Internet, de tal manera que el modelo educativo pueda transitar de lo concéntrico, lineal, interesado en la adición de asignaturas como bloques de conocimiento hacia otro

modelo más abierto, plural, propositivo y hasta impredecible, donde el encuentro entre la lectura del texto y del hipertexto permita a los estudiantes reflexionar sobre la importancia en la evolución de la lectura.

Conclusiones: Algunas implicaciones para las escuelas de comunicación

Como se ha explicado en los apartados anteriores, Internet es una nueva tecnología telemática que muy rápidamente derivó en un nuevo medio de comunicación de uso masivo, y en una industria cultural cuya actividad afecta hoy en día a prácticamente todas las esferas de la vida social, entre ellas por supuesto la educativa y, en este caso, el ámbito de las escuelas profesionales de comunicación (EPC). El problema que enfrentan estas escuelas es: ¿Cómo formar comunicadores multimedia?

Para contestar a esta cuestión, las EPC tienen que partir del hecho de que Internet es un nuevo medio de comunicación con un lenguaje propio, de índole hipertextual e interactivo, articulado en un soporte digital multimedia. Con base en esta certeza es que se puede suponer que el uso de Internet está afectando en mayor o menor medida a la enseñanza de la comunicación como carrera profesional y, consecuentemente, a cada uno de los elementos de que se compone la actividad docente: los profesores, los estudiantes, los contenidos, a las estrategias y prácticas pedagógicas, al equipo tecnológico y a la organización escolar o institucional.

El elemento clave en el proceso de enseñanza es el profesor, la calidad del maestro define el curso del acto educativo. Para formar comunicadores multimedia los profesores deben ser los apropiados, por lo que, de entre las diversas gamas de docentes que existen, dichos profesores tendrían que tener ciertas cualidades mínimas: ser sujetos abiertos al cambio y al uso de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, capaces trabajar de manera colaborativa y de funcionar como parte de un equipo de profesores integrado a

un modelo educativo de tipo modular operado en torno a proyectos de comunicación multimedia.

Este tipo de profesor tiene que ser formado y debería ser reclutado entre jóvenes universitarios egresados de licenciaturas en ciencias sociales, humanidades y artes, interesados en la carrera docente a nivel superior, y posteriormente, integrados a programas de formación docente o diplomados o programas de maestría con especialidad en docencia universitaria. Con estas nuevas generaciones de maestros se podría comenzar a reconfigurar las plantillas de profesores de las EPC.

Mientras se crean estas condiciones, se puede comenzar reduciendo la brecha generacional que está abriéndose claramente entre los profesores y los alumnos de las carreras de comunicación. Esta distancia además de ser temporal, histórica y por ende cultural, es fundamentalmente una brecha tecnológica.

Muchas cosas ya no se hacen como las aprendió el profesor, sobre todo las relacionadas con la gestión de la información (registro, procesamiento y acceso a la información), por lo que se requiere que los profesores de la plantilla asistan a foros y eventos de sensibilización sobre el tema de la cultura digital. En otro momento, estos profesores podrían tomar cursos y talleres o, incluso diplomados dirigidos a que aprendan a usar las nuevas tecnologías de información y comunicación, con el propósito de que desarrollen una cultura tecnológica que les permita dialogar con sus alumnos sobre las diversas innovaciones tecnológicas, los contenidos de los medios de comunicación y las distintas técnicas y métodos de gestión de la información más apropiados para su programa de estudios. Estos primeros pasos podrían ser una buena base para intentar, más adelante y de manera programada, otros proyectos de difusión de innovaciones y de análisis de los procesos de cambio cultural en las instituciones educativas.

Por otra parte, los estudiantes tendrían que ser seleccionados más rigurosamente de acuerdo a su cultura general, pero haciendo particular énfasis

en su inteligencia emocional (interactiva) y en sus capacidades comunicativas. Desde el inicio de su formación deberían ser sensibilizados sobre la pertinencia y la necesidad de aprender a trabajar en equipo; deberían ser estimulados a través del mayor número de actividades culturales tanto virtuales como en vivo, y ser preparados para actuar como agentes activos en la apropiación de los conocimientos (saber), habilidades y destrezas (saber hacer) necesarias para el ejercicio de su profesión.

Para alcanzar esta preparación, los contenidos tendrían que ser administrados en un programa docente de nivel licenciatura, y estar articulados en un modelo curricular de tipo modular --integrante y flexible— y ser impartidos de acuerdo a un modelo educativo basado en el desarrollo de proyectos, lo que implica formar también a los profesores en el campo de la planeación y el desarrollo curricular.

La idea general en la que se basa este sistema de enseñanza es que para formar comunicadores multimedia, los programas docentes deben organizarse en torno a proyectos de investigación y al desarrollo de estrategias de comunicación multimedia. Cada proyecto requiere la operación de un programa docente que integre múltiples unidades curriculares (cursos, talleres, laboratorios) articuladas a un seminario de investigación /gestión, esto es, a un espacio en donde se analiza, discute y procesa la información pertinente para la realización del proyecto.

De esta forma, un módulo se compone de un equipo de profesores, un programa integrado de unidades curriculares y un grupo de alumnos organizado en equipos de trabajo en torno a un proyecto de investigación y desarrollo. En este escenario, el profesor titular del proyecto funge como coordinador general del módulo, los otros miembros del equipo de profesores actúan como fuentes de información, instructores y/o capacitadores, y los estudiantes participan como agentes activos y colaboradores directos del proyecto. Al final del proceso formativo se esperaría que los participantes fueran capaces de presentar los resultados de sus investigaciones en un lenguaje hipertextual / interactivo,

plasmados en soportes multimedia. Por ende, las EPC tendrían aprovisionarse el equipo tecnológico adecuado.

El factor tecnológico es crucial para la formación de comunicadores multimedia ya que sin el hardware, el software y el sistema de telecomunicaciones apropiadas, simplemente no se podría trabajar ni aprender el lenguaje de la RED. Lo mejor es trabajar en una aula de medios como se le conoce comúnmente; esto es, un espacio físico con por lo menos un nodo conectado a la RED y equipo para registrar, procesar y reproducir texto, imágenes, audio y video; una mesa para juntas, sillas, un armario para guardar el equipo, un archivero, un librero y un pizarrón. Sería ideal para la operación del modelo educativo que el módulo se impartiera en una de estas aulas, con grupos de entre 10 y 20 estudiantes.

Satisfacer estas necesidades implicaría por supuesto cambios profundos en la organización de las EPC y su gestión académica, por lo menos en la administración del currículo académico y la operación de los planes y programas de estudio. Esto, por supuesto, está condicionado al orden establecido por las relaciones de poder en cada institución escolar.

Parecería utópico entonces, pensar que las EPC se comprometerán en algún momento con impulsar este tipo de cambios en sus respectivos planes y programas de estudio y en sus esquemas de organización académica. Ciertamente, es muy difícil para las EPC adaptarse a los cambios y ajustarse a las condiciones que impone la consolidación de Internet como medio de comunicación. Pero para lograrlo, es decir, para sobrevivir, es preciso que las EPC hagan los cambios pertinentes y se comprometan activamente con la innovación educativa que significa el uso de Internet en la formación de comunicadores multimedia.

El grado de dificultad que supone la adaptación a los cambios derivados de la aplicación de un nuevo paradigma tecnológico, nos conduce a establecer la siguiente hipótesis: es altamente probable que las EPC que sobrevivan sean

aquellas que busquen mejorar la calidad de sus programas y servicios educativos, y sean capaces de adecuar el entorno de la enseñanza para ajustarlo a las condiciones en las que se mueven los nuevos mercados de trabajo que abre la RED a los jóvenes egresados de las carreras de comunicación.

Referencias generales

- Andión, Mauricio (2001). *Multiculturalismo y educación superior*, en *Reencuentro*, n° 32, diciembre 2001, México: UAM-Xochimilco.
- _____ (1997). *Tiempos de Hipermediación: de la comunicación social y sus virtuales tendencias en Códigos, ¿Qué haremos los comunicólogos en los años 2000?*, en *Cuadernos de Comunicación* n° 4, vol. I, año 8, abril, México: UAM-Xochimilco.
- _____ (1993). *La carrera de Comunicación en Xochimilco: evaluación comprensiva del proceso curricular en una escuela de Comunicación*, Tesis de Maestría en Ciencias con especialidad en Educación, Centro de Investigación y Estudios Avanzados, México: IPN.
- _____ (1991). *La formación de profesionales en Comunicación*, en *Diálogos*, n° 31, México, septiembre: FELAFACS..
- Bourdieu, Pierre (1999 a). *El espacio de los puntos de vista*, en Bourdieu, Pierre (dir.) *La miseria del mundo*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- _____ (1991a). *El oficio del sociólogo*, México: Siglo XXI.
- _____ (1991 b). *El sentido práctico*, Madrid: Taurus Humanidades.
- Castells, Manuel (2001a). *La era de la información*. Vol. II, México: Siglo XXI.
- _____ (2001 b). *La era de la información*. Vol. III, México: Siglo XXI.
- _____ (2001 c). *Tecnópolis del mundo*. Madrid: Alianza Editorial.
- _____ (1999). *La era de la información. La sociedad en res*. Vol. I, México: Siglo XXI.
- Fernández Hermana, Luis Ángel (2000 a). *Mucha gente junta, algo barrunta*. www.enredando.com, n° 232, 12 de noviembre, Barcelona.
- _____ (2000 b). *La ética de los nuevos comunicadores*. www.enredando.com, n° 237, 17 de octubre, Barcelona.
- _____ (2001 a). *Globaliza que algo queda*. www.enredando.com, n° 245, 12 de diciembre, Barcelona.
- Graham, Gordon (2001). *Internet una indagación filosófica*, España: Fróntesis Cátedra Universitat de Valencia.
- Kerckhove, Derrick de (1999 a). *La piel de la cultura*, Barcelona: Gedisa.
- _____ (1999 b). *Inteligencias en conexión: hacia una sociedad de la web*, Barcelona: Gedisa.
- Lévy, Pierre (1999). *¿Qué es lo virtual?*, Madrid: Piadós.

- _____ (1998 a). *Construir la inteligencia colectiva*, en Ramonet, Ignacio (ed.). *Internet, el mundo que llega*, Madrid: Alianza Actualidad.
- Márques de Melo, José (2001). *Impasses do jornalismo na virada do milenio*, en *Sala de Prensa*, n° 37, año III, vol. 2, noviembre, www.saladeprensa.org, Ciudad de México.
- Martín-Barbero, Jesús (2001). *Los oficios del comunicador*, en *Renglones*, año 16, n° 48, abril-julio, Guadalajara: ITESO.
- Murad, Angele (2001). *El hipertexto, base para reconfigurar la actividad periodística*, en *Sala de Prensa*, n° 34, año III, vol. 2, agosto, www.saladeprensa.org/art252.htm, Ciudad de México.
- Turkle, Sherry (1997). *La vida en la pantalla* México: Paidós.
- Vouillamoz, Núria (2000). *Literatura e hypermedia*, Barcelona: Paidós.
- Wolton, Dominique (2000). *Internet ¿y después?*, Barcelona: Gedisa.
- Young, Michael (comp.) (1980). *Knowledge and control*, Londres: Colier Mc Millan, LTD.