



Entre la comunicación y las ciencias sociales

Among communication and social sciences

DOI: 10.15213/redes.m10.p107

MARÍA TERESA QUIROZ

ABSTRACT

This article focuses on the crossroads where communications research and reflection meet the social sciences, particularly sociology. An overview of this topic is undertaken through an examination of texts whose authors seek for an answer about the nature of communication as something distinct from the strictly social, and thus an autonomous field for the organization of meaning, or rather if sociology finds a meaning to the social world of communication. Different approaches are glimpsed according to historical contexts and particular circumstances modified throughout time. A selection of themes is developed, in which interdisciplinarity is essential for explanations and projections. On the first place, cultural change and the new situation of the social subject, which affects his plans and possibilities in the midst of new values. That is to say, to what extent the organization of personal life is affected by work flexibility and professional innovation, so as the positions of talent, memory and learning. On the second place the debate about popular and erudite culture, as seen in Mario Vargas Llosa's book *La civilización del espectáculo*, which puts at stake the mass media considering them as 'deviant teachers or almighty promoters of ignorance'. On the third place, the public/private sphere relations debate as seen from social history. This includes changes generated by the mass media when they burst into private life, and the imperaive need of the social subject of showing himself and making a public performance of his/her private life . Finally, contemporary debates about technologies, as contemplated by authors which, from philosophy, cultural criticism, neurosciences and communication, try to evaluate the effects of digital technologies upon cognitive processes, subjectivity and memory.

KEYWORDS: COMMUNICATIONS, SOCIAL SCIENCES, INTERDISCIPLINARITY, CULTURAL CHANGE, MASS MEDIA

RESUMEN

El artículo aborda las intersecciones de la reflexión académica y de la investigación entre la comunicación y las ciencias sociales, especialmente con la sociología. Se recorre el tema de la mano de pensadores que buscan respuesta sobre si la comunicación es algo distinto de lo estrictamente social y por lo tanto un campo independiente de la organización del sentido, o si la sociología le da sentido al mundo social de la comunicación. Se vislumbran acercamientos y diferencias a la luz de los contextos históricos y de las circunstancias que en el tiempo se fueron modificando. Se desarrolla una selección de temas en los cuales la interdisciplinariedad resulta indispensable para explicarlos y proyectarlos. En primer lugar el de los cambios culturales y la reubicación del sujeto, sus planes y proyectos y sus posibilidades de actuar en medio de nuevos valores. Cómo se afectan la organización de la vida personal, la flexibilidad del trabajo, los cambios profesionales, el lugar del talento y la memoria, así como de los aprendizajes. En segundo lugar el debate sobre la cultura popular y la cultura ilustrada, a la luz del libro de Mario Vargas Llosa sobre *La civilización del espectáculo* y si los medios deben seguir siendo vistos como “maestros desviados o como omnipotentes promotores de la incultura”. En tercer lugar las relaciones entre lo público y lo privado desde la historia social, los cambios que producen los medios masivos al irrumpir en la vida privada y la necesidad imperiosa del sujeto de mostrarse y ser visto, convirtiendo su vida privada en un espectáculo. Finalmente, los debates contemporáneos sobre las tecnologías revisando autores que desde la filosofía, la crítica cultural, la neurología y la comunicación buscan evaluar los efectos que en los procesos cognitivos, en la subjetividad y en la memoria tienen las tecnologías digitales.

PALABRAS CLAVES: COMUNICACIÓN, CIENCIAS SOCIALES, INTERDISCIPLINARIEDAD, CAMBIOS CULTURALES, MEDIOS MASIVOS

LAS INTERSECCIONES ENTRE LA COMUNICACIÓN Y LAS CIENCIAS SOCIALES

El debate sobre los lazos entre la comunicación y las ciencias sociales está muy presente en las preocupaciones académicas actuales. El enfoque interdisciplinar ha sido incorporado a las prácticas académicas de comunicadores y científico sociales, como también de los psicólogos, lingüistas y otras

disciplinas afines. Investigo sobre los temas de comunicación desde los años ochenta, y soy una socióloga de formación, preocupada en el llamado giro epistémicos y las nuevas sociologías. Vale decir, vislumbro la interdisciplinariedad en la intersección de las ciencias sociales y la comunicación, tanto en la reflexión académica como en la práctica de la investigación.

La investigación en ciencias sociales se fue aproximando, especialmente desde la sociología, a los temas de los medios, la cultura y la política, a los de la globalización y el pluralismo, así como a la polémica sobre las oposiciones entre la llamada cultura culta y jerárquica vs la cultura popular. Asimismo, desde la investigación en comunicación que he desarrollado, puede mencionarse su relación con los cambios que se suscitan en la educación y los aprendizajes, así como en las subjetividades e identidades, la redefinición de la escritura y la oralidad por la extensión de los medios en la vida social y el lugar de las tecnologías, así como los vínculos con los sujetos y los públicos. Es en este marco de referencias que desarrollaré el tema que el presente artículo se propone.

Una primera pregunta que me formulo es si es posible y correcto hablar de la comunicación como parte de las ciencias sociales o solamente se trata de puntos de convergencia entre ambas. Esta interrogante se amplía cuando pensamos si la comunicación es algo distinto de lo estrictamente social y por lo tanto un campo independiente de la organización del sentido, o si la sociología le da sentido al mundo social de la comunicación.

Tanto la sociología como la antropología buscan explicar y comprender el sentido de la acción social, o dicho a secas, del sentido de lo humano. Cabe señalar que ambas se desarrollaron en un contexto histórico y en circunstancias que en el tiempo se fueron modificando. La sociología se desarrolló para explicar las sociedades industriales, el fenómeno urbano, vale decir las formas de interacción que aparecieron en sociedades urbano industriales. Con este fin se construyó un cuerpo teórico, del cual los representantes más importantes son Marx, Durkheim y Weber. Por otro lado, en sus orígenes la antropología también buscaba la explicación del sentido colectivamente compartido, pero tenía por objeto no a las sociedades urbano industriales modernas, sino el estudio del *otro* que permanecía “en la barbarie”. La antropología fue replanteándose y transitó del estudio del *otro* a lo que podría definirse como *lo otro*. Las matrices epistemológicas y las tradiciones intelectuales de la sociología la antropología son diferentes. La primera surge en el marco del capitalismo industrial y del crecimiento de las grandes ciudades. La antropología tiene otro origen y se confunde con la literatura de viajes y de exploración a otros continentes. Ambas se encuentran a finales del siglo xx por el

hiperdesarrollo de la urbanización y la llegada de los servicios modernos a un medio rural cada vez más reducido. García Canclini comenta, a propósito de la relación entre sociólogos y antropólogos “¿por qué vamos a condenarnos a hablar del barrio y callar sobre la ciudad, a repetir en las grandes urbes una concepción aldeana de la estructura social?” (García Canclini, 1995), enfatizando que resulta equivocado atribuir la visión “macro” a la sociología y la “micro” a la antropología.

A partir de los años 70 y 80 del siglo xx, las interacciones sociales dejande ser aquellas del primer imaginario de la sociología, y se atribuyen a sociedades centralizadas y organizadas en red, que ya no son exclusivas de sociedades organizadas alrededor de la lecto escritura. Así lo define Manuel Castells en su libro sobre “La era de la Información” y en el cual precisa que se trata de una nueva estructura social “asociada con el surgimiento de un nuevo modo de desarrollo, el informacionalismo, definido históricamente por la reestructuración del modo capitalista de producción hacia finales del siglo xx” (Castells, 1995). Así, las comunicaciones estudian el sentido o la producción de sentido en los medios, pero también en las relaciones y los vínculos que se producen en otros soportes propios de las sociedades en red. A través por ejemplo de la semiótica y de enfoques transdisciplinarios, cómo los de la sociología de la televisión y la del cine. También el estudio de las redes sociales en el caso de la política, cómo del marketing, como conjunto de técnicas con fines comerciales, que están a caballo entre las comunicaciones y la sociología. Se trata de disciplinas propias de la modernidad tardía y que pueden tener una inclinación crítica hacia la izquierda o instrumental hacia la derecha.

Por lo tanto, no resulta lejana la explicación y la investigación de los fenómenos que abordan la comunicación y las ciencias sociales. Los sociólogos y antropólogos se acercan a nuevos objetos de investigación a través del análisis de fenómenos propios de la comunicación, y por otro lado, los comunicólogos recurren a las explicaciones y fundamentos que ofrecen las ciencias sociales. Podríamos señalar que existen objetos de análisis circunscritos a los medios de comunicación o a Internet, por ejemplo, así como se produce un estudio de los sentidos sociales producidos territorialmente y enfocados por la sociología. Empero, están estrechamente unidos los unos con los otros, y en la práctica resulta muy difícil disociarlos. Hay que mencionar que la teoría de la cultura forma parte o es un puente entre la sociología y la comunicación, porque cuando se habla de sentido se está hablando de cultura. Es decir, el campo de la sociología de la cultura y de la comunicación es muy estrecho y en términos de disciplinas académicas, incluso hoy en día es posible encontrar centros de formación y de investigación que las integran. Muchos años

atrás, en los años '80, Jesús Martín Barbero observaba que los más importantes sociólogos adolecían del mismo defecto del marxismo al no enfocar el tema de la significación. Casi podríamos afirmar que este tratamiento está superado. Por otro lado hay estudiosos que consideran que las teorías de la comunicación trataron durante décadas inútilmente de definir su objeto de estudio y que a fines de los '80 los modelos teóricos de la comunicación de masas se volvieron obsoletos produciéndose un caos semántico, propio de un tiempo en el que aparece un nuevo campo del saber. Así se arriesgan a teorizar en los hipermedios, en medio de cambios y de incertidumbres (Scolari, 2007). Ciertamente los cambios en los enfoques, materias y metodologías de la comunicación — menciona Javier Protzel — expresan las transformaciones en el sujeto, en parte con respecto a la objetividad weberiana. Estas se relacionan con el uso de las emociones en la investigación, con la intervención del investigador, todo lo cual es ampliamente comentado desde los años '80, en particular entre los antropólogos postmodernos y los sociólogos de orientación fenomenológica.

Para el catalán Miquel de Moragas, quien reflexiona tempranamente sobre estos temas, la comunicación requiere de un enfoque interdisciplinario y del concurso de las ciencias sociales, vale decir resulta indispensable la interdisciplinariedad para estudiar y explicar los fenómenos comunicativos. Todo ello ha permitido confrontar miradas, intercambiar métodos y arribar a los cambios que se desarrollan aceleradamente en la comunicación proponiendo nuevas perspectivas a través de la pragmática, la etnometodología, las interacciones sociales, los estudios de recepción, la economía política, la globalización y la digitalización (Moragas, 2011).

El mexicano Jesús Galindo manifiesta que la sociología resulta clave en la historia del pensamiento académico latinoamericano de la comunicación y transita del funcionalismo al pensamiento crítico de énfasis histórico. Si nos remontamos a los años sesenta, afirma Galindo, el discurso sociológico crítico y marxista en América Latina, enfoca a los medios de comunicación como parte de los mecanismos de dominación del capitalismo. Así se explicaría el camino diferente emprendido por la sociología a través de propuestas contestatarias y de la comunicación como apoyo instrumental a las empresas de comunicación. Precisa que los oficios de la carrera de comunicación no fueron configurados desde una plataforma científica sociológica, “la sociología cubrió ciertas necesidades conceptuales de la comunicación, pero no se articuló con sus formas instrumentales” (Galindo, 2009). Sin embargo — comenta Elizabeth Espinosa — para Martín Barbero los estudios culturales y el enfoque hacia los movimientos sociales permitieron un desarrollo conceptual

y metodológico del campo de la comunicación porque la comunicación se convirtió en un campo transdisciplinar en el que se articulan distintas disciplinas en torno al fenómeno de la comunicación. Menciona que para Jesús Martín Barbero la comunicación transitó del estudio de los medios al de las mediaciones, singularizando el papel del sujeto en sus vivencias cotidianas, tanto culturales como políticas y encontrándose con la sociología. A esto añade además el concepto de hibridación de Néstor García Canclini, el cual enfatiza los procesos socioculturales en los que están inscritos los sujetos (Espinoza, 2010).

¿Hay un pensamiento crítico o vivimos un estancamiento intelectual? El avance tecnológico es tan rápido que pone al paradigma de las ciencias sociales y la comunicación en una situación de permanente tensión interna, que es una forma de dialéctica frente a escenarios más estáticos y de desarrollo lineal que existían en otros tiempos. El marxismo sobrevivió muchas décadas, pero ya no termina hoy de ser útil para entender el mundo actual (Protzel, 2014).

Eliseo Verón manifiesta en una entrevista que le realizara Liliana Alicia Demirdjian, que América Latina fue pionera en el interés por los fenómenos mediáticos, antes que Europa y los Estados Unidos. La semiótica se orientó en nuestro continente hacia temas sociales y de la comunicación masiva, la prensa y la televisión: “el interés por la significación social de los medios se despertó muy rápido. Tal vez también debido a la carencia de una tradición y una cultura universitaria clásica, con lo cual no había que desembarazarse de nada para interesarse en eso” (Demirdjian, 2002). Es decir, aparecen objetos de estudio que antes no tenían legitimidad y que se asoman y consolidan en la investigación. Para Eliseo Verón, a pesar del peso institucional de las disciplinas, especialmente en Francia por la tradición de la literatura, “la cuestión disciplinaria es cada vez menos importante” (Demirdjian, 2002). Así, el análisis del discurso se transformó en un terreno que vinculó a lingüistas e investigadores, quienes fueron construyendo zonas híbridas transdisciplinarias. Menciona a Christian Metz a propósito de la sociología del cine, a Eco y su texto sobre la paleo y la neotelevisión, y a él mismo en el análisis de los noticieros y la publicidad argentina de camisetas Van Heusen, así como la campaña de Mitterrand. Sobre las llamadas en ese momento “nuevas tecnologías” y sobre Internet, Verón sostiene que lo trascendental es enfocarlas en su inserción en el tejido social de las sociedades, y no confundir Internet con programas de computación, hardware y software. Subraya el fenómeno multimedia y se anticipa a enfocarlos desde la pantalla y las posibilidades del usuario, señalando que “hay una ruptura histórica importante a partir del

momento en que la pantalla, como dispositivo técnico de la vieja televisión, deja de ser un espacio de espectáculo para transformarse en una superficie operatoria integrada (...) la pantalla se transforma en el lugar de las operaciones del usuario” (Demirdjian, 2002).

A propósito de la globalización, la convivencia y el sentido del lazo social, Martín Barbero recoge las ideas del filósofo Michel Serres en su libro *Hominescence* publicado el año 2001, para explicar los cambios en las condiciones en que el hombre habita el mundo, derivados ya no “de la darwiniana evolución selectiva sino que están siendo introducidos por la mutación producida por la técnica del hombre, tanto en la biología genérica como en la comunicación-tejido de la socialidad” (Martín Barbero, 2002). Asimismo menciona a autores como Zygmunt Bauman precisando que la globalización establece que las distancias ya no son lo importante, los hechos pueden ocurrir en cualquier lugar del mundo y tener efectos sobre el conjunto de la humanidad. Al geógrafo brasileño Milton Santos, para quien “el mundo” es una nueva categoría central de las ciencias sociales. A Renato Ortiz en su libro *Mundialização e cultura*: “La mundialización es un proceso que se hace y deshace incesantemente. Y en ese sentido sería impropio hablar de una ‘cultura global’ cuyo nivel jerárquico se situaría por encima de las culturas nacionales o locales. El proceso de mundialización es un fenómeno social total, que para existir se debe localizar, enraizarse en las prácticas cotidianas de los pueblos y los hombres”. A antropólogos ingleses, quienes a través de las imágenes de los *moovingroots*, entendidas como raíces en movimiento enfrentan el imaginario substancialista aún presente en las ciencias sociales y también en la historia; y al antropólogo catalán Eduard Delgado, quien afirma que “sin raíces no se puede vivir, pero muchas raíces impiden caminar” (Martín Barbero, 2002).

A lo ya señalado Jesús Martín Barbero añade que la experiencia social de la identidad ha cambiado y que los procesos migratorios contribuyen indudablemente a repensarla. De un lado las visiones de “una antropología de lo tradicional-autóctono” y una “sociología de lo moderno-universal” son insuficientes y resultan anacrónicas en tiempos en los cuales la multiculturalidad está presente en cada nación y las identidades nacionales son cada día más “multilingüísticas y transterritoriales” (Martín Barbero, 2002). Se revaloriza lo local por la demanda de los diversos grupos “al derecho a su propia memoria, esto es a la construcción de sus narraciones y sus imágenes”, en medio de condiciones en las cuales “el Estado está aún haciéndose nación, y cuando la nación no cuenta con una presencia activa del Estado en la totalidad de su territorio” (Martín Barbero, 2002). Destaca que las identidades florecen

y se configuran en las ciudades por los flujos de información y las formas de vida y de supervivencia, especialmente entre los jóvenes. “Por más que los apocalípticos — del último Popper a Sartori — atronen con sus lúgubres trompetas nuestros ya fatigados oídos, ni la densidad de las visualidades y sonoridades de las redes son sólo mercado y decadencia moral, son también el lugar de emergencia de un nuevo tejido social, y un nuevo espacio público, de un nuevo tejido de la socialidad” (Martín Barbero, 2002).

Se presentan a continuación algunos temas que desarrollan estos puntos de intersección entre la comunicación y las ciencias sociales.

1. CAMBIOS CULTURALES, EL SUJETO Y LOS APRENDIZAJES

Los extensos e intensos cambios tecnológicos y lamirada que privilegia el momento presente y la coyuntura, son propicios para enfoques y explicaciones que privilegian lo inmediato y que no siempre nos permiten acercarnos a la profundidad de los cambios. Se trata de responder preguntas sustantivas como, ¿cuáles son los cambios culturales que reubicar al sujeto, la ética del individuo, sus planes y proyectos y sus posibilidades de actuar? ¿Estamos ante nuevos valores que se instalan en la vida cotidiana, producto de la comunicación y los medios?

Al respecto, Manuel Pérez Tornero precisa valores contemporáneos presentes en la vida de los sujetos. En primer lugar el valor de la *innovación* que afirma la fuerza del presente y del cambio, frente al sentido que otras generaciones le han dado a la permanencia y el pasado. Los medios instalan el carácter *efímero* de los objetos, dándole valor a la dimensión de *variación* en los procesos, frente a la *duración* y la *permanencia* de otros tiempos. En segundo lugar los valores de la *velocidad* y la *aceleración*, claves del sistema de consumo cultural y que sacrifican la reflexión y hasta el silencio en medio el torrente de la publicidad y el consumo. En tercer lugar el valor de la *visibilidad* que se impone por la fuerza de las imágenes. El sentido de la vista ha sido privilegiado durante el siglo xx con respecto a otros, y las tecnologías de la imagen han permitido amplificarlo. Hay que añadir que los códigos visuales de la representación son cada vez más accesibles a crecientes sectores de la población, en particular de los más jóvenes. En términos sociales y culturales, como también políticos, hoy cuenta lo que se ve, destinándose muchas energías a hacer visible los hechos, los productos, las personas y a sí mismos, de todas las formas posibles. Estos valores representan la pérdida de sentido del pasado, del modelo argumentativo y de tiempos más largos y reflexivos, así como de referentes que provienen de la escritura (Pérez Tornero, 1998: 266–267).

Zygmunt Bauman explica la modernidad líquida como la crisis del valor de la eternidad como tal y como de objeto de deseo, y enfatiza el nuevo valor del presentismo perpetuo. Añade que la velocidad está asociada al olvido porque todo pasa con extraordinaria rapidez y la memoria pareciera extinguirse, afectándose el aprendizaje, la memorización y el sentido de pertenencia. Así lo describe: “No convertir en hábito nada de lo que se hace en este momento, no estar atados por el legado de nuestro propio pasado, llevar nuestra identidad actual como quien lleva una camisa que puede ser sustituida enseguida, justo al pasar de moda, desdeñar las lecciones y las habilidades pasadas sin ninguna inhibición ni remordimiento: todos estos se están convirtiendo en los sellos distintivos de la política de la vida de la modernidad líquida y en los atributos de la racionalidad moderna líquida. La cultura de la modernidad líquida ha dejado de dar la sensación de ser una cultura de aprendizaje y acumulación, como la daban las culturas registradas en las crónicas de los historiadores y los etnógrafos. Hoy parece y se siente, más bien, como una cultura de *desconexión, discontinuidad y olvido*” (Bauman 2010: 26). Para Bauman, tanto el conocimiento como la educación tenían un valor duradero y debían atesorarse para toda la vida, “hoy está en tela de juicio lo invariable de la idea, las características constitutivas de la educación que hasta ahora habían soportado todos los retos del pasado y habían emergido ilesas de todas las crisis” (Bauman 2010: 27). Es decir, la educación fue ajustándose a los cambios sociales y de tiempo, pero el cambio que se vive hoy en día es diferente, “aún debemos aprender el arte de vivir en un mundo sobresaturado de información. Y también debemos aprender el aún más difícil arte de preparar a las próximas generaciones para vivir en semejante mundo”. (Bauman 2007: 46).

¿Cómo se afectan los procesos de conocimiento, de aprendizaje y la subjetividad de los jóvenes en sociedades en las cuales han desaparecido los megadiscursos y se busca construir modos de vivir propios? Desde 1998, Richard Sennett en su libro “La corrosión del carácter” investiga sobre las características del trabajo tradicional y las nuevas demandas propias del capitalismo que no valoran la experiencia ni el conocimiento adquirido. Más adelante precisará cómo evolucionan las instituciones en sociedades cada vez más fragmentadas entre el éxito personal y el progreso social porque la cultura del nuevo orden capitalista afecta la forma de organización de la vida personal, separa el trabajo del compromiso y orienta a las personas a definirse en constantes mutaciones profesionales, a dar la batalla con su talento y a mantener su memoria. Se vive en un marco cultural, en el cual los niños, adolescentes y los jóvenes en general, se ven enfrentados a una serie de incertidumbres en su vida cotidiana y frente a su futuro, todo lo cual guarda una relación estrecha

con la educación. Richard Sennett, a través de una investigación se pregunta en su libro *La cultura del nuevo capitalismo* (Sennett, 2006), sobre los valores y las prácticas que puedan mantener unida a la gente cuando se fragmentan las instituciones bajo la cultura del nuevo capitalismo, todo lo cual no es ajeno a América Latina. Menciona que sólo un determinado tipo ideal de hombre o de mujer es capaz de prosperar en condiciones sociales de inestabilidad y fragmentación, si hace frente a tres desafíos. El primero es el *tiempo* y cómo manejarse a sí mismo en las relaciones a corto plazo mientras se pasa de una tarea a otra, de un empleo a otro, de un lugar a otro. El *tiempo* demanda iniciativa y capacidad para improvisar y tomar decisiones en el curso de sus vidas porque las instituciones ya no proporcionan estabilidad, certidumbres y marcos a largo plazo. El segundo es el *talento*. A medida que las demandas de la realidad cambian, los más jóvenes tienen que explorar capacidades potenciales y adecuarse para realizar múltiples tareas y responder a diferentes retos. La cultura actual celebra la habilidad potencial más que los logros del pasado y, frente a la flexibilidad laboral extrema, se requiere una dosis significativa de creatividad y de innovación para responder a retos muy distintos. El tercer desafío es el de la *renuncia*, y cómo desprenderse del pasado. En medio de la inestabilidad y la falta de seguridad y garantía con respecto al futuro, los jóvenes viven un “presentismo” absoluto y requieren descartar las experiencias vividas, abrazando el valor de lo efímero, como el consumidor de los medios, ávido de cosas nuevas, inmediatamente reemplazadas (Sennett 2006: 11–12).

El trasfondo cultural de estos retos supone que nuestros jóvenes desarrollen nuevas competencias y habilidades en tiempos en los cuales no hay una edad para educarse y el ciclo del conocimiento es cada vez más corto. La reflexión sobre los aprendizajes viene transformándose y en América Latina es largo y fecundo el recorrido. Desde la voz pionera de Paulo Freire quien elaboró la dimensión comunicativa de una pedagogía liberadora, hasta trabajos que desde diversas disciplinas buscan explicar los cambios en los procesos del conocer. Empero este campo de reflexión sigue hegemonizado por concepciones instrumentales de los medios y las tecnologías por un lado, y de otro por ideas ilustradas de la educación. Lamentablemente “sigue manteniéndose al margen del sistema y de las prácticas educativas otras culturas que se gestan y se manifiestan a través de los medios de comunicación, produciéndose un divorcio entre la cultura desde la que piensan y hablan los maestros y aquella otra desde la que perciben y sienten los más jóvenes, tendiéndose a tapar la crisis de comunicación con rituales de modernización tecnológica y reduciendo su conflicto con la cultura audiovisual

e informática a un discurso de lamentaciones morales” (Quiroz, 1993: 17). La educación cambió porque los muros de las instituciones que pretendían proteger a los menores del mundo exterior se han extinguido. Hoy en día la apuesta está orientada a integrar el mundo de los aprendizajes certificados con el mundo exterior, reconociendo la incidencia de los aprendizajes invisibles (Cobo y Moravac, 2011). Dotar al educando de las herramientas que le permitan hacer las cosas por sí mismos, vincularse con el mundo y explicarlo: “el aprendizaje invisible ocurre cuando lo relevante no son los límites espaciales, sino las experiencias de construcción y reconstrucción del conocimiento independientemente del objetivo, entorno, momento o frecuencia en que ocurren. Por las razones descritas, ese enfoque es mucho más próximo al principio de “aprendizaje permanente” (también llamado “aprendizaje continuo” o *life long learning*) que el aún sobreexplotado *e-learning* (Cobo y Moravec 2011: 92).

Estos son temas no solamente de interés académico, sino de política educativa y con los cuales debemos contribuir para ampliar los conceptos y los criterios desde los cuales se esbozan los cambios en el sector educativo.

2. CULTURA POPULAR VS CULTURA ILUSTRADA

Para Gilles Lipovetsky el concepto de cultura-mundo supera las oposiciones tradicionales y jerárquicas entre la cultura popular y la cultura ilustrada, así como la de las élites y de la masa, y está estrechamente vinculado a la industria comercial, la moda, las redes y los flujos. Asimismo, en el horizonte cultural actual las personas, jóvenes y no jóvenes, viven con la impresión de poder trascender las barreras de espacio y tiempo, en medio de una sobrea-bundancia de información y de imágenes, así como de la multiplicidad de posibilidades de elección (Lipovetsky 2010: 7–15).

Mario Vargas Llosa en su libro *La civilización del espectáculo* identifica un mundo en el cual el entretenimiento y la diversión constituyen un valor supremo y que tiene consecuencias como “la banalización de la cultura, la generalización de la frivolidad y, en el campo de la información, que prolifere el periodismo irresponsable de la chismografía y el escándalo (Vargas Llosa, 2012: 34). Esto lo explica porque priman las imágenes sobre las ideas y se socava la idea tradicional de la cultura, aboliendo las fronteras entre cultura e incultura y permitiendo que todas las personas puedan ser cultas aunque no hayan leído nunca un libro, ni visitado una exposición de pintura, escuchado un concierto ni adquirido nociones básicas humanísticas y científicas (Vargas Llosa, 2012).

A pesar de lo dicho en su libro que ha resultado muy polémico y ha sido comentado desde diferentes enfoques, Mario Vargas Llosa escribió sobre la televisión el año 2006, a propósito de la serie televisiva 24, señalando que “las razones de ese éxito son las mismas que causaron la enorme difusión de los mejores folletines del siglo XIX, los que escribían Alejandro Dumas y Eugenio Sue, por ejemplo, o siglos atrás, de las novelas de caballerías: bosquejos de historias de trepidante acción en las que justicieros individuales deshacen los entuertos de las autoridades y de los poderosos, de manera que prevalezca siempre la justicia, y en las que, al trasluz de sus gestas heroicas, se llega a palpar una realidad viviente, doméstica, y a conjurar los grandes demonios que atormentan el subconsciente colectivo” (Vargas Llosa, 2006). Añade, que la ficción encuentra sus raíces en la realidad, todo lo cual determina el éxito o el fracaso de los productos artísticos. Algunos años después, a propósito de la muerte de Corín Tellado escribe: “... Corín Tellado, la escritora asturiana que murió el mes pasado, a sus 82 años de edad, fue probablemente el fenómeno sociocultural más notable que haya experimentado la lengua española desde el Siglo de Oro. Aunque esto parezca herejía (...) ni Borges ni García Márquez ni Ortega y Gasset ni cualquier otro de los más originales creadores o pensadores de nuestra lengua ha llegado a tanta gente ni influido tanto en su manera de sentir, hablar, amar, odiar y entender la vida y las relaciones humanas como María del Socorro Tellado López, apodada Socorrín por su familia y amigas (...) Gracias a ella, cientos de miles, acaso millones de personas que jamás hubieran abierto un libro de otra manera, leyeron, fantasearon, se emocionaron y lloraron y por un rato o unas horas vivieron la experiencia maravillosa de la ficción. Ella no podía sospecharlo, pero fue probablemente la última escritora popular, en el sentido más cabal de la palabra, la que llevó una variante (fácil, elemental, sensiblera y truculenta, ya lo sé) de la literatura al vasto pueblo, ese que no entra jamás a las librerías y pasa como sobre ascuas por las secciones culturales de las revistas, y piensa que la literatura sería es larga y soporífera” (Vargas Llosa, 2009). Vale decir que, pese a sus críticas a los medios que han espectacularizado la realidad, no deja de apreciar la capacidad de la ficción de Corín Tellado de llegar con la palabra a las grandes masas y de entusiasmar y hacer llorar a vastos sectores que tal vez no hayan comprado un libro de autores y narradores renombrados, pero han internalizado las historias y las han relacionado con su propia vida. También, como en la serie 24, es posible traer a las pantallas con una intensa narrativa el propósito de alcanzar la justicia, todo lo cual es parte del inconsciente colectivo, tal como lo señala.

A propósito de la publicación del libro de Mario Vargas Llosa *La civilización del espectáculo*, el Instituto Cervantes organizó en el mes de mayo del 2012 un diálogo entre el autor y Gilles Lipovetsky. En esa oportunidad el filósofo francés sostuvo que la llamada sociedad del espectáculo - tan criticada por Mario Vargas Llosa por propiciar un vacío espiritual, la desmovilización de intelectuales y artistas, y por afectar tanto a las élites como a las masas - no es la única responsable de lo que ocurre. Afirma G. Lipovetsky que si bien muchas de las críticas de Vargas Llosa son ciertas, la sociedad del espectáculo ha dado a las personas mayor autonomía, ha contribuido a una mayor expresión de las opiniones y ha favorecido la producción amateur y la voluntad creativa. Sostiene que el arte de masas es una oportunidad porque crea el arte de la diversión, a través del cine por ejemplo, con obras magníficas y también mediocres, pero que propician la emoción y la reflexión. (Vargas Llosa/Lipovetsky, 2012).

En esa línea temática, Alejandro Piscitelli, sostiene que “hace décadas que asistimos a un cuestionamiento malévolo de la TV. Tanta impostura crítica llega a su fin. Una serie de investigaciones cada vez más refinadas está poniendo patas para arriba esta reducción semiótica o simbólica de la televisión, e insiste en que hay que barajar las cartas del análisis, pero sobre todo las del diseño, y dar de nuevo” (Piscitelli, 2012: 97). Retoma el pensamiento de Steven Johnson, quien entrecruza las neurociencias, la teoría narrativa, la teoría de las redes sociales y la economía y piensa que la televisión sí sirve para pensar. Añade que “los medios no tienen por qué ser el faro de la moral burguesa, contrariamente a lo que una lectura ingenua de Jurgen Habermas propone, y que mucho mejor que seguir viéndolos como maestros desviados o como omnipotentes promotores de la incultura juvenil, sería entenderlos como entrenamientos en cognición diversificada y compleja” (Piscitelli, 2012, 98). Es decir sostiene que la televisión de hace cincuenta años no es la misma que la de hoy y que estamos, en el caso de las series ante una complejidad creciente relacionada con múltiples relatos.

Este en un campo que requiere amplia investigación sobre todo para conocer cuáles son las perspectivas, las percepciones y las necesidades de los públicos y entender desde una mirada intercultural lo que acontece en la subjetividad de los diferentes grupos sociales y etarios.

3. LO PÚBLICO Y LO PRIVADO

Los cambios en las relaciones entre lo público y lo privado son parte de la historia social y del debate de las ciencias sociales. Como parte del proceso

de desarrollo de la individualidad fomentada por las ciudades y los Estados, y como consolidación de la burguesía, se estructuraron las viviendas con habitaciones privadas, y la vida y la socialización transcurría exclusivamente en la casa y luego en la escuela. Los medios desbordaron el ámbito territorial, permitiendo los enlaces y la interconexión con zonas lejanas, emergiendo un cosmopolitismo doméstico. Para Javier Echeverría, a través de la televisión irrumpe lo social y público en la vida privada, llegando al hogar la vida de los personajes políticos, los temas de la muerte, la violencia y la farándula. Posteriormente, la televisión incorporará los relatos privados de las personas, a través de los programas de conversación (*talk shows* y *reality shows*). Concluye caracterizando a la televisión como un referente, fuente de la memoria doméstica, como lo fueron antes las bibliotecas como representaciones impresas del pensamiento y la cultura universal (Echeverría, 1995).

Las ideas sobre lo privado y lo público han ido cambiando en el tiempo porque cada persona en su hogar o en sus espacios privados busca y desea una audiencia para mostrar lo suyo: “En un aparente retorno a los modos de vida en las zonas rurales y pequeños pueblos anteriores a la urbanización de Occidente, en esta aldea global del siglo XXI, resulta imposible preservar los secretos. Aquí, sin embargo, el anonimato tampoco parece deseable, todo lo contrario, pues en este escenario la sola posibilidad de pasar desapercibido puede convertirse en la peor de las pesadillas (Sibilia, 2008: 88). El cuerpo y su visibilidad a través de distintas pantallas expresa esa necesidad creciente de mostrar el yo, para ser reconocido por los otros. En ese monopolio de la apariencia, sólo existe lo que se muestra, porque la subjetividad moderna está vinculada a la necesidad de ser visto, leído u oído por millones de personas, donde la imagen personal es el principal valor de cambio. Sostiene que las personas no muestran sus obras, sino simplemente su vida privada convertida en espectáculo, aunque no deja de reconocer que esta necesidad podría estar relacionada con la soledad contemporánea (Sibilia, 2008).

Empero, se advierte un uso frecuente e indistinto de los términos “privado” e “íntimo”, más allá de su real sentido. Hay, especialmente en las redes sociales, una gran confusión sobre lo que significa compartir la intimidad o revelar la privacidad. Más aún, en particular entre los más jóvenes la “amistad” en la red viene tergiversando los sentidos sobre este vínculo. Los llamados “amigos” en la red, los cientos de “amigos” que comparten conversaciones, fotografías, videos, en realidad no comparten la intimidad de cada cual, solamente aspectos de la vida privada. A propósito de los debates que se han dado en el periodismo y también en la jurisprudencia sobre el derecho a la intimidad, hay divergencias sobre sus alcances. Pero también los medios

masivos han banalizado el sentido de la intimidad, a través de los programas televisivos, las revistas femeninas, los manuales para ser una persona desinhibida, más sociable, mejor pareja. En realidad lo que se muestra a través de conversaciones privadas telefónicas o narrando problemas de pareja, por ejemplo, es la vida privada de las personas, y no su intimidad. José Luis Pardo piensa que hay flancos sociológicos, psicológicos y filosóficos en la definición de la intimidad, pero el dominante en los discursos contemporáneos es el jurídico — periodístico, en nombre del cual se lucra con el dolor y la sangre, se expone a los niños públicamente, se revelan conversaciones personales, es decir se comercializa con la vida privada (Pardo 1996: 15).

La temática de lo privado y lo íntimo y de ambos con lo público es propia de un tiempo de interconexión intensa y de redes sociales. Expresa además que la separación tradicional entre el hogar y lo social viene replanteándose y se configuran nuevos y otros espacios por la ubicuidad de la comunicación a través de las tecnologías como el celular. Entender estos cambios supone aportes fundamentales a la reflexión política, a la educación y a las políticas de inclusión social.

4. DEBATES SOBRE LAS TECNOLOGÍAS

Se debate intensamente y desde diferentes enfoques sobre las tecnologías y sus efectos. Hay miradas diversas, algunas muy críticas que proponen que la humanidad está ante riesgos severos porque la lectura de textos tiende a desaparecer, porque los más jóvenes permanecen en la superficie y no profundizan, y otras que tienen la ilusión de que las tecnologías mejoran la vida social, son claves en los resultados educativos y pueden contribuir a la inclusión de los sectores menos favorecidos.

Desde una orilla muy crítica, el filósofo italiano Alessandro Baricco emprende un agudo examen — ciertamente discutible — de la lectura, de los nuevos lenguajes y de un mundo bárbaro que nos asola y pone en riesgo a la humanidad. Sostiene que vivimos una crisis de la lectura, y que quienes compran libros no son en realidad lectores, sino personajes atrapados por el mercado porque un número significativo de los libros vendidos provienen de una película, son novelas escritas por personajes de la televisión o gente famosa, temas conocidos o de autoayuda: “(...)los bárbaros utilizan el libro para completar secuencias de sentido que se han generado en otra parte” (Baricco, 2008: 83). Los libros que tienen “valor” comercial son aquellos escritos, en lo que el autor denomina la lengua del mundo, la lengua del imperio. Su origen está en la televisión, el cine, la publicidad, la música y el

periodismo y contienen una idea de ritmo, de secuencias emotivas estándar, y una geografía de caracteres que forman parte de una secuencia (Baricco, 2008).

Baricco es muy crítico de la web porque la prioridad de los asuntos sobre los que se consulta está sujeta a la frecuencia de visitas o la velocidad para encontrarlos. Es decir, en la práctica se redefinen valores como la calidad y la importancia de los hechos y situaciones, desplazándose el sentido al movimiento y la secuencia entre los saberes. Si antes la comprensión y el conocimiento estaban en la profundidad y esencia de los temas, ahora se encuentran en su trayectoria, que no están en el fondo, sino en la superficie. En el mundo de la red, a esto se le llama el *surfing*: “Navegar en la red. Nunca han sido más precisos los nombres. Superficie en vez de profundidad, viajes en vez de inmersiones, juego en vez de sufrimiento” (Baricco, 2008, p. 90). Sostiene además que la navegación no es ordenada y planificada, sino que se realizan muchas búsquedas y actividades al mismo tiempo con el riesgo de una atención distribuida: “*Multitasking*(...) hace los deberes mientras chatea en el ordenador escucha el iPod, manda sms, busca en Google la dirección de una pizzería y juguetea con una pelotita de goma(...) Habitar cuantas zonas sea posible con una atención bastante baja es lo que ellos, evidentemente, entienden por experiencia” (Baricco, 2008: 111). Para Baricco el bárbaro piensa menos, aunque piensa en redes más extensas, “(...)efectuando en horizontal el camino que nosotros estamos habituados a imaginar en vertical” (Baricco, 2008: 117). Por todo ello, alerta sobre la necesidad de emprender una política cultural que preserve a las inteligencia del azar, del mercado puro y simple, y apueste por una formación colectiva mediante la escuela y la televisión.

Desde la neurología vienen desarrollándose aproximaciones muy importantes. El neurocientífico Gary Small (Small 2010), director del Centro de Investigaciones en Memoria y Envejecimiento de la Universidad de California (UCLA) cree, apoyándose en la teoría sociocultural, que la mente cambia constantemente, y lo hace a través de mediaciones físicas o simbólicas. Añade que Internet no es una entidad neutra en la medida en que induce a realizar otras operaciones mentales. Insiste el autor en que no solamente afecta las formas de comunicación, el entretenimiento y la producción de conocimiento, sino que el tiempo que se pasa frente a la computadora y especialmente frente a Internet, altera nuestros circuitos cerebrales y las sinapsis. Los peligros se producen cuando hay sobreexposición, porque pueden afectarse habilidades sociales al reforzarse algunas habilidades tecnológicas (Small 2010).

Añade Small, al igual que Baricco, que la tendencia es a sacrificar la profundidad y la reflexión, por la amplitud de ir de un lugar a otro, generándose

hiperactividad y déficit de atención. La llamada atención parcial o semiatención que viene de la práctica del consumo de los medios masivos, se intensifica con la multitarea y el “mandato” de ser eficiente y productivo.

Nicholas Carr se extiende en el tema de la memoria. Antes se pensaba que la memoria a largo plazo era dispersa y como un almacén, resultando menos importante en el pensamiento. Los neurólogos piensan actualmente que ella es la sede del entendimiento porque permite adquirir esquemas fundamentales del pensamiento. Sin embargo, el afán actual por el valor del presente, por estar al día todo el tiempo, puede producir distracción porque se realizan demasiadas actividades y búsquedas a la vez, haciéndose más difícil “distinguir la información relevante de la irrelevante, la señal, del ruido” (Carr 2011: 155).

Desde otra mirada, Alejandro Piscitelli menciona que mientras los mayores de 30 años aprendieron leyendo, un niño, un adolescente o un joven en general, ha pasado muchas más horas con imágenes, en Internet, las redes sociales o jugando videojuegos. Es decir, los referentes principales de su desarrollo cognitivo y su sensibilidad provienen de lo audiovisual. Sostiene que vivimos en la cuarta pantalla, la del celular, después de la del cine, la televisión y la computadora e Internet. Añade que Internet es una era de infinitas oportunidades, y que el discurso de la añoranza de otros tiempos no ayuda a pensar en los retos actuales. Precisa que “nosotros somos las imágenes que consumimos” (Piscitelli 2010). Para Piscitelli resulta equivocado contraponer los procesos lógicos y racionales de aquellos marcados por la velocidad y la heterogeneidad. El concepto de Jenkins de la “transacción digital” es muy útil para comprender lo señalado: “reconocer que formas y contenidos están inextricablemente unidos (como la dualidad significante/significado), y que si bien el buen sentido y las habilidades lógicas no están en cuestión, lo que sí lo está es que éstas no pueden plantearse en contraposición (y exclusión) de la aceleración, el paralelismo, la aleatoriedad y la atribución diversificada del sentido...” (Piscitelli 2009: 49).

Cristóbal Cobo y John W. Moravec desarrollan el tema del aprendizaje invisible y sostienen que vivimos un tiempo en el cual se aprende de múltiples formas, más allá de las formales, y en las cuales el valor de la experiencia recupera su lugar. Es decir, los más jóvenes intervienen en la sociedad y participan, recomponiendo su condición de sujetos y sus procesos de acercamiento a la realidad y el conocimiento. Cambian los modelos de aprendizaje, se vuelven continuos, son más flexibles y se estimulan competencias vinculadas a la realidad inmediata. Los vínculos que se establecen para el análisis, la toma de decisiones y las opiniones provienen de una heterogeneidad de fuentes. (Cobo y Moravec, 2011).

Se trata, en este tema preciso de un debate interdisciplinar de enorme trascendencia para entender los cambios cognitivos y en la educación, el papel de las emociones en los procesos de aprendizaje y nuevamente las percepciones que los propios públicos tienen de lo señalado, así como las posibilidades que las tecnologías representan en la vida actual.

BIBLIOGRAFÍA

- BARICCO, A. (2008). *Los bárbaros. Ensayo sobre la mutación*. Barcelona: Anagrama.
- BAUMAN, Z. (2010). *Mundo consumo. Ética del individuo en la aldea global*. Buenos Aires: Paidós Contextos.
- CÁCERES, J.G. (COORDINADOR) (2009) *Sociología y Comunicología*. Universidad Católica de Salta: Eucasa. En: http://www.ucasal.edu.ar/eucasa/documentos/comunicaciones_parcial.pdf
- CANCLINI, N.G. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- CASTELLS, M. (1996). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. vol. 1 México: Siglo XXI.
- CARR, N. (2011). *¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?*. Buenos Aires: Taurus.
- ROMANÍ, C.C.; MORAVEC, J.W. (2011). *Aprendizaje Invisible. Hacia una nueva ecología de la educación. Colección Transmedia XXI*. Barcelona: Laboratori de Mitjans Interactius/Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- ECHEVERRÍA, J. (1995). *Cosmopolitas domésticos*. Barcelona: Anagrama.
- LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. (2010). *La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*. Barcelona: Anagrama.
- LLOSA, M.V. (2012). *La civilización del espectáculo*. Lima. Alfaguara.
- LLOSA, M.V.; LIPOVETSKY, G. (2012). *Debate*. www.youtube.com/watch?v=rufxsBQIvYY [Consulta: 16 de agosto del 2012]
- LLOSA, M.V. *Héroe de nuestro tiempo*. 10 de setiembre de 2006 http://elpais.com/diario/2006/09/10/opinion/1157839205_850215.html
- LLOSA, M.V. (17 de Mayo de 2009). *La partida de la escritora*. El Comercio.
- MORENO, E.G.E. (2010) Hacia una epistemología de la comunicología: la teoría de la comunicación en Serres y en Martín Barbero. *Convergencia. Revista de Ciencias Sociales*. México. En: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=10512246012>.
- PARDO, J.L. (1996). *La intimidad*. Valencia: Pre-Textos.
- PISCITELLI, A. (2009). *Nativos digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y*

- arquitecturas de la participación*. Buenos Aires: Santillana.
- PISCITELLI, A. (2012). VIDEO TV, ERGO SUM. Cuando la cultura audiovisual también sirve para pensar (se) y hacer pensar. En TV morfo-sis. *La televisión abierta hacia la sociedad de redes*. México: Universidad de Guadalajara/Tintable.
- PROTZEL, J. (2014). Entrevista realizada el 22 de junio de 2014.
- ROMANÍ, C.C.; MORAVEC, J.W (2011). Aprendizaje Invisible. Hacia una nueva ecología de la educación. *Collección Transmedia XXI*. Barcelona: Laboratori de MitjansInteractius/Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- SCOLARI, C. (2007) Ponencia presentada al XII Encuentro de Facultades de Comunicación FELAFACS. Ciudadanías de la incertidumbre: comunicación, poder y subjetividad. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- SENNETT, R. (1998). *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama.
- SENNETT, R. (2006). *La cultura del nuevo capitalismo*. Barcelona: Anagrama.
- SIBILIA, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- SMALL, G.; VORGAN, G. (2008). *El cerebro digital. Cómo las nuevas tecnologías están cambiando nuestra mente*. Barcelona: Urano.
- SPÁ, M.M. (2011). *Interpretar la comunicación*. Madrid: Gedisa.
- TORNERO, J.M.P. (1998). *El ansia de identidad juvenil y la educación*, en CUBIDES, H.L. *Viviendo a toda. Jóvenes, territorio, cultura y nuevas sensibilidades*. Bogotá: Fundación Universidad Central.