

CUADERNOS DE COMUNICACIÓN

6



Tecnologías / Identidades / Culturas



UNR
Universidad Nacional
de Rosario



Instituto en
Periodismo y Comunicación
Lic. en Periodismo

Facultad de Ciencia Política y RR.II.
Escuela de Comunicación Social
Universidad Nacional de Rosario
Postítulo en Periodismo y Comunicación

AÑO 2010



Ilustración de tapa:

Composición a partir de la obra “La perspectiva amorosa”,
La perspective amoureuse 1935 (Colección particular, Suiza)
de René Magritte.



**Atribución-CompartirDerivadasIgual 2.5 Argentina
mediante la cual:**

Usted es libre de:

- copiar, distribuir, exhibir, y ejecutar la obra
- hacer obras derivadas
- hacer uso comercial de la obra

Bajo las siguientes condiciones:



Atribución. Usted debe atribuir la obra en la forma especificada por el autor o el licenciante. “Cuadernos de Comunicación. Tecnologías/identidades/culturas. Año 2010. Editada por el Postítulo en Periodismo y Comunicación y la Escuela de Comunicación. Universidad Nacional de Rosario.”



Compartir Obras Derivadas Igual. Si usted altera, transforma, o crea sobre esta obra, sólo podrá distribuir la obra derivada resultante bajo una licencia idéntica a ésta.



CUADERNOS DE COMUNICACIÓN

Esta es una publicación de la Escuela de Comunicación Social y el Postítulo en Periodismo y Comunicación, Facultad de Ciencia Política y RR.II., Universidad Nacional de Rosario. Riobamba y Berutti, 2000 -Rosario (Santa Fe), Argentina

ISSN 1852-9240

Facultad de Ciencia Política y RR.II – UNR -
Decano: Lic. Fabián Bicciré.

Escuela de Comunicación Social. **Directora:** Lic. Elizabeth Martínez de Aguirre.

Editor Responsable.
Postítulo en Periodismo y Comunicación.
Directora: Mg. Silvana Comba

Dirección editorial:
Edgardo Toledo y Silvana Comba

Entrevistas: Leticia Giaccaglia, Edgardo Toledo y Silvana Comba.

Colaboración periodística:
Lic. Matías Manna

Redacción: Edgardo Toledo, Silvana Comba y Leticia Giaccaglia

Corrección: Male Sánchez

Diseño editorial:
Germán Villarreal

Impreso en Editorial Amalevi.
Mendoza 1851. Rosario.
Tirada 700 ejemplares.

SUMARIO

Los nuevos modos de comunicación en el centro de la discusión	4
ENTREVISTA A MIRTA VARELA «Creo que la continuidad entre la dictadura y la democracia en los medios de comunicación es enorme»	5
ENTREVISTA A JOSE LUIS FERNANDEZ «No toda mediatización del sonido es radio»	12
ENTREVISTA A DIEGO PIMENTEL El desafío de organizar y diseñar la información	18
ENTREVISTA A ARIEL BARLARO «Los desarrollos de televisión digital e interactiva y de televisión móvil están atrasados en nuestro país»	26
CONFERENCIA DE DARIO GALLO «Twitter es el buscador del futuro»	30
CONVERSACIONES Prácticas y culturas digitales: la universidad expandida	35
INVESTIGACIONES Los procesos de comunicación digital y la educación en la universidad	41

Los nuevos modos de comunicación en el centro de la discusión

Silvana Comba y Edgardo Toledo

En el último año, la comunicación ha estado en el centro del debate público. La discusión sobre la Ley de Servicios Audiovisuales quedó atrapada en el tema de la propiedad de los medios y el poder que despliegan los multimedios en la formación de la opinión pública actual. Sin embargo, para la implementación de la nueva ley será necesario avanzar un poco más en la comprensión de la lógica de funcionamiento de la comunicación digital.

Hoy asistimos a un nuevo estadio en las formas y la construcción de modos de comunicación. El uso de internet genera nuevos ámbitos perceptivos, culturas diferentes y atmósferas particulares. Las distintas aplicaciones de la web (chats, foros, blogs, wikis, redes sociales como facebook y myspace; youtube, twitter) traen aparejadas modificaciones en el alcance, el tipo y las formas que adoptan los nuevos medios

En esta edición de los Cuadernos, la historiadora Mirta Varela analiza el momento actual de los medios de comunicación y enfatiza la necesidad de volver a estudiarlos en el nuevo ambiente creado por los múltiples usos de internet.

Por su parte, el investigador José Luis Fernández nos habla de sus trabajos sobre los medios de sonido, particularmente la radio, y de cómo, a partir de la red, las prácticas de uso de la radio son diferentes y se pueden manipular mejor los gustos radiofónicos.

En el campo específico del diseño interactivo, el especialista Diego Pimentel describe cómo fue evolucionando la interface gráfica y plantea la dificultad para pensar y organizar la información en términos realmente hipertextuales.

El consultor Ariel Barlaro nos habla de la tendencia del consumo audiovisual en nuevas pantallas y nuevos formatos, lo cual traerá aparejado distintos niveles de interactividad. Aunque también aclara que, en Argentina, los desarrollos de TV digital y móvil están retrasados con respecto a otros países de la región. Y el periodista Darío Gallo, durante su visita a Rosario, en las jornadas de Blog Day, nos habló sobre los nuevos medios, redes sociales y el uso de Twitter.

En el ámbito universitario, compartimos aquí la experiencia de la participación de nuestra carrera de Periodismo en el Encuentro Universidad Expandida: Prácticas y Culturas Digitales en los Procesos de Enseñanza-Aprendizaje en el Contexto de la Educación Superior, que se realizó en la Universidad Internacional de Andalucía – UNIA, España, en septiembre de 2009. Y la última nota de este número es un avance de investigación donde consultamos a expertos en el desarrollo de experiencias de formación en ambientes virtuales de aprendizaje, quienes nos describieron los aspectos fundamentales de sus propuestas. ■

Entrevista a Mirta Varela

«Creo que la continuidad entre la dictadura y la democracia en los medios de comunicación es enorme»

Mirta Varela es Doctora en Letras por la Universidad de Buenos Aires y Magister en Sociología de la Cultura, en la Universidad de General San Martín. Escribió, entre otros libros, “La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna. 1951-1969”, “Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre la televisión”, con Alejandro Grimson, y “Los hombres ilustres del Billiken: héroes en los medios y en la escuela.”

Es profesora titular de Historia de los Medios en la UBA, área de estudios que considera completamente descuidada en Argentina.

- ¿Cómo analizás la etapa actual de los medios de comunicación en relación con la nueva ecología que impulsan las tecnologías de comunicación e información?

Mirta Varela: Si tengo que pensar en el momento actual creo que pondría el acento en varias



Dra. Mirta Varela

cuestiones. Una tiene que ver con pensar algo así como el momento final de la era de los medios de comunicación de masas, el fin de las comunicaciones broadcasting, el fin de lo que fue la era de la radio y la televisión, especialmente como medios de comunicación de masas. Tan-



to por transformaciones de la televisión como por transformaciones que tienen que ver con la emergencia de nuevas tecnologías asociadas a Internet, básicamente, ahí hay una transformación muy importante que tiene que ver con un modo de producir la información y un modo de construir el público también. Esto supone un modo diferente de relacionarse, un modo diferente en que los públicos se conectan con los medios de comunicación. El público deja de ser audiencia o público y la mayor parte de las nuevas tecnologías de comunicación plantean la necesidad de un público participando. Y descartaría la palabra activamente, porque me parece que trae muchos problemas, pero sí produciendo intervenciones en los nuevos modos de comunicación, especialmente la interconexión entre información y comunicación interpersonal. En Internet aparecen mezcladas formas de interconexión interpersonal al estilo Facebook y formas de transmisión de información.

- ¿Por qué no activamente?

Mirta Varela: Porque me parece que el concepto de audiencias activas o públicos activos supone muchas valoraciones. Supone valorar positivamente un modo de actuar por oposición a la idea de las audiencias consideradas como pasivas. Y yo preferiría no valorar los nuevos modos de actuar frente a la tecnología porque no sé si

son mejores o peores, realmente no me interesa la valoración respecto de si son buenos o malos. Creo que si uno piensa desde ese punto de vista, la lectura que hoy es muy sobrevalorada ha sido muy castigada por el nivel de individualismo que supone. Es decir, leer un libro durante mucho tiempo significó aislarse del contexto familiar. Me parece más importante describir en qué consiste el nuevo modo de actuar, me parece que todavía no llegamos a un nivel de descripción, de teorización importante respecto de esta transformación. Antes de valorar me parece que habría que avanzar en esa descripción, en las hipótesis respecto a cómo funcionan estas tecnologías.

La falta de continuidad en las políticas de comunicación

- En los distintos momentos de la televisión argentina vos planteás que se han establecido diálogos entre la televisión privada y la estatal. De alguna forma, lo que ocurría en una repercutía en la otra y viceversa. ¿Qué pensás que está ocurriendo actualmente?

Mirta Varela: Yo soy una historiadora, trato de leer el presente y mi única manera de leer el presente es considerando cuánto del pasado permanece o no en el presente. Y en este sentido, creo que leer las experiencias que ocurrieron

respecto de la relación entre televisión privada y televisión pública es muy útil para pensar la actualidad. La Argentina tiene un sistema de televisión que siempre fue mixto, desde el inicio, es decir, una televisión pública pero con un componente publicitario importante desde el comienzo. Esto es muy atípico para una televisión pública. Por otro lado, lo que uno puede ver es que no hubo un proyecto real de una televisión como servicio público, prácticamente, en ningún momento. Los proyectos fueron muy breves, sin continuidad, en políticas de comunicación o políticas culturales. Pero en los pocos momentos donde hubo una política real, por ejemplo, el caso que yo estudié especialmente a mitad de la década del 60, no sólo cambió la programación de Canal 7 sino que esto presionó hacia la modificación de Canal 13, que en ese momento era el canal privado con la programación más interesante. Este tipo de experiencias es muy difícil de rastrear a través del tiempo en la Argentina porque no hubo continuidad de las políticas. Creo que lo que hoy está ocurriendo es que ha habido transformaciones en la política respecto de los canales públicos, porque no es solamente uno el canal público, y esto me parece importante. Pero si comparo con otros momentos, me parece que lo más importante es pensar en proyectos de continuidad de política televisiva. Si la ley de medios es efectivamente puesta en marcha, algo de esto quizá pueda



conseguirse, pero me parece que la continuidad en la situación actual todavía no está completamente garantizada.

- Si uno mira la historia de la Argentina, no hubo políticas de estado no solamente en el caso de los medios estatales sino en diferentes áreas. Como proyecto de país fuimos muy fluctuantes. Cada gobierno, cada proceso, cuando tenía el poder real, usó el medio público para su beneficio. Desde el 1976 hasta el 1983, el proyecto de la dictadura para ATC era bien marcado.

Mirta Varela: Ahí estoy totalmente de acuerdo, la falta de continuidad no se da únicamente en las políticas de comunicación sino en todos los ámbitos. Ahora, es notable cómo en el ámbito de los medios privados la continuidad es muy



fuerte. Creo que la continuidad entre la dictadura y la democracia en los medios de comunicación es enorme. Incluso en la televisión, aún con los cambios que supuso el traspaso de los canales que estaban en manos de los militares a los propietarios privados. Entonces, lo notable es la ausencia de continuidad en las políticas públicas y la extrema continuidad en los medios privados, aún con cambios de políticas tan fuertes. Este es un tema que me parece que ha sido muy poco trabajado desde el punto de vista histórico. Y respecto de la última dictadura, me parece que los militares hicieron más autocrítica que los medios de comunicación en la Argentina. Este contraste entre falta de continuidad pública y continuidad en el ámbito privado o modos de presión entre unos y otros es un tema muy relevante.

La investigación sobre los medios en Argentina

- Desde el punto de vista de la investigación de los medios, ¿cuáles creés que pueden ser los desafíos para futuros investigadores?

Mirta Varela: Creo que la reconstrucción de todos estos procesos es un desafío enorme. Yo trabajo en Historia de los Medios y en Argentina está prácticamente todo por hacerse. Me parece que es un campo completamente descuidado en

el trabajo tanto de los historiadores -porque los medios ocupan un lugar muy poco valorizado desde el punto de vista del campo historiográfico- como desde el punto de vista de la comunicación, que en general se dedica a pensar el presente, sin tener en cuenta cuánto hay en el presente de huellas de elementos del pasado. En ese sentido, me parece que la historia de los medios está por escribirse en Argentina y en América Latina. De hecho, es muy difícil encontrar bibliografía renovada, interesante, escrita con criterios contemporáneos para poder organizar una historia de los medios. Es un área vacante importante vinculada al tema de los archivos que hoy está en debate a nivel internacional. Por ejemplo, los modos de conservar archivos mediáticos, donde el tema de los archivos audiovisuales es clave. Y, en eso, la Argentina está realmente en desventaja, en comparación no sólo con los países centrales, sino inclusive con Brasil, o con otros países de América Latina, donde hay un trabajo tanto en el ámbito público como en el ámbito privado por parte de los canales, en el caso de la televisión, para conservar archivos. En la Argentina, tendría que haber una política de resguardo que, al mismo tiempo, vaya de la mano de intereses reales, por ejemplo, de investigación. Es decir, lo que nosotros podemos hacer desde el ámbito universitario tiene que ver con un tipo de presión, no resignarnos a que sólo se pueden estudiar los diarios de los últimos

tres meses, sino presionar para la conservación de los medios que queremos estudiar. O, por ejemplo, que el noventa por ciento de las tesis en Ciencias Sociales sean sobre medios gráficos es un error metodológico grave para la segunda mitad del siglo XX, cuando la televisión fue el medio hegemónico con mayor incidencia social. Es teórica y metodológicamente un error grave para las Ciencias Sociales no trabajar con archivos de televisión. Si no hay una presión por parte nuestra para explicar por qué es indispensable trabajar con archivos de televisión, me parece que tampoco podemos esperar que mágicamente se transformen las cosas.

- Para los alumnos, es una forma de asegurarse el corpus. A veces, algunos docentes aconsejan trabajar sobre lo gráfico, y metodológicamente aparece más complejo trabajar lo audiovisual.

Mirta Varela: Me parece que, paradójicamente, cada vez hay menos trabajo sobre los medios en el área de comunicación. Es el objeto central de los estudios en comunicación; sin embargo si ves los listados de tesis de los últimos años prácticamente nadie se dedica a trabajar sobre medios. La única tesis de doctorado en curso que conozco, que se dedica a tratar de desentrañar el diario Clarín, es de un historiador, no de un estudiante de comunicación. Esto es increíble. Realmente hay un desafío que es volcarse sobre

el trabajo real de los medios desde el punto de vista empírico y ahí la investigación sobre medios audiovisuales está por hacerse. Porque hay trabajos sobre las representaciones de problemas sociales en los medios, o sobre las audiencias de los medios pero hay muy poco sobre los medios, hipótesis sobre lo que los medios han sido y son.

- Aníbal Ford trabajaba un poco la línea histórica y de contenido, un enfoque vinculado también a la sociología y a la antropología.

Mirta Varela: Y desde la semiótica hay trabajos sobre los discursos, pero hipótesis fuertes sobre lo que hoy son los medios en la Argentina creo que realmente hay muy poco.

- Oscar Landi era otro referente en estos temas.

Mirta Varela: Pero me parece que desde esos trabajos hasta ahora hay un vacío, hay una cantidad de temas que no han sido trabajados en absoluto.

- Al principio de la democracia se empezó a trabajar desde la mirada más ideológica, para ver qué vehiculizaba el contenido de los medios.

Mirta Varela: Más bien fue la entrada cultural, fue el momento de Landi, de Ford, de revisión



de las hipótesis ideológicas de los 70' desde una perspectiva cultural. Todos los casos que mencionamos tendieron a pensar qué ocurría con las audiencias, sobre todo, Aníbal Ford me parece paradigmático o Landi, sobre Olmedo. Te diría que Jesús Martín Barbero fue un articulador de todo esto de manera fuerte, es decir, pasar de los medios a las mediaciones suponía correrse de los medios para leer el público. En Aníbal Ford me parece que esto es claro porque él que venía de la literatura se puso a trabajar con herramientas sobre todo antropológicas. Es decir, pasó del análisis literario al análisis antropológico, un movimiento que era muy interesante pero que al mismo tiempo dejó vacante la vuelta sobre los medios. No estoy cuestionando ese pasaje, creo que fue renovador para el trabajo desde los medios. Pero me parece que desde los 80' a ahora pasó mucho tiempo y está muy poco claro qué es lo que ocurrió exactamente con los medios. Desde la semiótica hay hipótesis teóricas de las transformaciones de los medios pero con poco trabajo empírico, para realmente ver qué transformaciones hubo. Sería muy útil volver sobre una lectura de los medios con hipótesis renovadas. Me comentaron que mi materia en Buenos Aires, Historia de los Medios, no existe aquí, desapareció del plan de estudios de la licenciatura en Comunicación. Algo que me resulta aberrante, es decir, ¿cómo alguien puede trabajar sobre medios sin conocer cuál es la historia? En todas las discusio-

nes sobre la Ley de Medios aparecen, permanentemente, temas que tienen que ver con cuestiones históricas fuertes que inciden de manera directa en las políticas de medios en la actualidad. Y, sin embargo, no tenemos conocimientos respecto de qué ocurrió.

- ¿Qué estás investigando actualmente?

Mirta Varela: En este momento tengo dos proyectos en los que estoy trabajando fuerte. Uno tiene que ver con la historiografía de los medios, es un proyecto para discutir y sentar algunas bases teórico metodológicas de historia de los medios para tratar de pensar cómo se escribió esa historia hasta el momento. Y qué renovaciones hubo en el campo historiográfico, sobre todo en el campo cultural, en los últimos 30 o 40 años y cuánto de eso fue introducido o no en la historia de los medios. Y el otro proyecto, en el que estuve mucho más involucrada en este último año, es sobre la representación de las masas en los medios audiovisuales, especialmente en la televisión. Es un grupo que dirijo donde también hay gente que trabaja sobre cine y la hipótesis tiene que ver con pensar, especialmente, desde el Cordobazo hasta el 2001, los modos de transformación de la representación audiovisual de las masas en el espacio público y en la política. Partimos de la hipótesis de que la concepción republicana de la democracia tenía



como dos patas, el voto y la política en las calles, y que la prensa gráfica sirvió como portavoz para estas cuestiones, como articulador de estos distintos elementos. Tratamos de pensar cómo se rearticulaban estas relaciones, sobre todo a partir de la televisión. Es decir, a partir de todas las críticas sobre la desmovilización que ha provocado la televisión, intentamos pensar inversamente cómo la televisión representó a la política en las calles. En ese sentido, en la Argentina el Cordobazo fue el momento en el que, por primera vez, la televisión representa un hecho político de envergadura con las masas en el espacio público. El 2001 sería el otro extremo, son como dos momentos de transformación de los medios. Hay cambios significativos: el modo de registro, las cámaras, hay una incorporación de cámaras diferentes, de tecnología muy distinta. Empiezan a usar el sonido directo, la cámara más liviana. En parte, tiene que ver con una transformación técnica y de modos de repre-

sentación técnica y estética, y cómo esto incide en lo que allí aparece en imágenes. Algo notable es que todo el cine político de comienzos de los 70 usa las imágenes de televisión, las levanta porque hay una muy buena calidad, las imágenes del Cordobazo son realmente interesantísimas. El 2001, a la inversa, es un momento en que la televisión ya tiene una presencia enorme en los acontecimientos del 19 y 20 de diciembre pero hay una cantidad de videastas que salen a filmar lo que está ocurriendo con cámaras de todo tipo y hay otra forma de registro. Pino Solanas es el único que no usa las imágenes de televisión, las usa antes del 69, pero en Los Hijos de Fierro, que es el único film político de principios de los 70', casi no usa archivos de televisión. El produjo el Cordobazo ficcionalmente, arma una serie de escenas y es muy interesante cómo, a lo Godard me atrevería a decir, con poca gente, poco escenario. Pero todos los demás usan el archivo de televisión. ■



Entrevista a José Luis Fernández

«No toda mediatización del sonido es radio»



José Luis Fernández es Doctor en Ciencias Sociales (UBA) y Titular de la Cátedra Semiótica de los Medios en Cs. de la Comunicación (FCS-UBA), dicta seminarios de posgrado sobre Semiótica e Historia de los Medios en universidades públicas y privadas, ha publicado “Los lenguajes de la radio” (Ed. Atuel), “La construcción de lo radiofónico” (La Crujía Ediciones) e individualmente o en equipo, presentó

decenas de trabajos en publicaciones y congresos especializados. Desde hace años dirige proyectos de investigación con subsidios de la UBA bajo el título general “Letra e Imagen del Sonido”. En esta entrevista relata su recorrido en la investigación sobre los lenguajes mediáticos y sobre el medio radiofónico en particular, y desde allí, expone su postura ante el desafío de reflexionar sobre el futuro de los medios.



Dr. José Luis Fernández

-¿Cómo ha sido tu recorrido por el campo del sonido?

Fernández: Hasta ahora tengo dos libros sobre radio. Uno de ellos, “Los lenguajes de la radio”, en realidad es un libro de 1994 que la editorial siguió publicando hasta el 2004, por lo menos. Lo que tenía ese libro como valor agregado era que el foco estaba puesto en constituir a la radio y a su lenguaje o lenguajes en un punto de equilibrio, en un punto de equivalencia con los otros medios. La radio siempre fue considerada como una especie de hija boba de la televisión, como una televisión sin imagen o como una fuente maravillosa de imaginación por no tener imagen. A mí me parece que el esfuerzo de ese libro estuvo puesto en un enfoque espacial de la radio y, a partir de allí, es posible comparar los espacios construidos por la radio con los espacios construidos por la televisión y la gráfica, por ejemplo. En ese momento también le presté mucha atención a la cuestión de la toma directa, ya que fue con la radio que aparece por primera vez la posibilidad de producir, emitir y recibir un mensaje o un texto, en el mismo mo-

mento. Ese es el parecido que tiene la televisión con la radio, la televisión sigue en directo. En “Los lenguajes de radio” quedaron esbozados los tres lenguajes de este medio de acuerdo al tipo de espacio construido. Hay un espacio específico de la radio, que es el más interesante, y que se llama radio emisión. El mismo alude a su rol como articuladora o constructora de espacios que no existen fuera de ella. Los otros lenguajes son la negación de todo espacio, que es cierta programación de la FM que llamamos radio soporte, donde la radio aparece como escondida. Por último, está la radio utilizada como una especie de puro cable, de puro canal en el que la radio hace llegar a tu casa eventos importantes de la sociedad, como un concierto, una ópera o teatro. Eso fue “Los lenguajes de la radio”. Además, también vengo dirigiendo proyectos de investigación sobre medios de sonido y los modos en que desde diez o doce años atrás, otros medios hablan de los medios de sonido en el que estamos construyendo la historia de lo fonográfico, la historia de lo telefónico y la historia de lo radiofónico en la ciudad de Buenos



Aires. Este año en La Crujía hemos publicado “La construcción de lo radiofónico”, que es un conjunto de trabajos productos de esa investigación y enfocados en ese tiempo. Es un libro, por decirlo de algún modo, diacrónico, es decir, qué era la sociedad antes, sin radio y qué es la sociedad después, con radio. Contiene dos grandes partes, una larga introducción, que es un intento de fundamentar una historia de los medios desde la semiótica, tomando como ejemplo los medios de sonido y especialmente los radiofónicos y luego, diez artículos de monografías en las que se presentan los primeros momentos de los grandes géneros radiofónicos y de la comunicación institucional de las radios. En esa parte, es interesante ver cómo los procesos de construcción de géneros son procesos lentos. No es que el radioteatro se construye de un sólo gesto, sino que hay trabajos de distintos géneros previos, distintas maneras en que se va aprendiendo a manejar el dispositivo, es el dispositivo técnico puesto en juego. Además, hay una parte que es muy interesante en la que se va mostrando cómo a través de los medios de transmisión deportiva se va construyendo un espacio específico de la radio, donde se combinan, por ejemplo, el punto de vista desde un avión con el punto de vista desde un estudio, el punto de vista al lado de la ruta, en la curva, en la llegada, en la salida, más la publicidad, eso es lo que nosotros consideramos que constituye el aporte de la radio hoy en día.

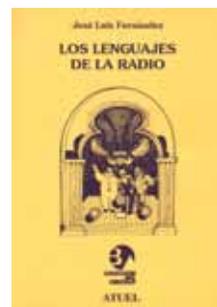
-En ese marco, ¿cómo fue evolucionando el medio radial, específicamente en el plano de la producción?

Fernández: Creo que, cuando Eliseo Verón plantea la muerte, por ejemplo, de la televisión, cuando Carlos Scolari trabaja sobre lo viejo y lo nuevo o cuando se habla de nuevos medios y nuevas tecnologías, sus afirmaciones tienen la importancia de ser gestos provocadores que te obligan a tomar decisiones. Los que trabajamos en ciencias sociales siempre estamos trabajando, construyendo diagnósticos, pero, en general, se nos consulta para establecer pronósticos. En ese sentido, el presente es un momento muy interesante, porque yo trabajo, como muchos de nosotros, para compañías que tienen que ver con tecnologías de información, telecomunicaciones, medios audiovisuales o medios de sonido, y es impresionante ver que, en medio de este clima de expansión ilimitada y de un futuro que está por llegar, en realidad nadie sabe cómo van a ser las cosas dentro de pocos años. Nadie sabe si vamos a percibir por pantalla u holográficamente, si van a seguir viviendo los medios de sonido, si nos vamos a manejar por teclado o por voz. El capitalismo está haciendo un brutal esfuerzo de sobreinversión, porque hay que invertir en todo. Las grandes empresas electrónicas, por ejemplo, están invirtiendo o tratan de tener un lugar tanto en la fabricación de chips como en la publicación de contenidos, tienen

canales de televisión o productoras cinematográficas, radios, revistas, fabrican pantallas, fabrican teclados, no se sabe bien, ese es el contexto general. En él, todos los que supuestamente sabemos sobre estos temas, estamos constantemente interpelados por la falta de un pronóstico y la dificultad de diagnóstico frente a una sociedad y a un sistema tecnológico que cambia constantemente. Ahora, lo que podemos aportar los que supuestamente sabemos de medios, es tratar de reflexionar constantemente sobre qué es un medio. Todos sabemos que un medio es un sistema complejo donde intervienen cuestiones técnicas, discursivas y de usos o de reflexiones, donde se referencian esas cuestiones técnicas y discursivas. Son como tres planos que todo el tiempo están en interacción pero que tienen vidas relativamente independientes. Actualmente, en el caso de la radio hay dos cuestiones de dispositivo totalmente diferentes. Una de ellas remite a que, hoy en día, en vez de llegar por radio o por cable, el sonido llega por banda ancha a través de los parlantes de la computadora. Eso tiene que ver con el sistema de transmisión, si yo recibo el mismo texto, la misma producción discursiva, así lo reciba en el parlante del auto o en el parlante de la computadora, no se puede decir que la radio está cambiando, simplemente se está adaptando y aprovechando la tecnología para evitar interferencias, modos de contacto.

-Eso en cuanto a los cambios en el soporte técnico, pero ¿qué ocurre en lo discursivo y en los usos?

Fernández: Justamente, en la medida en que vos tenés el sonido en tu PC, podés grabar lo que querés, editarlo, reproducirlo, cortarlo, quedarte con una parte, combinarlo con otras. Eso evidentemente interactúa con respecto a la radio pero no es la radio, es una especie de práctica diferente de uso de la radio, en la que vos podés manipular mejor tus gustos radiofónicos y armar tu propia programación, pero de ninguna manera sería radio, si bien actualmente se está entendiendo como radio. Ese, por ejemplo, es uno de los aspectos a discutir. Los roles de los medios de comunicación son diversos pero uno de ellos todavía no está puesto en cuestión, y es que los medios tienen su importancia a partir de su rol de centralizadores de ciertos verosímiles sociales, no necesariamente informativos sino también ficcionales. Es decir, la radio, la prensa y la televisión construyeron su importancia a partir de que construían una palabra, un sonido, una audiovisualidad que resultaba de interés a grandes conjuntos de la población, nunca a la totalidad, ya que la segmentación no es un fenómeno nuevo sino que los medios siempre fueron leídos de distinta manera por distintos sectores de la población. En este sentido, es Internet lo que está haciendo ruido, de ser un medio, es un medio distinto, no es un



Blog de la cátedra y Libros publicados por Fernández

medio de masas, es una red y una red donde es difícil construir jerarquías emisoras. Es posible pensar una sociedad donde toda la información social, global se maneje por redes y donde uno entre y capture, pero para que una sociedad sea considerada una sociedad, lo que en mi opinión es irremplazable, es la función de centralización de los medios. Si se disuelven los medios, debería ser muy fuerte y muy represora la operación política y cultural, para que fuera posible decir, por ejemplo, qué es Rosario hoy, si no lo dicen los canales rosarinos, las radios rosarinas, La Capital peleando con el gobierno y las instituciones políticas como ocurre actualmente, si todo desapareciera en Internet, me pregunto quién sería el que establecería las fronteras de algo. Es difícil, para mí, pensar que se disuelvan las fronteras discursivas de lo cultural. Eso me parece que es lo

que falta analizar, que no toda mediatización del sonido que incluya palabras, sonidos, ruidos y música, es radio. Es radio si construye un espacio de interacción y distribución con una audiencia. Que las audiencias internamente sean diferentes, es otro tema. Siempre digo que la propuesta utópica de la década del 60', que decía que la radio diera y los oyentes recibieran, era una decisión del sistema. Porque, en verdad, todo mecanismo emisor, como el teléfono, también podría ser un mecanismo receptor. La radio es un mecanismo telefónico al que le sacaron el procedimiento emisor. Ahora bien, el hecho de que cualquier individuo o grupo tenga acceso a una onda o a una señal masiva, no implica que la sociedad lo acepte como masivo. La radio no es la radio, la televisión no es la televisión o la prensa no es la prensa, porque emiten, sino porque hay sectores que la

leen, la discuten, la procesan, la impugnan. El límite creo que aparece en esta movida tipo Youtube donde todos podemos subir nuestros textos a la red, todos somos emisores, pero los procedimientos de selección por los que esos textos se van a convertir en textos masivos van a poder ser previsibles o no van a ser sistemas masivos.

En este escenario de aplicaciones como Youtube o Flickr, en los que cualquier usuario puede subir un video, un fragmento de audio o de una noticia, ¿cuáles serían los roles que debe asumir un profesional de la comunicación trabajando en un medio masivo o cuáles serían los pasos a seguir para diferenciar la labor profesional?

Fernández: Cualquiera hace fotografías y eso no nos convirtió a todos en fotógrafos o emisores fotográficos. Asimismo, los medios de sonido para los sistemas de intercambios masivos requieren profesionales y creo que los profesionales de la comunicación están obligados a la excelencia a la que siempre estuvieron obligados, al conocimiento de la tecnología, aunque el problema de la incorporación de la tecnología y los sistemas discursivos es sólo un problema de los pretecnológicos, porque los posttecnológicos los incorporan naturalmente. Lo interesante de los medios es que, desde la aparición de los sistemas que hemos denominado como iniciales, aparece la posibilidad de la performance individual y hasta corporal. Es decir, cuando uno

toma la palabra en una radio no la toma sólo con sus contenidos, sino con la carraspera de su voz, su catarro, su ronquera, con los rasgos que la noche anterior ha dejado en su desempeño. Y cuando está en un sistema audiovisual, emite sus contenidos con su obesidad o no, con su cabello largo o su cabello corto, con el maquillaje puesto de cierta manera o de otra, con la ropa de noche, con la ropa de la mañana o la ropa para hacer deporte. En ese sentido, creo yo que los cantos de sirena de la tecnología que constantemente se estimulan, todavía conviven lejanamente con la búsqueda de la excelencia. Entonces, por un lado todos estamos de acuerdo en que hay que usar las nuevas tecnologías y que, por otro lado, hay que ser un buen profesional, inteligente, informado, criterioso. De lo que todavía la teoría o los que estudiamos estos temas no nos hemos hecho cargo, me parece, es de la incorporación definitiva, pero de veras, de la performance individual en la práctica mediática, eso que Internet te permite tapar. Vos podés ser una dulce sílfide que esconde a un patovica furibundo. En el mundo de los medios masivos de la radio, de la televisión y el mundo de lo fotográfico no podés ser un tipo delgado hablando y ser gordo corporalmente. Ahí hay una encrucijada que creo que se va a resolver en el futuro y que los jóvenes profesionales enfrentan muchas veces sin tener un espacio de reflexión sobre ello. ■



El desafío de organizar y diseñar la información

Diego Pimentel es especialista en diseño interactivo. Se graduó de Arquitecto en la UBA, pero su labor profesional y académica se ha desarrollado en el campo de la comunicación visual y las nuevas interfaces. Es profesor de grado y posgrado en la Facultad de Arquitectura, Diseño & Urbanismo de la UBA y en el Instituto Universitario Nacional de Arte – IUNA. Ha dirigido proyectos de investigación en usabilidad de sitios web y visualización de datos y actualmente desarrolla tareas de investigación en el campo de la realidad aumentada. En el 2004, junto a Arturo Montagu y Martín Groisman, publicó el libro *Cultura digital, Comunicación y Sociedad*.

- ¿Cómo comenzaste a trabajar con tecnologías digitales?

Pimentel: En 1996, en el centro de investigación donde yo trabajaba, había que hacer un sitio web. Entonces me ofrecí a enterarme cómo era esto del HTML, y cuando aprendí a hacer un

link mi cabeza cambió totalmente. Con el tiempo, me fui volcando hacia las interfaces gráficas y hacia el diseño gráfico, más que hacia la arquitectura.

- ¿Te sirvió tu camino por la arquitectura para el trabajo en los espacios virtuales, por ejemplo, para pensar la organización de la información?

Pimentel: En realidad, ¿qué es lo que sucede? El espacio físico tiene leyes que la realidad virtual altera. Si uno está criado en una escuela donde uno aprende las leyes físicas, cuando uno modela el espacio virtual muchas veces sigue esas mismas reglas. Sin embargo, en la organización de lo virtual a veces es más interesante aproximarse sin esa formación de los espacios físicos, porque justamente lo que la realidad virtual permite es alterar esas leyes que durante siglos hemos aprendido como dogma. Así como se aprende el texto, como una unicidad textual y como un sentido de orden aristotélico lineal, donde hay principio, medio y fin y luego el hipertexto rompe esa lógica. La realidad virtual rompe primero la noción de habitabilidad de

Arq. Diego Pimentel



un espacio, no son espacios habitables. En segunda instancia, lo que rompe es la necesidad de la existencia de un espacio material, porque en realidad lo único que uno percibe son estímulos a través de sensores y mecanismos que generan que nuestro cuerpo sienta que está en otro lugar. Eso con respecto a la realidad virtual. Pero la arquitectura de información en realidad habla de una cosa mucho más profunda y más estructural, que es cómo organizamos los sistemas de información. Y los sistemas de información son evidentemente problemas hartos más complejos que los de un edificio o los de una ciudad.

- Los que diseñan la información en una página Web o en un CD ROM quizá caen en lo que vos decías, en replicar los espacios físicos. Cuando se desarrolló la interfaz gráfica por primera vez, desde Apple hacia delante, trataron de replicar, un basurero para tirar un documento, una casa para volver a home, por ejemplo.

Creemos que esas metáforas son bastante deficientes, porque todo el tiempo nos perdemos,

todo el tiempo estamos desorientándonos en la web. En los contenidos, por ejemplo en la llamada web 2.0 pareciera que hubo un salto cualitativo con respecto a la versión anterior, pero no así con la interfaz gráfica o con el diseño de la información. Y más ahora con el avance del multimedia.

Pimentel: Sí, básicamente lo que hay es basura, hay mucha basura en internet. Pero ¿por qué? Porque no estamos preparados para borrar esa educación lineal de principio, medio y fin y pensar las cosas en términos realmente hipertextuales, en donde no hay un principio, no hay un medio y no hay un fin, por ende no hay un centro. Los diseñadores están acostumbrados a tener que imprimir, pero ahora hay reglas nuevas, en donde no hay que imprimir. El diseñador gráfico tampoco entiende el problema del tiempo, porque no es parte de su formación. Entonces, si el diseñador audiovisual no entiende de tipografía ni de manejo de información y el diseñador gráfico no entiende del manejo audiovisual de la historia del tiempo y de cómo contar una historia en un nuevo medio, lo que



estamos detectando es que no existe una formación de grado universitaria preparada para resolver los problemas de la aceleración del conocimiento.

- ¿Qué autores o visiones aportarían a una mejor comprensión de esa aceleración del conocimiento?

Pimentel: En este momento, estamos trabajando en vincular a tres autores que hablan desde tres conocimientos totalmente distintos sobre la historia. “La historia de la percepción burguesa”, de Donald Lowe; “El límite de la complejidad”, de Theodor Modis, un físico que es tomado por Raymond Kurzweil, un futurólogo experto en interfaces, y Ernst Gombrich, autor de “Historia del arte.” Ernst Gombrich dibuja una serie de líneas donde uno puede percibir, desde los sumerios hasta el Pop Art, diferentes movimientos artísticos. Lowe separa la historia en cuatro etapas, desde la cultura oral hasta la cultura electrónica. Y Theodor Modis trata de establecer en la historia del mundo, no de la humanidad, tanto en las Ciencias Naturales, en la historia del Universo, como después en la historia antropológica del hombre, los hitos que marcaron un momento donde la humanidad fue capaz de modificar un paradigma o que se modificó un paradigma en la historia del mundo.

- Como si fueran compuertas evolutivas que

marcan un antes y un después, con cambios significativos.

Pimentel: ¿Qué es lo que sucede? Tanto en el caso de Modis como de Lowe y Gombrich, esos cambios son cada vez más rápidos, pero de una manera extremadamente acelerada desde 1900 hacia acá. Y a esto le sumamos que en el 1900 se trabaja desde la lógica de la cultura de masas, por la superposición.

- Coincide con el auge de los medios de comunicación.

Pimentel: Totalmente. La aparición del teléfono como medio de comunicación, el uso de la electricidad como algo difundido en las grandes concentraciones urbanas, el periódico como medio que va a hacer otra vez volver a una superposición. Hay que leer, por ende, la vista es más importante que el oído, pero eso se superpone con la radio, en donde el oído es más importante que la vista. Todos estos fenómenos que van pasando desde 1900 hacia acá hacen que el conocimiento llegue a tal lugar en donde cada tres o cuatro años, hoy en día, se produce un cambio de paradigma. Modis sostiene que se llega a un límite donde hay dos posibilidades: una curva que vuelve o un límite que explota. El límite que explota es la Inteligencia Artificial. O sea, un momento donde las máquinas ya van a pensar por sí solas, van a aprender y obrar por sí mismas. Según el paradigma exponencial, es-

taríamos muy cerca de la Inteligencia Artificial. Pero en teoría, a partir de ahora volveríamos a cambiar cada vez más lento. Lo que queda claro es que si hoy se cambian cada cuatro años los paradigmas y las carreras de grado duran cinco, cuando un estudiante entra a la facultad el mundo es uno y cuando sale el mundo es otro. Si uno enseña a resolver problemas para el día de hoy, evidentemente, la educación es la que vive una gran crisis. Este diálogo entre Gomblich, Modis y Lowe es una llamada de atención a la planificación académica de las Universidades, hacia reforzar la idea de la capacitación continua, la vuelta a las aulas en todas las instancias de postgrado, a un lugar donde siempre vamos a seguir siendo estudiantes.

- La idea es brindar herramientas, dentro del ámbito universitario, para continuar investigando siempre, además de los contenidos que quedan obsoletos todo el tiempo.

Pimentel: Dentro del ámbito universitario y dentro del ámbito político, dentro del ámbito médico. No hay una globalización de la educación a nivel mundial, no hay una globalización de la salud a nivel mundial, entonces, esas son algunas de las deudas que el sistema global en el cual vivimos tiene que resolver. Después de la caída del muro de Berlín se da la expansión de los mercados hacia Europa del este. La expansión hacia China. Eso genera que exista internet

como un medio, no de comunicación, sino como un medio también de distribución económica, de venta de productos. El proceso de aceleración tecnológica hace que las computadoras sean cada vez más baratas y más pequeñas. Después, si esas computadoras las conectamos entre sí a través de una red, tenemos internet. Si hacemos que esa red funcione rápido, internet se fortalece. Ahora, dos de cada diez personas en todo el mundo acceden a Internet. No ocho de cada diez, dos de cada diez. Nosotros estamos en un país en vías de desarrollo donde, supuestamente, cinco de cada diez personas ingresan a Internet, en teoría, habría que ver la confiabilidad de estas cifras.

- Todo el tiempo vemos que este tipo de estadísticas está tan cruzada por intereses mercantiles que no se diferencia mucho lo que es difusión de publicidad, por ejemplo, en los suplementos de informática o en distintos medios.

Pimentel: Sin embargo, también hoy están las redes sociales donde los usuarios tienen poder. La noción del prosumer, este tipo que deja de consumir información para producir información le da posibilidades a Taringa de ser número uno por sobre Clarín.com, algo que en 2008 sucedió por primera vez en la historia de internet en Argentina. Entonces, las redes sociales permiten esas cosas.



Un mundo de interfaces

- Desde tu lugar de diseñador, ¿cómo ves la evolución de la interfaz gráfica?

Pimentel: Lo que queda claro es que estamos en un mundo de interfaces. La interfaz no existe solamente en la computadora, sino que hay interfaces en los dispositivos celulares, en los cajeros automáticos, en el semáforo. Porque el semáforo es una interfaz, la tijera es una interfaz. Los objetos mutan en interfaces y las interfaces hoy son líquidas. Antes eran objetos y hoy son líquidas

- Son transparentes ...

Pimentel: El concepto de transparencia es un concepto sistémico. Los ingenieros en sistemas sostienen que un sistema transparente es algo que al usuario le brinda información sin saber qué es lo que pasa por detrás. Es decir, ahí la palabra transparencia es evidentemente polisémica porque si el usuario no sabe lo que pasa, eso no sería transparente. En el ejemplo que cita siempre Gui Bonsiepe en “Del objeto a la interface”, hay una interface que está dada por la persona, la tijera y el papel en la acción de cortar. El mundo hoy no tiene que preocuparse solamente por la tijera y cómo producir una tijera, el material, cómo es la ergonomía con respecto al agarre, sino también tiene que pensar en ese usuario, en el grosor del papel,

en el lugar donde esa persona va a estar cortando, en la intensidad de luz sobre la tarea de esa persona. Entonces, el objeto deja de ser el problema, para pasar a serlo la interface. En las interfaces gráficas lo que hubo fue una gran revolución: de los expertos en computadoras que eran los únicos que podían manejar la información a los neófitos que comenzaron a manejarla a partir de la existencia de ventanas y mouses. El primer desarrollo de interface gráfica fue de Xerox, después se lo copia Apple y después se lo copia Bill Gates, o sea, Bill Gates copia dos veces, primero a Apple que había copiado a Xerox. Desde ahí, de las ventanas, hasta hoy no ha habido mucho cambio en las interfaces de las computadoras. Diría que hubo cambios de procesamiento de imagen por este proceso de la generación tecnológica que hace que las computadoras sean más baratas, en teoría, y más rápidas. Esas interfaces gráficas igual siguen siendo producidas por personas que están capacitadas en una enseñanza del diseño tradicional, donde la tipografía era un problema, no de pantalla, sino un problema de lectura en un tipo de impresión. Entonces, hay que estudiar la tipografía y la iconografía en su rendimiento en una interfaz gráfica. Es imposible desconocer el contexto en que el usuario va a estar usando algún dispositivo.

- Vos hablás de la interfaz líquida, ¿la podrías definir?

Pimentel: En realidad, cuando yo hablo de una interfaz líquida, es como una reinterpretación de lo que en 1991 Marcos Novak llamó arquitectura líquida. La arquitectura líquida eran objetos que él diseñaba con sistemas de representación gráfica en 3D, que no eran necesariamente una arquitectura habitable, y después eran espacios de realidad virtual. Por ejemplo, en las grillas impresas se estableció un número de columnas, es imposible que uno pueda meter más de siete a once palabras por renglón, es como una regla histórica. Pero, en una página Web, con las interfaces líquidas eso muta. Y uno tiene que entender que un sitio Web va a ser leído por una persona que tiene una computadora con una resolución de 800x600 o de 1024x768 o de 1280x960, de una proporción de 4-3 o de 16-9, o en un celular como el iPhone, donde por un sistema de multi touch se puede ir ampliando esa información. Hay sistemas que, a partir de la posición del ojo, hacen que el mouse se dirija a diferentes puntos de la pantalla. Eso que pensábamos que era potestad de la Nasa ahora se incrusta en cámaras que cuestan menos de 200 dólares, para sacar fotos. Entonces, todas estas son cuestiones tecnológicas que no necesariamente están modificando pautas culturales.





- ¿Y cómo es ese proceso? Porque uno piensa a estas tecnologías de información y comunicación muy vinculadas al diseño de prácticas nuevas. Por ejemplo, con los procesadores de texto ya no escribimos como antes.

Pimentel: Tomemos como ejemplo el celular. Ese celular que te está sonando todo el tiempo hace años no existía, y cada vez más va a pasar por un proceso de convergencia donde a través de ese celular en pocos años vamos a tener una computadora y vas a conectarte con tu heladera y vas a pedir al supermercado que te traiga cosas, etc, etc. El Motorola de pantalla blanco y negro que yo tenía en el 2004, después cambió por uno de pantalla color, que después cambió por un Blackberry que con una ruedita uno lee información, que después cambió por un iPhone con una interfaz multi touch, donde la conexión es por Wifi. Ahora, yo soy la misma persona que en el año 2004.

- ¿Creés que cambió algo en el periodismo o en el hacer periodismo a partir de estas tecnologías?

Pimentel: Yo estoy convencido de que el mismo problema que tiene el estudiante de diseño gráfico tradicional, que enfrenta una problemática cotidiana con las interfaces como práctica necesaria para sobrevivir, la tiene el estudiante de periodismo que cuando se convierte en un licenciado, o antes de ello, comienza a trabajar

en un medio. Escribir para un medio impreso es totalmente distinto a escribir para un medio digital. Entonces, yo me pregunto hasta qué punto nosotros hemos producido transformaciones en la enseñanza que permitan entender cómo aprovechar y potenciar esos nuevos medios. Yo creo que no es la Universidad la que lo hace, son los propios estudiantes devenidos después en profesionales los que tienen que modificar cosas para luego volver a instancias de Universidad para dictar postgrados sobre estas cuestiones, por ejemplo. Pero tiene que ver con el hacer y tiene que ver con una cuestión de ser autodidacta por necesidad. Yo de hecho nunca estude diseño gráfico y tengo un estudio de diseño.

- La misma práctica te lleva a investigar.

Pimentel: La práctica me obligó a reflexionar sobre un montón de cuestiones que después me han permitido ver hasta qué punto es necesaria la interdisciplina. Yo creo que la interdisciplina es como una palabra muy declamada pero muy poco practicada. Yo me crié en una facultad que se declamaba interdisciplinaria por el hecho de haber convertido una única carrera de arquitectura en una facultad donde conviven la arquitectura con el diseño gráfico, el diseño industrial, el diseño de imagen y sonido, el diseño de indumentaria y textil y el diseño de paisaje. Esos cinco diseños y la arquitectura son parte del mismo ecosistema facultativo, que comparte

un único año de ciclo básico común y después algunas materias sobre el final que son electivas, y no se construye lenguaje en común. Para el arquitecto, el diseñador gráfico es el tipo que viene a pegar el cartelito. Para el diseñador gráfico, el arquitecto es el que me quiere imponer algo pensando que sabe más que yo. Y esto sucede en un medio cuando el diseñador no tiene un lenguaje en común con un comunicador social para poder dialogar sobre la construcción de un medio. Hay que planificar un medio desde un lugar, y hay una disciplina, que es la disciplina de la arquitectura de la información ausente en la formación de esos profesionales que, aprendiéndola, podrían convivir y coexistir de una manera super eficiente.

- ¿Cómo ves hoy los desarrollos de la arquitectura de la información?

Pimentel: Muchas de las cosas que se pueden leer en los libros de Jacob Nielsen y en los expertos de usabilidad y arquitectura de la información americanos y europeos -y acá los

meto a los dos en la misma bolsa- es que ellos cobran en euros y dólares y tienen una realidad sociocultural distinta, y una interacción con sus proyectos distintos a los de la realidad latinoamericana. Por eso, cuando reflexionamos sobre la arquitectura de la información, nosotros lo hacemos desde otro lugar, entendiendo que acá hay otra realidad y que uno no puede nunca copiar recetas. Hay, necesariamente, que construir un híbrido a partir de resignificar el lenguaje, la práctica y la ciencia. De lo contrario, pareciera que hay un dogma. La interface tiene que tener un 20% de navegación y un 80% de contenido. ¿Por qué? Los links tienen que ser en azul y subrayados. ¿Por qué? Una página cuesta 3600 dólares de análisis heurísticos. Me encantaría cobrar eso; o como cuando uno lee en la Communication Arts cuánto cobra un director de arte, un diseñador senior, un diseñador junior, un gerente. Ojalá uno cobrara acá lo que se cobra allá. Acá se cobra de otra manera, Buenos Aires no es Manhattan y fuera de Buenos Aires hay otra realidad también bastante distinta. ■



«Los desarrollos de televisión digital e interactiva y de televisión móvil están atrasados en nuestro país»

Matías Manna

Ariel Barlaro es fundador y director de Convergencia Research. Investigación y consultoría en telecomunicaciones, media e internet en Latinoamérica. Docente de Laboratorio Multimedia II de la carrera de posgrado Especialización en Comunicación Digital Interactiva de la Facultad de Ciencias Políticas y RR.II de la Universidad Nacional de Rosario (UNR). Durante su estadía en Rosario conversamos sobre las tendencias con respecto a nuevas pantallas y nuevos formatos audiovisuales.

En Argentina, lamentablemente, por cuestiones de regulación, existe una imposibilidad de unir a las telecomunicaciones y lo audiovisual. Todo lo que tenga que ver con el avance en relación a la televisión digital, televisión interactiva, está todo muy trabado con respecto a otros países de la región.

Sería muy importante crear un polo de investigación y de desarrollo de estas nuevas tecnologías y de nuevos formatos. Creo que se va a dar, se está dando en otros países de la región como Colombia o como Uruguay. Los actores que están involucrados en estas temáticas han priorizado otros lugares para desarrollos. Por ejemplo, Uruguay ya lanzó televisión broadcasting móvi y tiene un polo interesante de televisión interactiva. Igualmente, no creo que este país sea líder porque le falta una industria de la televisión. Creo que se va a trasladar a Buenos Aires que es donde está, prácticamente, esa industria. Esto tuvo que ver con algo especial como es el apoyo de Europa que está dando apoyo a Uruguay en la televisión móvil ya que desarrolló su tecnología sobre la plataforma europea DVB.





Ariel Barlaro

Este freno regulatorio en Argentina, para que las empresas de telecomunicaciones y de servicios en general puedan meterse en el negocio de la televisión, hizo que nuestro país hoy se encuentre en la cola de algunos procesos que se están dando como el desarrollo de IPTV y televisión móvil. Prácticamente, no puede verse televisión móvil en Argentina, algo que en Estados Unidos ya está instalada, en Uruguay mismo y en Brasil. No es muy importante en estos lugares, pero por lo menos les permite experimentar a la gente que está en esa industria. Y, aquí, hay miedo a experimentar.

Nuevas pantallas, nuevos formatos

Podríamos contabilizar dos pantallas nuevas: la PC y el teléfono. Aunque habría que incluir, por ejemplo, al cine ya que estamos hablando de una digitalización de todas las redes y de todos los formatos. Dentro de cada uno de estas pantallas hay nuevas pantallas. La televisión móvil puede ser la de un televisor de un auto, la pantalla de una notebook, el reproductor de

móvil portátil, de un celular. No es lo mismo la televisión de un living que la de un dormitorio. Y debemos poner énfasis en los niveles de interactividad que van a ser muy distintos. Existirán diferentes modos de relación con la pantalla. De acuerdo a cada entorno, vamos teniendo distintos niveles. Así, el formato se va volviendo complejo y se va multiplicando muchísimo.

En este contexto es importante remarcar que lo que va a intentar la industria de alguna manera es tener formatos lo más unificados posibles ya que la industria trata de ser eficiente pero podríamos encontrar diferentes formatos en otro contexto. Igualmente, las grandes marcas del medio son, en muchas ocasiones, las que terminan triunfando. Y éstas son las que imponen de manera hegemónica los formatos. Hablo de Disney, de Fox. Los formatos se están experimentando pero hasta ahora la industria como tiene que encontrar el negocio, todavía no desarrolló nuevos formatos. Desarrollarlos exige inversión y esto todavía no ocurrió, sólo hay algunas experimentaciones.

Dentro de los posibles nuevos formatos, lo



más interesante va a tener que ver con la llegada de la interactividad. Si no se lleva a cabo un movimiento muy grande en los próximos años, los nuevos formatos no van a estallar por el móvil. La televisión interactiva se dará en el mismo aparato de la televisión. La digitalización del broadcasting es el fenómeno más interesante y más importante de estos momentos en el mundo.

Los nuevos formatos interactivos hogareños son el mayor campo de experimentación con nuevos lenguajes. Existen personas que están trabajando muy fuerte en eso. Sobre todo en su

estandarización, no demasiado en los formatos. Por ejemplo, Rupert Murdoch, dueño de la cadena Fox, se relaciona con una Universidad de Perth en Australia que sería “la universidad Fox”, en donde se encuentra el instituto de mayor avanzada en el estudio de medios de televisión interactiva patrocinado por los mayores anunciantes mundiales.

Lo que están pensando es cómo va a ser la interactividad en un futuro, cómo va a ser el control remoto. Ellos piensan que el control remoto es uno de los patrones principales de la industria a modificar.

Televisión interactiva

La Televisión móvil, que en un momento fue una gran promesa, recién en estos momentos está encontrando su espacio por el avance de las tecnologías móviles. Existe una gran indefinición. Ha quedado congelado su desarrollo. Existirán nuevas tecnologías de banda ancha que posibilitarán un movimiento muy grande en la televisión interactiva. Dentro de los móviles, Italia es uno de los países donde hay sistemas de pago en estos formatos.

Lo primero que se intenta llevar a cabo son formatos publicitarios, que son los espacios más rentables. Existe un espacio de Universidades europeas que están trabajando con medios y empresas. La mayoría de las investigaciones bancadas por la Unión Europea, están destinadas a crear formatos interactivos de publicidad. Allí, se abre un campo terrible de trabajo. Existirán diferentes lenguajes con un abanico de posibilidades pero, todavía, no disponemos de certezas sobre esto.

En estas nuevas búsquedas, muchos quieren copiar el lenguaje de Internet. Esto ocurrió históricamente. Siempre cuando emerge un medio, los medios dominantes tratan de absorberlo y de copiarle su lenguaje. Pasó con la televisión y con el cine. Actualmente, la televisión está viendo como el lenguaje que lleva Internet está ocupando el mayor tiempo de ocio. Vemos como la televisión trata de colocar chats en sus pantallas

y como utilizan widgets.

Dentro de la telefonía móvil, Brasil está muy avanzado en estos momentos. Tienen un desarrollo muy alto. Sus tecnologías audiovisuales son fuertes y contienen un propio sistema de televisión digital, con plataformas propias y están desarrollando nuevas aplicaciones para introducir allí.

En Argentina, esto no ocurre porque habría que unir dos grandes patas, la creatividad de la industria televisiva con personas que vienen de la industria del software. Estamos tratando de unir partes, pero esto tiene que tener apoyo porque nada está siendo rentable. Aquí, no hay inversión en estos aspectos, contraponiendo la situación a otros países cercanos. Colombia está armando un fuerte sistema y se está posicionando muy fuerte en Latinoamérica.

Debemos mirar lo que está pasando en otros lugares, en nuestro país no tenemos una conciencia determinante en estos aspectos. Cuando hablamos de televisión interactiva, televisión móvil, en sus desarrollos, formatos, productos, parece que hablamos de un futuro lejano pero esto está ocurriendo en Uruguay, en Colombia y en Argentina, no. ■



«Twitter es el buscador del futuro»

Leticia Giaccaglia

En el Rosario Blog Day 2009, el periodista Darío Gallo habló sobre “Medios versus redes. Sospechas sobre el futuro”. Gallo es editor general de Perfil.com y ex-editor general de la revista Noticias. En septiembre de 2008 inauguró el blog Redacción abierta en el que relata el offline de un diario online. A continuación presentamos algunos fragmentos de su disertación.

Las redes sociales están afectando a los blogs y van a afectar también a los medios. Es posible diferenciar algunas etapas de los medios frente a lo nuevo, propongo el caso de Twitter porque me interesa destacarlo. Creo que en los medios hay cuatro etapas frente a lo nuevo. La primera es la negación, los medios siempre niegan lo que desconocen. En el caso de Twitter se dio entre el 2007 y el 2008, lo desacreditan, aparecen preguntas como ¿por qué más importante que yo sea por qué alguien va a seguirme? La segunda parte se inicia una vez que los medios ven que eso nuevo está entre la gente y ¿qué hacen?, lo denuncian, denuncian el pe-

ligro. Eso con Twitter ocurrió entre el 2008 y el 2009. Aparecen, por ejemplo, denuncias sobre la seguridad “Expertos en seguridad alertan sobre el peligro en las Redes sociales”. El tercer paso es la devoción, lo cual también es un problema. Que los medios sientan por una herramienta o una tecnología una devoción que los enceguezca es malo, está ocurriendo en el 2009. El caso de las elecciones en Irán, por ejemplo, donde Twitter tuvo gran repercusión y a partir de ahí los medios hicieron tapas no sólo en Estados Unidos sino en España y en Argentina. Tanto en Facebook como en Twitter, esta etapa de devoción hizo que salgan notas en medios más serios como en IEco de Clarín, donde se publicó, por ejemplo, que estas redes están obligando a las empresas a replantear sus estrategias con respecto al marketing. Ni lo anterior ni esto es bueno, lo mejor es adaptarse a ellos y considero que la adaptación es la cuarta etapa que creo que va a venir el año que viene, donde los medios van a comenzar a adaptarse.

¿Qué pasa en Argentina con medios como Twitter?. Hace unos meses, hicimos una encuesta a los twitteros argentinos. De las respuestas

Periodista Darío Gallo



tomamos un dato en particular: cómo se informan los usuarios de Twitter, qué fuentes de información toman. Casi el 80% elige los diarios on line y vemos, sin embargo, que más del 60% no sigue ni a Clarín ni a La Nación. En Perfil.com nosotros no teníamos usuario de Twitter hasta este año y sin embargo conocemos la herramienta desde que salió. Los que hacen el avatar de Twitter de Perfil.com, son dos usuarios que los conozco del 2007, son dos de las personas que yo traje a la redacción conociéndolos por Twitter, no tenía referencias de ellos por medio de otras personas sino sólo una relación en base a Twitter Ellos actualmente están a cargo de armar el usuario de Perfil.com con algunas premisas. La primera no invadir, y acá aparece de nuevo la cuestión de qué pasa con los medios de comunicación y Twitter, muchos colocan directamente el feed de las noticias entonces, si los seguís, te inundan, te pasan veinticinco noticias en cinco minutos y uno termina por dejarlos de seguir. La siguiente premisa, twitteamos aquello que le puede interesar a nuestros seguidores de Twitter, es decir, si hay





una noticia de tecnología indudablemente va a ser twitteada pero si hay un choque en Acasuso, eso no le interesa a nadie y no merece ser twitteado. La tercera premisa es responder, que es un tema complicado, sobre todo en los medios de comunicación porque eso lleva mucho trabajo y a pesar de que nuestros twitteros (@elfaco y @payitoweb) son expertos usuarios de Twitter, muchas veces les surge la duda y me consultan sobre una pregunta que recibieron. Se han acostumbrado a responder las consultas, creemos que eso es distintivo en Twitter y por eso lo estamos usando ahora, tal vez utilizemos Facebook mañana, no ahora porque no sabemos qué cosa hacer interesante en Facebook, entonces preferimos centrarnos en Twitter. Facebook, a lo mejor, tiene mucho para dar,

pero para el periodismo la herramienta ideal es Twitter. Estamos pensando cómo utilizar la filosofía de Facebook a nuestro favor sin hacer una red social, no queremos hacer más de lo mismo. Para graficar dónde te permite llegar cada herramienta, yo diría que Facebook es un transatlántico y Twitter una lancha costera.

Y ahora vamos a lo que decía al principio de la presentación, sospechas sobre el futuro, sólo podemos tener sospechas sobre el futuro. Estas son algunas:

-Editores de Twitter: creo que va a haber editores de Twitter y yo pagaría por ello. Llamo editor de Twitter a aquél que selecciona muy bien un tema, por ejemplo si hay alguien que a mí me promete que twittea lo más interesante de la industria periodística yo le pagaría para tenerlo.

-El relato en vivo: hoy es obligatorio para los eventos web y no web, creo que es imprescindible que en todo evento haya por lo menos dos twitteadores profesionales que nos digan lo que está pasando y para quien organiza es fundamental porque sabe que tiene una llegada al público directa. Creo que esto se va a terminar por imponer porque las empresas nunca quieren dejar de estar a la vanguardia. Más de uno de ustedes podría poner un aviso diciendo “soy twittero de conferencias” y va a tener trabajo. Con el tiempo habrá editores de Twitter, gente que cobrará un centavo de cada follower por la exquisita selección que haga.

-Menos blogs, pero billones de microblogs.

-**Twitter es el buscador del futuro**, no con este nombre, tal vez no es Twitter pero yo creo que se perfila hacia eso. En realidad todos seguimos a nuestros propios editores de Twitter en este momento. Yo sigo a 450 o 500 personas que sé que me van a ofrecer cierto contenido y creo que eso se tendría que profesionalizar, no sé de qué manera pero me parece que sería una buena manera de monetizar Twitter. Se habla mucho del buscador semántico y se está tratando de ver cómo hacer

Darío Gallo en el Rosario Blogday 2009





Periodismo y la Web

para que cuando se busca algo se cumpla la expectativa del que busca, ver de qué modo entender el deseo del consumidor a través de la combinación de palabras. Twitter para mí hoy es el buscador perfecto. Si yo en este momento twitteo que voy a almorzar en Rosario en algún lugar donde hagan un buen dorado a la parrilla, estoy seguro que voy a tener cuatro o cinco recomendaciones excelentes, eso es mucho mejor que el Google y tal vez no nos demos cuenta ahora pero, con el tiempo, el buscador semántico de la web va a ser Twitter o algo muy parecido. Yo estudio mucho a través de Twitter, y creo que el papel puede nutrirse de Twitter. En la Argentina, hoy todavía es el “jockey club de la web”, pero no me molesta porque me parece útil. Esto será hasta que los celulares de 3ra. generación se masifiquen.



La clave, para mí, es probar todas las herramientas, cualquier cosa que me ayude a mejorar mi trabajo la voy a usar. Hoy en día, recomiendo para todo periodista: Twitter, Blackberry o iPhone y Prezi.com, aplicación mucho más evolucionada que el Powerpoint.

Para cerrar, quiero decirles que las redes sociales nos pueden afectar pero los medios vamos a seguir flotando como hasta ahora, lo que sí tenemos que hacer es tratar de entenderlas lo mejor posible. Quizás la falla en Internet es el hecho de que aún no se ha descubierto qué va a ser lo que subvencione todo esto, como fueron los clasificados y la publicidad tradicional en los diarios papel. Hay muchas preguntas sobre lo que va a pasar, lo que dije son simples sospechas del futuro en la autoridad de alguien que “está” en Internet. ■

Prácticas y culturas digitales: la universidad expandida

Silvana Comba y Edgardo Toledo

Modos de conocer y comunicar en la universidad. La experiencia de la carrera de Periodismo de la UNR es el título del trabajo que fue seleccionado por la **Universidad Internacional de Andalucía - UNIA** y presentado, el 15 de septiembre de 2009, en el Encuentro Universidad Expandida. Prácticas y Culturas Digitales en los Procesos de Enseñanza-Aprendizaje en el Contexto de la Educación Superior que se realizó en la sede de La Rábida, Huelva, España. A lo largo del Encuentro se expusieron una serie de iniciativas, seleccionadas mediante una convocatoria abierta, que se destacan por su carácter innovador para el desarrollo y gestión de los procesos de enseñanza-aprendizaje en el ámbito de la educación universitaria. En este marco, la experiencia educativa de la carrera de Postítulo y Licenciatura en Periodismo fue seleccionada para su presentación, junto con propuestas de enseñanza de diversas disciplinas que utilizan TICs en España y Latinoamérica.

Durante el encuentro, conversamos con sus coordinadores: **Juan Freire** (nomada.blogs.

com) biólogo y profesor universitario. Investiga el papel de la innovación, la estrategia y la tecnología en las redes sociales, las organizaciones y las ciudades. **Tiscar Lara**, (tiscar.com) Licenciada en Periodismo, investiga sobre comunicación digital y el uso educativo de las TIC y ha publicado numerosos artículos sobre alfabetización digital, medios sociales y educación 2.0. **Daniel Villar Onrubia** (danielvillar.wordpress.com) Licenciado en Comunicación Audiovisual, actualmente es estudiante de doctorado en el programa *Information, Communication & the Social Sciences* del Oxford Internet Institute. A continuación reproducimos los principales temas abordados.

Juan Freire: Con el concepto Universidad Expandida la verdad es que queríamos provocar la reflexión y llamar a pensar desde otros puntos de vista. Nos referimos a que la universidad debe ser algo más de lo que es ahora, en el sentido de que la institución debe cambiar, debe ser más inclusiva. Al menos en España, sigue siendo una institución bastante cerrada. También uti-



lizamos el término *expandida*, en el sentido de que debe diversificar y ampliar sus prácticas, sus métodos, las formas de aprender. Aquí vemos una universidad muy concentrada en unas muy pocas formas de aprender, que han funcionado durante un tiempo. Parte de su crisis está en que ahora se necesitan otras formas, se necesita expandir.

Tiscar Lara: La propia Universidad tiene que aprender ella misma. Aprender de cómo se está aprendiendo en entornos no formales. Cómo la gente se está relacionando, se está enseñando entre sí, está aprendiendo de otros que no son sus compañeros de pupitre, ni compañeros de programa, se está ayudando a construir un proceso de aprendizaje quizá no buscado pero muy significativo. Cómo aprender de gente que no son tus profesores, que también tienen una voluntad de enseñar.

Daniel Villar Onrubia: Universidad *Expandida* es una universidad que diluye sus límites tradicionales a distintos niveles y que sobre todo tiene la capacidad de adaptarse a contextos concretos, contextos sociales y da respuestas a las necesidades emergentes. Una estructura rígida no podría dar una respuesta adecuada.

Silvana Comba: Las nuevas tecnologías son más que nada diseño de nuevas prácticas. Nos inte-

resaba saber cómo ustedes, en sus profesiones, en sus tareas cotidianas, han ido incorporando este tipo de tecnologías de comunicación.

Juan Freire: Creo que hemos ido pasando de ser usuarios más o menos pasivos a cada vez más reflexivos y más críticos con lo que significan las tecnologías. Yo creo que también pasando de un uso personal a un uso en proyectos y en grupos de trabajo.

Daniel Villar Onrubia: Un concepto que nos gusta mucho y que trabajamos habitualmente es el de apropiación del uso de la tecnología. Sin miedo a romperla o a desviarla de los usos establecidos, sino adaptándola a tus propias necesidades y a tu realidad.

Lara Tiscar: Sí, y que puede ser flexible, no tienes por qué casarte con una tecnología. Es esta idea del mundo beta, de probar las cosas y si no te son útiles, buscas otras. Pero el uso, la necesidad del uso, la tienes que tener tú. Tú tienes que diseñar la tecnología o lo que tú haces con ella. Y no decidir una y ver cómo te adaptas después, que te condicionen. Estamos buscando formas de ser, crecer, de practicar, de construir y hay muchas tecnologías que vamos abandonando por el camino de una manera natural.

Juan Freire: Mi forma habitual de trabajar, y yo

creo que nos pasa a todos los que estamos aquí, es trabajar en red. Y no son sólo palabras, es la realidad. Trabajo sobre proyectos con grupos de gente distinta que muchas veces están conectados entre sí. Y cada proyecto es diferente, no sólo en su tema, que puede serlo, sino también en las personas que están involucradas, en los objetivos, en las prácticas, en cómo lo sacamos adelante. Y la tecnología es fundamental, yo no entendería mi trabajo sin usarla.

Silvana Comba: No podrías hacer ese trabajo...

Juan Freire: No podría trabajar en analógico, porque no podría realizar la labor que hago ahora. Podría hacer otra, pero no ésta.

Edgardo Toledo: Siguiendo a Castells, hoy el mundo es global y funciona en red. ¿Ustedes se imaginan que esto se va a profundizar o puede haber un quiebre en ese sentido?

Juan Freire: Yo doy mi opinión, pero quisiera decir que creo que hay problemas de gran escala, de decisión política, que se me escapan. Esti-



Juan Freire, Tiscar Lara y Daniel Villar Onrubia



mo que esta globalización va a continuar pero yo también creo en un reforzamiento de lo local. Ahora también estamos llegando a una fase en que las tecnologías cada vez son más locales. Ya no sólo nos interesan para conectarnos globalmente, sino para poder desarrollar proyectos localmente. Esa unión entre lo local y lo global, esa idea del Glo-cal es algo que va a prosperar.

Lara Tiscar: Siguiendo con el mismo argumento, con lo local, creo que ahora nos falta el reto de cómo bajar la tecnología a la construcción social de lo más cercano, de lo más cívico. Cómo llevamos un mundo de participación, de socialización de la tecnología a través de la red, a cuestiones del día a día. Cómo puede ser la participación política, el desarrollo urbano, el estar involucrado en cuestiones tradicionales, que son las que siguen moviendo el mundo.

Silvana Comba: Las cuestiones de la vida cotidiana.

Lara Tiscar: Claro. Entonces, es ver de qué manera después de este momento de euforia 2.0, bajamos esos discursos de la colaboración, de la participación, de la democratización, ese tipo de términos, al día a día, a la vida más tangible.

Daniel Villar Onrubia: Hace diez años pienso que no era posible una investigación como la

que se puede hacer hoy en día. Poder acceder a una serie de fuentes hace pocos años era muy costoso. Los procesos de colaboración ahora se pueden establecer de una forma mucho más flexible y más fluida. Creo que se modifica la propia actividad investigadora y, hasta cierto punto, eso puede acabar reflejándose en las instituciones que dan cabida a esa actividad. Ya no tienen las mismas características que han tenido tradicionalmente.

Modos de conocer y comunicar en la universidad. La experiencia de la carrera de Periodismo de la UNR.

Síntesis de la exposición realizada en el Encuentro.

En el contexto actual observamos, al menos, dos fenómenos íntimamente relacionados que están transformando radicalmente nuestros modos de conocer. Nos referimos al doble descentramiento del saber (Barbero) y al uso cada vez más creciente de tecnologías de información y comunicación (TICs).

Hoy el saber se descentra en un doble sentido: de las instituciones que tradicionalmente monopolizaron el conocimiento (escuela, universidad, institutos, etc.) y de la tecnología del libro que se constituyó, a partir de la imprenta, en el eje privilegiado e indiscutido de acceso al conocimiento.

Asistimos, entonces, a una multiplicidad de instancias en las cuales conocemos, viabilizadas en gran medida por el uso de distintas herramientas digitales que interpretamos como herramientas cognitivas al igual que el lápiz, el papel, el libro, etc.

En el proyecto educativo que gestionamos -Postítulo y Licenciatura en Periodismo de la Universidad Nacional de Rosario- concebimos a los modos de conocer como los esquemas de operaciones mediante los cuales alumnos/docentes activan sus competencias culturales y construyen sentido. Los modos de conocer hoy se hacen visibles a través de los usos de herramientas digitales y en los usos sociales siempre interviene la dimensión cognitiva. Ambos procesos (el uso y el conocer) se van influenciando constantemente en una relación dialéctica que por naturaleza es dinámica. Los usos sociales de la tecnología, la invención de nuevas prácticas modifican las tareas a partir de la interacción con las TIC's. Para quienes trabajamos cotidianamente en la gestión de información, los cambios de las últimas décadas han sido constantes y, no pocas veces, abruptos. A partir de los '90, las computadoras extendieron su campo de acción al sector de la gráfica avanzada, el audio y las imágenes en movimiento, ampliando los escenarios laborales al mundo del multimedia y la simulación en tiempo real. En los últimos años, la tendencia a la masificación de la web y todos



Video de la exposición:

<http://practicasdigitales.unia.es/> ←
[encuentro-universidad/modos-de-conocer-y-comunicar-en-la-universidad.-la-experiencia-de-la-carrera-de-periodismo-de-la-unr.html](http://practicasdigitales.unia.es/encuentro-universidad/modos-de-conocer-y-comunicar-en-la-universidad.-la-experiencia-de-la-carrera-de-periodismo-de-la-unr.html) ←



sus servicios (Internet, e-mail, chat y las innumerables aplicaciones de la web 2.0) también está abriendo las puertas a nuevos espacios. En el campo de la comunicación y el periodismo esta situación se hace más que evidente, ¿Existe algún periodista que esté por fuera del ritmo y el ambiente que imprime hoy la comunicación digital?

Hace ya un tiempo, el escritor-periodista Tomás Eloy Martínez, en una conferencia pronunciada ante la asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa, decía “cada vez que las sociedades han cambiado de piel o cada vez que el lenguaje de las sociedades se modifica de manera radical, los primeros síntomas de esas mudanzas aparecen en el periodismo.” Hoy estamos asistiendo a uno de esos cambios de piel: el lenguaje digital, con sus enormes potencialidades y su maleabilidad, plantea nuevos desafíos al periodismo. Preguntar, indagar, conocer, dudar, investigar, confirmar, emocionar, todo lo que constituye la esencia de la práctica periodística se amplía, se expande con el atravesamiento de las culturas digitales.

De eso se trata aprender y enseñar a ser periodistas en esta particular ecología cognitiva. De formarnos y experimentar con los nuevos lenguajes y géneros que nos proponen la comunicación digital.

El proyecto que presentamos consiste en el diseño, la implementación y la continua evalua-

ción y actualización -de contenidos y recursos- del sitio web de la carrera de Postítulo y Licenciatura en Periodismo. Un ambiente virtual que se convierte, de este modo, en una herramienta muy útil al facilitar el acceso a la información y promover la construcción de conocimientos de manera colaborativa y más autogestionada, como complemento de las clases presenciales intensivas. Al diversificarse los espacios de comunicación y participación productiva de los usuarios, se empieza a compartir conocimiento explícito y conocimiento tácito, no sistematizado, que emerge en estos ambientes virtuales de aprendizaje. Por eso, creemos que, como afirma García Márquez, “el periodismo merece no sólo una nueva gramática, sino también una nueva pedagogía.” ■

Los procesos de comunicación digital y la educación en la universidad

Silvana Comba, Edgardo Toledo y Leticia Giaccaglia.

Lo que presentamos a continuación es parte de los resultados de la investigación que venimos desarrollando sobre el uso de TICs en las prácticas de conocer en la universidad. Para comprender la relación entre los procesos de comunicación y los nuevos modos de conocer, consultamos a expertos en el desarrollo de experiencias de formación en ambientes virtuales de aprendizaje que nos describieron los aspectos fundamentales de sus propuestas.

Modos de conocer

Con las nuevas herramientas cognitivas y comunicacionales de la tecnología digital (los diversos programas caracterizados por la interfaz gráfica, la manipulación de símbolos, la interactividad, las simulaciones, la navegación, etc.) las prácticas de conocer, las operaciones de creación de sentido, asumen modos particulares.

Cuando hablamos de modos de conocer nos estamos refiriendo a los esquemas de operacio-

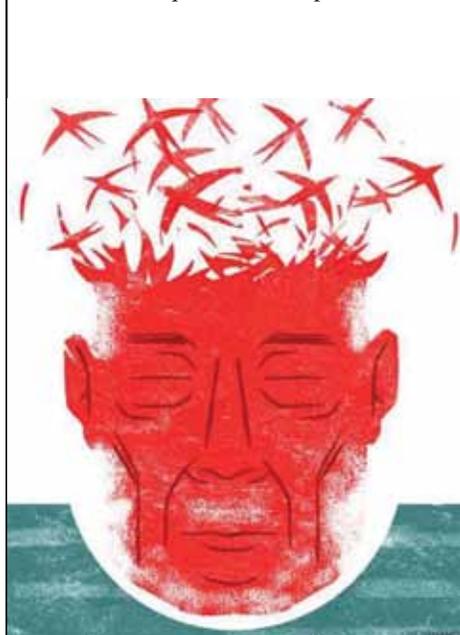
nes mediante los cuales los sujetos activan sus competencias culturales y construyen sentido. Los modos de conocer se hacen visibles a través de los usos de las herramientas digitales y en los usos sociales siempre interviene la dimensión cognitiva. Ambos procesos (el uso y el conocer) se van influenciando constantemente en una relación dialéctica que por naturaleza es dinámica. Nos interesan los usos sociales de la tecnología, la invención de nuevas prácticas que modifican las tareas a partir de la interacción con las herramientas digitales. Los usos siempre están sujetos a intenciones, siempre tienen una historia, una procedencia y un desenvolvimiento en el devenir social.

Una de las transformaciones que se han producido en los últimos tiempos es que los usuarios pasaron de ser meros lectores-consumidores a productores de contenidos. Y lo hacen conformando comunidades virtuales que promueven aprendizajes colaborativos. Esto es posible, en parte, por el desarrollo de herramientas con interfaz flexible orientadas a su apropiación por parte de los usuarios que ahora comienzan



a investigar e incursionar en la experiencia participativa a través de la creación.

Las funciones mentales implicadas en el conocer se originan en procesos sociales, comunicativos. El sentido no está predefinido, por el contrario, en palabras de Varela lo “hacemos emerger” de distintos modos, siempre dentro de un contexto. (1996) Por eso, llegar a saber algo, conocer, es una acción situada, forma parte de un continuo con un mundo cultural. No depende sólo de factores individuales como disposiciones, rasgos, motivos, etc. que estarían en la cabeza del que conoce. Implica, más bien,



una construcción que siempre se negocia con otros. Y, además, el conocer es un proceso distribuido en “los libros con pasajes subrayados que almacenamos en nuestras estanterías, en los manuales que hemos aprendido a consultar, en las fuentes de información que hemos conectado a nuestro ordenador, en los amigos a los que podemos recurrir” (Bruner, 1991, pp.106). Del mismo modo, y en una excelente síntesis, Howard Gardner dice:

“Mi inteligencia no termina en mi piel; antes bien abarca mis herramientas (papel, lápiz, computadora), mi memoria documental (contenida en archivos, cuadernos y diarios) y mi red de conocidos (compañeros de oficina, colegas de profesión y demás personas a quienes puedo telefonar o enviar mensajes por medios electrónicos).” (1994, p.13)

En esta misma línea de pensamiento, teóricos provenientes de distintas disciplinas y tradiciones como Gregory Bateson y Vygotski plantean que la mente es algo que se extiende más allá de la piel. Entonces, hoy no podemos entender la producción de conocimiento separada del uso de las herramientas digitales.

Nuestra concepción de la práctica de conocer sigue el punto de vista de Vygotski sobre el hecho de que conocer es por naturaleza un fenómeno social; que la construcción del conocimiento es el resultado de la interacción de gente que participa en un diálogo (teoría conversa-

cional). Estaríamos en presencia de un proceso dialéctico en el que un sujeto contrasta su punto de vista personal con el de otro hasta llegar a un acuerdo. Esta perspectiva enfatiza la interacción de los individuos y su entorno. A partir de allí se observan diferentes aportes en los procesos de aprendizaje, que estarían propiciados por la implementación de estas herramientas digitales.

Análisis de la información recolectada en entrevistas a expertos

Luego de desarrollar algunas conceptualizaciones para comprender la relación entre los procesos de comunicación y los nuevos modos de conocer, consultamos a expertos en el desarrollo de experiencias de formación en ambientes virtuales de aprendizaje que nos describieron los aspectos fundamentales de sus propuestas.¹

Lo que sigue es un análisis de los conceptos vertidos por los entrevistados sobre el uso de plataformas virtuales en diferentes experiencias de aprendizaje.

-Visión de la tecnología

En Punto-edu, el campus virtual de la Univer-

sidad Nacional de Rosario, plantean superar la visión de tecnología como herramienta para pensarla como entorno donde el eje es la comunicación. En este sentido, los responsables de contenidos de E-ducativa, en su actividad de diseñadores de plataformas, también ponen el acento en los usos que los alumnos harán de la tecnología. Factores como la edad y las destrezas de los usuarios serán decisivos en la delineación de los proyectos de e-learning.

Martín Becerra, de la Universidad Virtual de Quilmes UVQ, adhiere a esta visión de tecnología como entorno, colocando en un mismo nivel el espacio físico de la universidad y el espacio virtual. Sostiene que los espacios de vida universitaria deben recrearse en las plataformas.

La Directora del Departamento de Educación a Distancia de la Facultad de Ingeniería de la UNR, por su parte, si bien define a la tecnología como un medio, no pierde de vista que la misma debe ser utilizada y adaptada a los procesos pedagógicos que se llevan adelante. Así también lo expresa Beatriz Fainholc, Directora del Centro de Diseño, Producción y Evaluación de Recursos Multimediales para el Aprendizaje DEDIPROE, al indicar que las tecnologías edu-

¹ Los expertos entrevistados fueron Martín Becerra, de la Universidad Virtual de Quilmas (UVQ); Cristina Alberdi, de Punto-edu de la Universidad Nacional de Rosario (UNR); Susana Marchisio, del Departamento de Educación a Distancia de la Facultad de Ingeniería de la UNR; Beatriz Fainholc, del Centro de Diseño, Producción y Evaluación/investigación de Recursos para el Aprendizaje y los responsables de la plataforma E-ducativa, que utiliza, entre otros, educar.



cativas deben ser apropiadas y seleccionadas de forma crítica.

-Procesos de Comunicación

Los especialistas entrevistados relatan experiencias de educación a distancia que tuvieron lugar en diferentes momentos. Quizás por eso Martín Becerra, quien hace referencia a una experiencia del 2001, es el único caso en que la comunicación es únicamente asincrónica y destaca como central que “no se le debe exigir al alumno ni copresencia ni cosimultaneidad temporal”. En un momento en que la disponibilidad de banda ancha no estaba generalizada como en la actualidad, y teniendo en cuenta que los usuarios podían residir en diferentes zonas del país con distintas posibilidades de acceso a las tecnologías, el docente sostiene que la mejor política es la más simple. Es por ello que privilegia la comunicación de tipo asincrónica, seleccionando herramientas como foros, publicación de materiales para descargar en formato Word y correo postal. La UVQ, en particular, adoptó en gran medida la lógica de la presencialidad, trasladando al espacio virtual figuras como la de la pizarra como modo de comunicación entre el docente y el alumno. Punto-edu también utiliza metáforas de la presencialidad y divide la información académica de la administrativa dentro del ámbito denominado Aula Virtual.

Los demás entrevistados manifestaron com-

binar modos de comunicación sincrónica y asincrónica de acuerdo a los objetivos y necesidades del dictado. En el campus de Punto-edu apelan al uso del chat semanal no obligatorio, como espacio social informal y para trabajos colaborativos. Los foros, en cambio, se constituyen como espacios de discusión y reflexión en torno a determinados temas o proyectos. El correo electrónico es utilizado como medio de comunicación entre los tutores y los alumnos y los alumnos entre sí. Los contenidos de los cursos y carreras requieren que los usuarios estén conectados a Internet ya que se trabaja sobre páginas web de entornos cerrados. E-ducativa, por su parte, ofrece dos tipos de cursos: autoasistidos y tutorizados. En los primeros, las respuestas están en el curso, ya sea en forma de contenidos o herramientas de comunicación de la plataforma. En el caso de los tutorizados, se ofrecen aplicaciones para comunicarse con el tutor de manera asincrónica (foro y mail interno) y sincrónica (chat y webconferencia). En uno de los casos relevados, además se hace referencia a la incorporación del teléfono como sostén de la relaciones con los alumnos.

En general, el foro tiende a ser un medio para el intercambio de experiencias y reflexiones.

El correo electrónico viabiliza, en la mayoría de las situaciones, resolución de trabajos prácticos y consultas con los docentes o tutores. En todos los casos analizados, la comunicación se

establece de uno a uno, de uno a muchos y de muchos a muchos.

Todas las experiencias consultadas evidencian una modalidad de blended learning, es decir que prevén encuentros presenciales y a distancia. Constituyen una excepción, los cursos autoasistidos diseñados por E-ducativa y los cursos de Punto-edu (no así las carreras) que se enmarcarían dentro de lo que se conoce como e-learning.

La directora del CEDIPROE agrega que la educación a distancia posibilita la producción colaborativa de conocimientos con dinámicas como webquest, herramientas como los wikis y actividades que implican la resolución de casos. Los entrevistados también describen experiencias en las que se simulan ambientes laborales.

Con respecto a la organización de la información, los responsables de E-ducativa destacan la importancia de focalizarse en el modo en que se muestran los contenidos, en cuanto a interactividad, fluidez y ritmo, por encima del impacto visual.

-Motivación

Los expertos consideran que la calidad de los contenidos que se ofrecen es la principal fuente de motivación. En E-ducativa enfatizan la importancia de la adecuación del diseño al público objetivo, en cuanto a rapidez, interactividad, cantidad de información en pantalla y tipo de ejercitaciones. Si se trata de usuarios jóvenes in-



cluyen formatos multimedia, “muchos botones” y suministro de la información como resultado de una actividad por parte del alumno. En el caso de un público más adulto, se ofrecen módulos ágiles, cortos, con poca información en pantalla que permita avanzar rápidamente. Se busca sostener la atención previendo que el control lo tenga el usuario y no el programa. Como recurso para evitar la monotonía, también se incluyen asistentes (personajes que guían al usuario).

Entre las estrategias para mantener el interés, mencionan el planteo de desafíos al alumno y la resolución de casos con situaciones de la sociedad actual.

Otro factor que aporta a la motivación es la posibilidad de socialización entre los alumnos y



docentes a través del uso del Chat.

La mayoría de los expertos destacan la importancia del tutor como mediador en el proceso educativo. La UVQ, en particular, presenta un modelo de intervención docente fuerte. El entrevistado considera que la lógica de la presencialidad motiva porque sus “estudiantes tienen una cultura de la presencialidad.”

La UVQ implementó “las tutorías como dispositivo de seguimiento fuerte”, permitiendo una contención que la educación presencial actualmente no está en condiciones de ofrecer, debido a la cantidad masiva de estudiantes. Es preciso que los tutores, posean habilidades de comunicación, enfatizan en Punto-edu.

La necesidad de ofrecer asesoramiento, en caso de dificultades de índole técnica frecuentes en este tipo de propuestas educativas, aparece como un factor importante a tener en cuenta para sostener la motivación de los alumnos.

Conclusiones

Para concluir, los expertos consultados coinciden en que el uso de plataformas virtuales para el aprendizaje permite la creación de diferentes espacios comunicativos: de uno a uno; de uno a muchos; en grupos; de muchos a muchos. La necesidad de comunicación varía según se planteen tareas de tutoría, de colaboración entre pares, etc. También influye la dinámica comunicativa de la

actividad, por ejemplo hay tareas de corrección de proyectos que requieren una comunicación más privada entre tutor y alumno y otras donde la posibilidad de compartir esas correcciones es fundamental. La relación social entre los participantes y el número de personas implicadas son factores importantes a tener en cuenta.

Creemos, entonces, que es la calidad de los procesos de comunicación entre profesores y alumnos y con los materiales disponibles en los entornos virtuales lo que estaría determinando las nuevas modalidades educativas. Es posible y necesario diseñar diferentes situaciones de comunicación según las necesidades comunicativas de la tarea a realizar, según el objetivo y la valoración que los participantes otorgan a los intercambios, así como las características y la potencialidad de las herramientas de comunicación. ■

Referencias

- Bruner, Jerome (1991). *Actos de significado: más allá de la revolución cognitiva*. Madrid, España: Alianza.
- Gardner, Howard (1994). *Estructuras de la mente. La teoría de las inteligencias múltiples*. México: FCE.
- Varela, Francisco (1996). *Conocer*. Barcelona, España: Gedisa.



www.postituluoperiodismo.com.ar



CUADERNOS DE COMUNICACIÓN



Universidad Nacional de Rosario. Facultad de Ciencia Política y RRII
Escuela de Comunicación Social. Postítulo y Licenciatura en Periodismo

www.postituloperiodismo.com.ar

Centro Universitario Rosario, Riobamba y Berutti. Te: 4808521/22.
Postítulo y Licenciatura en Periodismo: interno 127 comunica@postituloperiodismo.com.ar