

ESTRATEGIAS ACADÉMICAS DE APROPIACIÓN DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

Carmen Rico de Sotelo

Vicepresidenta de ORBICOM
Directora de Relaciones Internacionales, Universidad Católica del Uruguay

Cuando se nos invitó a participar en este Congreso de INTERCOM sobre *Situacao e tendencias do Ensino e Pesquisa de Comunicacao nos países do Mercosul* se nos planteó una interrogante que ya es recurrente en los últimos años. Dado que hace ya tiempo que nos venimos encontrando personalmente, cotejando planes de estudio, desarrollando intercambios académicos en el área de la comunicación, hablando del MERCOSUR, enviándonos fax y desde hace poco más de tres años empleando el correo electrónico: ¿qué reflexiones podrían ser interesantes para compartir con quienes interactuamos comunicativa y académicamente con tanta frecuencia?

Creí entonces que lo más sencillo sería compartir las líneas que venimos trabajando en el marco de:

1. la *Cátedra UNESCO de Comunicación* en el área de Nuevas Tecnologías; y
2. de mi actual posición en la Universidad Católica del Uruguay en la Dirección de Relaciones Internacionales (que bastante afín es a la Comunicación).

Así, desde ese *locus* más global de la gestión universitaria traté de otear la dinámica académica internacional en perpetuo cambio: transformaciones internas de las universidades y externas de las sociedades que hacen de la internacionalización una dimensión imprescindible de la enseñanza y la investigación.

Este megaevento con presencia de investigadores no sólo mercosureños y latinoamericanos, sino también de otros continentes, es una buena prueba de ello.

Asimismo el Coloquio sobre la Universidad en la Sociedad de la Información organizado por el programa Columbus en la UNESP (a realizarse próximamente en Sao Paulo) es otro indicador muy cercano de la sensibilidad a esta problemática de la comprensión de los nuevos escenarios de las instituciones universitarias, de las estrategias de posicionamiento, de la Investigación y la transferencia de conocimiento en la aldea global.

LAS FACULTADES DE COMUNICACIÓN DEL MERCOSUR EN INTERNET

En este énfasis de la globalización y sus consecuencias sociales y culturales todos hablan (hablamos) de las super autopistas de comunicación, ¿pero cuántas Universidades y Facultades de Comunicación circulan por ellas?

Si circulan, ¿cómo lo hacen?

Si nadie puede negar la emergencia de la sociedad de la información o de la informatización de la sociedad, ¿en qué han contribuido específicamente a ello las Facultades de Comunicación de la región?

Así, nos planteamos una mirada que no quiere ser en absoluto maniquea sobre el estudio de situación de apropiación de esa tecnología que fascina a muchos, paraliza a otros, comunica a muchísimos, y convierte en analfabetos a unos cuantos intelectuales y pensadores.

Y bien. Muy pragmáticamente me senté frente a la pantalla de la computadora e intenté mirar nuestras Facultades de comunicación con el objetivo de navegar por la callecita (que debiera ser ruta) del MERCOSUR académico de la comunicación para indagar:

- sobre las formas tecnológicas de diseminación y comunicación de la investigación en dichas Facultades
- sobre la incorporación de las nuevas tecnologías en los planes de estudio, pero más específicamente
- sobre la **producción endógena de Investigación acerca de y con esas propias tecnologías**; y en especial
- sobre la **utilización de las redes electrónicas para la difusión y discusión de la Investigación en Comunicación**.

Para ello tomamos ciertos puntos de referencia académica en algunas de las más destacadas Facultades de Comunicación del Mercosur:

- la UBA (Universidad de Buenos Aires)
- la PUCRJ (Pontificia Universidad Católica de Rio de Janeiro)
- la USP (Universidad de San Pablo)
- la Universidad Católica del Uruguay
- la Universidad Nacional de Asunción (Paraguay)
- y finalmente CLACSO (Centro Latinoamericano de Ciencias Sociales), importante Centro de Investigación reconocido en la región.

Aquí tienen ustedes los resultados, que he impreso en estas hojas a partir de las páginas WEB de cada una de esas Instituciones, que debieran ser las pioneras de la difusión de la investigación y de la puesta en pantalla electrónica de los temas que indagan. La Investigación parece ser cuasi inexistente, a no ser cuando se la menciona ("Dpto. de Investigación"), se clasifican proyectos, se indican descriptores (únicamente en el caso de CLACSO), pero nada se avanza sobre ellos.

Los nuevos conocimientos en materia de comunicación, como uds. pueden comprobar, no están puestos en la pantalla del entorno regional que más cercanamente nos concierne.

Si les narro el proceso para llegar a estos magros resultados, la performance no fue mejor: a medida que teclaba me di cuenta que mi computadora no tenía el navegador *high tech* adecuado para leer la sofisticación de la página de la PUCRJ, tampoco mi impresora tenía el cartucho a color para mostrarles a uds. los resultados con el diseño original... Debí consultar al ingeniero informático (cuando lograba ubicarlo y estaba disponible)...Luego se cayó la red, el tiempo era escaso...en definitiva, frente a mi preocupación por el entrecruzamiento de las NTCI con la enseñanza de la comunicación, pero particularmente con la Investigación en comunicación me encontré con la ausencia casi absoluta del lugar electrónico acordado a la misma en las Facultades de Comunicación del MERCOSUR.

Varias respuestas a las razones de dicha situación serían admisibles:

- las facultades de comunicación no realizan investigación (cometido esencial universitario).
- Pero si se admite que la investigación existe (?), ¿cuál es la importancia asignada en las Facultades de Comunicación en la medida que priorizan la puesta en pantalla del *syllabus*, de los requisitos de inscripción, de los horarios, etc., de tal forma que reproducen los folletos informativos tal cual se distribuyen por correo tradicional?
- Si esta investigación realmente existe, cuáles son las estrategias comunicativas de optimización de los recursos electrónicos contemporáneos? (1)

¿Cuáles son entonces los modos conversacionales informáticos de las Facultades de comunicación y sus áreas de investigación? ¿Quiénes son los principales proveedores de productos académicos de Investigación en este "reservorio de metáforas sociales vinculadas a la utopía tecnicista de la comunicación (ProulxSénégal)

Cuando hablamos de Internet en las Facultades de Comunicación Social, ¿estamos circulando por nuevas avenidas de interacción comunicativa?

¿Se trata de una modalidad técnica de interactividad o simplemente de un mito tecnocultural? (Mito que Proulx y Sénégal revisan a través de una crítica del uso social de esa noción de interactividad). Si convenimos que los Medios Masivos juegan un importante rol en la transformación social: ¿a qué jugamos en Internet, fascinados por la perspectiva de las autopistas?

ALGUNAS EXPLICACIONES POSIBLES

El estado de situación nos permite aventurar que existen dificultades estructurales, institucionales y personales para la apropiación de las tecnologías de la comunicación en lo que hace al uso de Internet como soporte para la difusión y diálogo acerca de la Investigación.

Existen dificultades propias de la Academia que en primera instancia pueden estar vinculadas a los Usos sociales de las NTC (sobre todo si tenemos en cuenta que el uso de Internet por parte de los empresas nos lleva permanentemente la delantera).

El uso de la noción de interacción, como parte integrante de la comunicación social está vinculado con el movimiento de APROPIACION de los medios o el INVOLUCRAMIENTO ACTIVO de los públicos (personas y grupos de interés) en la fabricación y difusión de los contenidos mediáticos que se corresponden mejor con sus necesidades.

Sénégal, de la Univ. de Rennes demuestra las dificultades de los ciudadanos en la apropiación de las Nuevas Tecnologías de Comunicación a pesar de la fascinación que ellas ejercen. Y quisiera agregar que los públicos académicos no escapan a estas dificultades aunque muy pocos se animan a confesarlo.

Bertolt Brecht en una publicación aparecida en 1970 señalaba que "cualquiera sea la hipótesis tecnológica encarada para definir un proyecto de comunicación, es necesario asegurar al nivel mismo de la arquitectura técnica de la red, el PRINCIPIO DE APERTURA DEL SISTEMA. Esa apertura, inscrita en la propia constitución técnica de la RED, es la que permitirá la diversidad máxima de intercambios, y permitirá a cada individuo, tan frecuentemente como desee, convertirse en un proveedor de información que tenga capacidad de alimentar la red".

Y aquí nos encontramos, en el caso de la investigación en las Facultades de comunicación, con que aquellos actores que debieran ser proveedores privilegiados de productos de investigación académica utilizando el soporte electrónico, únicamente aparecen para difundir y comunicar requisitos formales y descripción de sus cursos es decir, en un uso social bastante primario e inicial, sobre todo en comparación con el uso comercial y/o empresarial.

LOS USOS SOCIALES DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS

Carmen Gómez Mont en "La imagen nuevamente visitada", Revista CHASQUI de marzo de 1996 anota que "Para determinar el uso y la orientación de las Nuevas Tecnologías de la Información no sólo hay que tomar en cuenta factores económicos: la imaginación de los inventores y la fantasía de los usuarios son también parte fundamental de su definición. A partir del hecho tecnológico y de su divulgación a través de los medios, se habla de nuevas formas de socialización y gestación de una nueva cultura"...También los académicos estamos expuestos a lo que le sucede al común de los mortales, y tenemos grandes dificultades para incorporar estas tecnologías a la vida académica corriente.

Por su parte, el investigador francés de la problemática de las tecnologías P. Flichy logra demostrar que los principios de apropiación tecnológica no dependen ni del origen ni de las condiciones del mercado de las tecnologías. Son cuestiones de imaginarios colectivos y de uso social lo que explicaría la experticia con que los manejamos.

Y lo interesante de la aproximación que hace C. Gómez Mont es que rescata a Flichy desde una perspectiva latinoamericana por cuanto inserta al hecho tecnológico dentro del espacio y tiempo social. Así en el imaginario técnico señala dos instancias creadoras: la de los inventores y la de los escritores (entre quienes están periodistas y profesores).

Entonces, lejos de caer en el determinismo tecnológico, creemos válido ese postulado del uso social tecnológico derivado de los imaginarios sociales, es decir de inventores y de usuarios (para el caso, instituciones académicas) que deciden por definición de políticas, o en forma implícita a través de la práctica, los modos de apropiación de la tecnología, y las condiciones reales de acceso a la misma en las universidades.

Y para continuar con el abordaje de C.G. Mont, entre los tres actores primordiales que definen el concepto de sociedad de la información (empresas, gobierno, y sociedad civil) con respecto a la dinámica del cambio, es ésta última, la sociedad civil (aquí la Universidad) la que conforma las iniciativas más desafiantes en el mundo de las redes.

Pero no nos engañemos, en el MERCOSUR al menos no tenemos ese rol vital.

El canadiense Gaetan Tremblay aporta su propia visión acerca de los obstáculos epistemológicos para la comprensión crítica de los cambios contemporáneos:

1. La sociedad de la información es espontáneamente simpática: el saber y la información son accesibles a una mayoría que disponga de un aparatejo y una conexión barata. A los comunicólogos nos fascina el tema tecnológico porque encaramos a la comunicación como un eje de absoluta centralidad de la vida social.
2. A pesar de los pesares, nos cuesta desligarnos del determinismo tecnológico: tenemos tendencia a sobredimensionar la importancia de las tecnologías y de los medios de comunicación, sobretudo porque no conocemos su funcionamiento real que no siempre es exitoso (Cfr. Nuestra experiencia). Situamos siempre la técnica en el centro de nuestra gestión, producimos discursos sobre la técnica, pero no producimos con la técnica.
3. Optimismo con que encaramos las NTIC: tendemos a priorizar sus efectos positivos como evidentes e inevitables.

Pero si revisamos un poco de la historia y miramos el entorno contemporáneo, pasaremos inmediatamente del optimismo de la sociedad de la interactividad informativa a constatar que el potencial tecnológico no se realiza necesariamente, y que los usos no se derivan naturalmente de las características *per se* de la tecnología.

Y ello vale para las Facultades de Comunicación (en algunos lugares llamadas Facultades de Ciencias de la Información). Retomemos nuevamente a Flichy cuando señala que la reflexión sobre la comunicación se choca con dos obstáculos:

el que niega la especificidad de un nuevo medio de comunicación con respecto a sus predecesores.

y el que sobrevalúa su impacto.

Mi perspectiva personal al respecto no es tecnicista ni mercadológica; sí se siente desafiada por las posibilidades de las hipertextualidades teóricometodológicas contemporáneas. ¿Qué otras hipótesis podrían explicar el precario modo académico de nuestra participación institucional en Internet?

La informática: ¿una nueva forma de escritura en nuestras Facultades?

El lenguaje informático sigue perteneciendo a un número reducido de especialistas a pesar de la expansión de los PC, y de los esfuerzos de convivialidad y de amigabilidad de los fabricantes de los instrumentos de navegación. (Aunque la mayoría de uds. no se atreva a reconocerlo, aún nos es muy dificultosa la navegación, la participación en los foros y publicaciones electrónicas a un buen conjunto de usuarios de computadores).

¿Cómo se organiza el trabajo de la información, la enseñanza y la Investigación en las Facultades de Comunicación?
¿Cómo se desarrollan nuevos usos de la tecnología?

Quizá debiéramos aceptar que estamos en un período de configuración, de transición, tanto en pantalla como en el propio sistema. Basta pensar en la difusión electrónica de nuestras publicaciones académicas: si bien el volumen de los intercambios electrónicos es cada vez más importante, no pueden compararse con el volumen de los productos impresos.

Al respecto tomaré un ejemplo del "Norte" presentado por el Prof. José Luis Plottier en el marco de la Cátedra UNESCO de Comunicación en Uruguay:

En 1975, el *Stanford Research Institute* hizo un estudio motivado por la preocupación de las empresas y del gobierno por el gran volumen de papel circulante: ambas entidades consumían 800 billones de piezas de papel por año. Esta es una montaña de papel inimaginable, pero basta dar una vuelta por cualquier universidad y constatar que estamos absolutamente inundados de papeles (informes de avance, ponencias, resultados de investigación, ensayos, documentos de trabajo, etc,etc.)

El gobierno norteamericano se plantea entonces el objetivo de la *less paper office* para liberarnos de la esclavitud del papel, del formulario impreso, de los *dossiers* etc.

Sin embargo, dicho objetivo se convirtió en una irónica utopía: en 1992 el mismo SRI constata que el consumo de papel había aumentado a 2,5 trillones de piezas de papel, a pesar de que en ese mismo año de 1992 en los Estados Unidos de América se habían intercambiado más de 10 billones de mensajes de correo electrónico (que normalmente ahorran impresión de papel)...Los comentarios huelgan.

¿HACIA DÓNDE VAMOS?

John Harris, responsable de comunicación de EDS, una de las mayores redes privadas de telecomunicaciones dijo al diario El País de Uruguay el 25 de mayo de 1994:

"El que diga que sabe a donde vamos en esto de las autopistas de la información, está fanfarroneando".

Es así que aún no se puede predecir la reacción de los consumidores, menos aún de las Facultades de Comunicación de quienes hubiéramos esperado (quizá ingenuamente) una postura más activa.

Y ello porque los usos de las tecnologías se constituyen lentamente a través de un largo proceso de construcción social, y que a menudo reservan sorpresas a los iniciadores de la oferta tecnológica.

Así nuestras Facultades, darán cuenta del potencial teórico de la tecnología en cuestión cuando descubran su utilidad real. Pero esto está determinado también por el tiempo y recursos disponibles en unas culturas organizacionales no siempre innovadoras, y por el desarrollo de nuevas habilidades como la servucción (la participación efectiva del consumidor en la prestación del servicio).

Allí está quizá la nueva norma de consumo: la informatización, si exige menos intervención del prestatario humano del servicio, implica a la inversa una mayor participación del beneficiario de ese servicio.

FINALMENTE

Más allá de los usos sociales, los imaginarios y las realidades académicas también están atravesados por un abanico de dificultades, entre otras:

- las siempre mentadas imposibilidades económicas (aún cuando casi todas las Facultades disponen de PC conectadas a Internet, no se destinan recursos institucionales a la planificación e implementación de la cibercultura de la era de las máquinas inteligentes (Piscitelli);
- psicológicas. de relacionamiento hombre-máquina;
- perceptuales..No hemos aprendido la sintaxis de Internet, ni las configuraciones posibles,no tenemos ISO 14000, es decir no conocemos los sellos electrónicos de calidad académica (los firewalls y las intranets son más propias de las empresas que de los académicos de la comunicación Las mismas Facultades de Comunicación son analfabetas en Tecnología, de donde sería imperiosa una alfabetización informática de los científicos .

Abordar en el curriculum el tema de las NTIC (Carmen Gómez Mont) es también alfabetizarse en los Nuevos Lenguajes para poder acceder a los territorios informatizados a los que debiera pertenecer la investigación en comunicación (aún cuando la gestión del espacio mediático depende cada vez más de la lógica industrial y comercial).

En las Universidades estamos en la etapa inicial de configuración, asimilando Internet más como novedad que como recurso (cfr. Mónica Maronna). Nadie sabe bien para qué, pero se diseñan páginas WEB, en parte por novedad, en parte por estrategia, y empezamos haciéndolo por imitación. Así como los diarios, al menos en nuestro país recién comienzan a diseñar con los formatos tradicionales, de la misma manera que la televisión en sus orígenes hacía radio televisada.

La mayoría de las páginas WEB de nuestras Instituciones son repeticiones (en el mejor de los casos, coloridas) de los anuarios que previamente conocíamos en forma impresa, pero no han incorporado ni siquiera los resultados de investigación que sí podíamos leer en las publicaciones, aún cuando ésta es una de las infinitas posibilidades que tienen hoy los conceutores de la comunicación.

Los académicos, por estar atrapados por el tiempo de configuración aún no nos hemos acostumbrados a utilizar dicho recurso para indagar todas sus comunicativas potencialidades. Sí se ha creado un culto por lo original y lo novedoso que no existía antes, a pesar que el hipertexto viene acicateando para cuestionar las fronteras entre disciplinas, metodologías, teorías y prácticas cambiando en forma radical la comunicación en su concepción y su modalidad.

Así, de forma realista creo que las Facultades de Comunicación del Mercosur deberán hacer un gran esfuerzo para equiparar el peso de la investigación en la globalidad del curriculum, y que la Comunicación perderá cada vez más terreno al no saber incorporar **endógenamente** la tecnología de la Comunicación en la producción y difusión de Investigación en comunicación.

Nuestros usos profesionales deberán transformarse radicalmente y desarrollar nuevos hábitos de comunicación. Hace ya más de una década que el amigo Jesús Martín Barbero, por siempre precursor, escribía (TELOS N(a) 19, Fundesco, 1984): "Nos vemos obligados a repensar y redefinir las relaciones entre comunicación y cultura, a romper con una concepción instrumental de relaciones entre aparatos y empezar a mirarlos como espacios de constitución e interpelación de los sujetos sociales...."

Las Facultades de Comunicación aún no han podido repensar el intercambio de la Investigación como una cuestión de mediaciones (mediadas por los Medios Masivos), es decir de cultura....Ya que en los medios masivos...no sólo se consagran unos formatos sino que se recrean unos géneros en cuya trama narrativa, escenográfica y gestual....y trabajan bien mezclados el imaginario mercantil y la memoria cultural.....Aunque confundida con los medios,

tecnologías, circuitos, canales y códigos, la comunicación remite a los distintos modos y espacios del reconocimiento social"

Vaya entonces a modo de propuesta para las Cátedras de Comunicación de América Latina y las Facultades de Comunicación Social del Mercosur la necesidad de un grande y sistemático esfuerzo para la puesta en red electrónica de nuestras reflexiones y prospectivas.

Y PARA TERMINAR, UNA BREVÍSIMA ANÉCDOTA:

Hace dos meses cuando hurgaba entre nuevos materiales de reflexión para esta presentación le envié un e.mail al investigador argentino Alejandro Piscitelli (Master en Sistemas de la Información de la Universidad de Louisville en Kentucky, autor del primer diario electrónico argentino, el Interlink Headline News(ILHN). En el mismo le comentaba, ingenuamente, de mis inquietudes acerca de la utilización de las redes electrónicas en las Facultades de Comunicación, de la necesidad de concebir electrónicamente la investigación etc.

Con su proverbial agudez, me envió la respuesta siguiente:

"Querida Carmen:

Supongo que hicieron poco y nada.

A esta altura debieras saber que la WEB y la Internet son más un lugar para la circulación de afectos que un corset para la diseminación de ideas".

Muchas gracias

BIBLIOGRAPHÍA

Flichy, Patrice

Gómez Mont, Carmen: "La imagen nuevamente visitada" en *Chasqui*, Ciespal, MARzo 1996

"Información y sociedad mañana.." en *Nuevos Medios, Viejos aprendizajes, Cuadernos de comunicación y prácticas sociales* oNo 7, Universidad Iberoamericana de México

MartínBarbero, Jesús. Telos No 19, Fundesco, 1984

Piscitelli, Alejandro: *Ciberculturas en la era de las máquinas inteligentes*, Paidós, Argentina, 1995

Paquet, Thérèse (dir). *Communication et développement International*, Chaire Unesco Bell, ORBICOM., Presses de l'Université du Québec, Canada, 1996

RESEAUX No 67, CNETCNRS, Paris, 1994

Proulx, S. et Sénécal,M. : "L'interactivité technique: simulacre d'interaction sociale et de démocratie? en *Technologie de l'information et société, Vol 7, No2*, DUNOD, France, 1995

Senge, Peter: *La quinta Disciplina*, Ed. Granica, 1995

Tremblay, Gaëtan en *Communication et développement International* op.cit.

1- En los ensayos de respuesta a estas interrogantes, soy deudora de las reflexiones que hemos desarrollado en el marco de la Cátedra UNESCO de Comunicación de la Universidad Católica del Uruguay con los Profs. Mónica Maronna y José Luis Plottier.
