

HÁBLAME DE TIC

HÁBLAME DE TIC

TECNOLOGÍA DIGITAL EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR

ALBERTO RAMÍREZ MARTINELL
MIGUEL ANGEL CASILLAS ALVARADO

Creative Commons 3.5

Diseño de cubierta: *Sandra Karina Ordóñez*

Revisión editorial: *Víctor Manuel Hernández Olivera y José Luis Aguilar Trejo*

El cuidado de la presente edición estuvo a cargo de
Jorge Sarmiento

Ramírez Martinell, Alberto
Háblame de TIC : Tecnología Digital en la Educación Superior / Alberto Ramírez Martinell y Miguel Angel Casillas Alvarado. - 1a ed. - Córdoba : Brujas, 2014.
180 p. ; 23x15 cm.

ISBN 978-987-591-422-3

1. Educación Superior. I. Casillas Alvarado, Miguel Angel II. Título
CDD 378.001

ISBN de la versión impresa: 978-987-591-422-3

ISBN de la versión digital:

Impreso en Argentina - *Printed in Argentina*

La comercialización de la versión impresa es exclusiva de la editorial Brujas. Por estar en creative commons, la versión digital puede ser descargada de forma gratuita.
<http://www.hablamedetic.org>

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño de tapa e interior, puede ser reproducida, almacenada o transmitida por ningún medio, ya sea electrónico, químico, mecánico, óptico, de grabación o por fotocopia sin autorización previa del editor.

Queda hecho el depósito que marca la ley 11.723.

© Editorial Brujas © SOCIALTIC
1° Edición.

Impreso en Argentina
en coedición con Social TIC, Asociación Civil.

www.socialtic.org

SOCIALTIC



Editorial Brujas

Miembros de la CÁMARA
ARGENTINA DEL LIBRO



www.editorialbruja@arnet.com.ar

eMail: PUBLICACIONES@arnet.com.ar

Tel./Fax.: (54-351)4606044–Pasaje España 1485–Córdoba–Rep. Argentina.

Indice

Dictaminadores	9
Autores	11
Prólogo	13
Presentación	17
Introducción	19
El capital tecnológico una nueva especie del capital cultural. Una propuesta para su medición	23
Estudiantes, profesores y TIC. La investigación en México.	39
Perspectiva crítica del impacto de las TIC en el contexto educativo	71
Comunicación y TIC: de la masa a la red, un cambio de paradigma	85
Una visión integral de las TIC desde la sustentabilidad humana: retos y oportunidades para la universidad del siglo XXI.....	107
Las tecnologías de la información y la comunicación en la educación musical: <i>Complicaciones en el aula</i>	135
Nuevas tecnologías en las artes escénicas.....	157

Comunicación y TIC: de la masa a la red, un cambio de paradigma

Raciel D. Martínez Gómez

Resumen

En el mundo de la globalización es pertinente discutir el paradigma de la Comunicación para entender, amplia y complejamente, la articulación de las tecnologías de la información y comunicación e información (TIC) con la nueva realidad social emanada de un marco referencial que ha impulsado una extendida y múltiple diferenciación social entretejida con discursos emergentes. Y la educación, en este panorama, tiene que reconocer como telón de fondo a la Comunicación. Por ello es relevante equilibrar la mirada entre la retórica globalifílica que acríticamente resalta las competencias tecnológicas y comunicativas y la igualmente retórica globalifobia que ignora los matices individuales y culturales. Y más atrás se halla una visión reduccionista de los efectos de la comunicación masiva que es el epicentro de este capítulo y que intentaremos desmontar. Para nosotros el poder sufre en la actualidad un acotamiento mayúsculo, pues para empezar los ciudadanos se ubican en constante interpelación de cualquier acción de la autoridad. Además, con esta democratización de las TIC, se exige una mayor transparencia de la información. Esto trajo consigo menos poder, menos procesos autoritarios y a favor tenemos mayor participación y diálogo para la toma de decisiones. En este contexto hay mucho todavía que analizar sobre la compleja relación entre TIC y medios masivos de información que son la punta clave para explicarnos la maraña de eventos y así entender mejor la sensación de *tsunami* mediático que nos dejan los mensajes en la opinión pública, y que son, por donde se le mire, materia prima que sirve para la construcción epistemológica de la educación del Siglo XXI.

Palabras clave:

Comunicación, información, modelos de comunicación, globalización y visibilización.

Introducción

En la actualidad, es indiscutible la presencia e influencia de los Medios Masivos de Información (MMI) en la sociedad contemporánea. Por ello la escuela, la educación formal en general, debe mirar reflexivamente los ámbitos de mediación de aquellos y, sobre todo, reaprender de los procesos y estudios de recepción para un óptimo desarrollo de las TIC en la acción educativa. En este sentido habrá que subrayar que vivimos una acelerada transformación de las relaciones sociales y lo que ahora se consideraban marcos interpretativos canónicos en la Comunicación –teorías y modelos de la disciplina⁴-, ahora resultan insuficientes para entender las dinámicas generadas alrededor de una novedosa plataforma de canales comunicativos, que lo que hacen es complejizar todavía más la lectura analítica de los procesos comunicativos.

En la disciplina de la Comunicación se esclerotizó de alguna forma el paradigma planteado por los estudiosos del funcionalismo. El enfoque funcionalista de la Sociología de la Comunicación estadounidense⁵ permeó y, en cierta manera, permanece

4. Para ampliar el conocimiento de estos marcos interpretativos de la disciplina de la Comunicación, recomendamos a De Fleur y Ball-Rokeach (1982), Escarpit (1977), Katz y Lima (1980) y Moragas (1990).

5 El funcionalismo surge en Estados Unidos a principios del siglo pasado a través de la sociología positivista. Específicamente fue la Escuela de Chicago la que distinguió al funcionalismo, Lasswell (1935), Lazarsfeld, Berelson y Gaudet (1944) y Merton (1972) fueron los encargados de analizar con encuestas los efectos de la propaganda bélica y política; sus métodos claramente son cuantitativos. También dentro de la misma corriente se des-

como trasfondo en diversas teorías de la Comunicación que, en apariencia, asumen enfoques diferenciados al funcionalista, como sería el propio marxismo impregnado de una lógica económica más preocupado por el desmonte monopolístico que por el contexto y subjetivación de los receptores (Barañano, García, Cátedra y Devillard, 2007).

Recordemos que dentro de dicha esclerosis, el paradigma que se mantiene es el propuesto por Lasswell, que se reducía a la contestación de las preguntas ¿quién dice qué? ¿en qué canal? ¿a quién? ¿y con qué efecto? (Lasswell en Moragas, 1994). Asimismo, Lasswell impulsó la *Teoría de la aguja hipodérmica*⁶ que postula una relación directa entre el emisor y el receptor, donde no existe posibilidad de diferir de la intención emisora. Esta teoría otorga un poder omnipresente a los medios para manipular a la sociedad, pues se trata de estímulos tan fuertes – los mensajes-, que por eso se alude a una inyección que prácticamente narcotiza, es decir, que enajena y aísla a los públicos. El enfoque lasswelliano aprecia a la sociedad como homogénea, restándole posibilidad de respuestas diferenciadas.

Moragas (1994) señala que dicho funcionalismo pretendió definir como objeto científico a cada uno de los elementos del modelo de Comunicación propuesto. Sin embargo el acto comunicativo tiene sus múltiples variantes, sobre todo en una parte del modelo de Comunicación siempre castigado como sería el receptor. Pensar en el receptor obliga a ubicar los actos comuni-

tacaron Hovland, Lumsdaine y Sheffield (1949) y Lewin (1935 y 1936) con estudios conductistas. Resaltamos al receptor como parte del esquema funcionalista, sin embargo conforme evolucionaron ciertas posturas, diversos estudios funcionalistas se dieron a la tarea de analizar al emisor, como las investigaciones del gatekeeper (Shoemaker y Reese, 1994).

6. Cabe mencionar que la Teoría de la aguja hipodérmica se desprendió de estudios sobre la propaganda política y la publicidad comercial. Para entender las tendencias de la investigación en el sector de las comunicaciones de masas, sugerimos revisar a Janowitz y Schulze (en Moragas, 1994).

cativos en el contexto de la cultura, por eso los estudios culturales (Mattelart y Neveu, 2011) han sido un bálsamo renovador y traerlos a colación para hablar de TIC es muy oportuno.

Ahora bien, tampoco queremos simplificar esta problemática de inoperancia de un paradigma y/o modelo al enfoque funcionalista estadounidense. El funcionalismo tiene numerosos aportes matizados, que van desde una lectura atenta a la obra de Lazarsfeld, el análisis de contenido de Berelson y Hovland –más en la línea de la Psicología de la Comunicación-, hasta los estudios de Klapper (1974) que subrayan la existencia de una pluralidad de factores que determinan los efectos de la acción comunicativa (Moragas, 1994).

Nuestro señalamiento estriba en que el paradigma funcionalista elimina toda posibilidad de mediación, estampa que se repite en otros tantos enfoques que acuñan esa visión apocalíptica de las cosas que reduce los efectos de la comunicación masiva a una relación mecánica que carece de subjetivación.

Por todo lo anterior el propósito del presente capítulo es discutir la pertinencia de complejizar el paradigma de Comunicación para entender la articulación de las TIC con la nueva realidad social emanada de un contexto globalizado que impulsa –tal vez contradictoriamente-, una extendida y múltiple diferenciación social entretejida con discursos que, en tiempo pasado, fueron emergentes a los discursos hegemónicos.

Y es que todo acto educativo, tendría que reconocer como medular a la Comunicación como el contexto en el cual convive (Mattelart, 1997 y 1998). De ahí lo relevante de equilibrar la mirada entre la retórica globalifílica que, acríticamente, resalta las competencias tecnológicas y comunicativas en desprecio de los contenidos y, la igualmente retórica globalifóbica que se complace estableciendo sentencias macro para ignorar los matices individuales y contextuales. Y todavía más atrás permanece una visión reduccionista de los efectos de la comunicación ma-

siva, que es el epicentro de este capítulo y que intentaremos desmontar.

Quizás el término de paradigma podría resultar presuntuoso, e incluso ampuloso para definir la extensión del objeto del debate. En todo caso tal vez lo que debemos plantear, eso sí manteniendo la idea, es la discusión en torno a la pertinencia de complejizar un modelo de Comunicación y así redimensionar lo que está ocurriendo a partir de la acelerada presencia de las TIC en la vida social.

El asunto es que aquí ponemos en duda la larga tradición de un modelo que se ha mantenido incólume en la Comunicación y pocos se atreven a discernir, como si dicho esquema inclusive se hubiese instalado como parte de un discurso correctamente político y por consecuencia se vuelve un ente ideologizante.

Por ello es que sostenemos que se trata de una paradigma y/o modelo que ha permeado en diversidad de disciplinas que lo asumen en menoscabo, inclusive, del desarrollo mismo de las disciplinas que lo aceptan así, sin cuestionarlo, como ocurre con la Sociología y la Antropología y ya no digamos con la Comunicación.

A transformar modelos

Estamos a tiempo para desplazar esa idea funcionalista que ha permeado a las diferentes corrientes de la Comunicación, como sería hasta los propios discursos marxistas sobre todo en América Latina⁷ que han acuñado, entre inercias economicistas y

7. América Latina se distingue por su carácter contestatario respecto a la cultura de la comunicación de masas. La estadía de un gobierno popular como el de Salvador Allende en Chile en la década de los setenta, impulsó un pensamiento crítico vinculado a los movimientos políticos de izquierda. Los más punzantes comunicólogos de la academia resaltan su postura para dismantelar

teñidos por la categoría de clase social, el discurso de una masa maquinizada que ha sido narcotizada por lo que varios especialistas, con Lasswell a la cabeza, llamaron el efecto de la *aguja hipodérmica* (Moragas, 1981; Nethol y Piccini, 1984). En lo personal esa idea esclerotizada que sostiene al esquema de la Comunicación tradicional, invisibiliza la movilización del sujeto social contemporáneo. Y lo hace de tal manera –la invisibilización teórica–, que niega los avances en cuanto al ámbito antropológico se refiere en los momentos que se trata de entender la complejidad de las comunidades sociales con enfoques metodológicos cualitativos.

Es importante mencionar que esta reflexión deriva, a su vez, de un debate en torno a la representación identitaria de las minorías en los medios masivos de información (Martínez, 2009). Nuestra postura inicia con una discusión sobre la visibilización de las minorías en la etapa de la globalización, entendida como la serie de estrategias de comunicación que utilizan los diferentes grupos minoritarios para informar y posicionar sus aspiraciones y problemáticas a partir de un amplio abanico de *mass media*. Sostenemos como principal premisa, que la globalización ha impulsado a una serie vasta de movimientos sociales desde un novedoso esquema de comunicación basado en las TIC. Este esquema de comunicación, que irrumpe y trastoca el conservadurismo de teorías y posturas políticas, supone una transformación de la visión conceptual sobre las maneras de ejercer poder en la actualidad. Por ello es necesario plantear dicha modifica-

los monopolios (el Emisor), a los que acusan de tener intenciones políticas en sus mensajes aparentemente inocuos, como lo prueban estudios de Dorfman (1982) y Mattelart (1972) sobre el *Reader's Digest* y el *Pato Donald*. Mattelart (1979) escribe un estudio vital para entender el contexto: *La cultura como empresa multinacional*. El mérito principal de Mattelart y el resto del grupo de investigadores latinoamericanos (Beltran y Fox, 1980; Dorfman, 1982; Mattelart, 1972, 1976, 1977 y 1979; Pasquali, 1976 y 1978; Reyes Matta, 1977; Silva, 1979; Taufic, 1974), fue responder a la sociología funcionalista de los Estados Unidos que justificaba acriticamente el estadio de cosas de los *media*.

ción esquemática, porque de otra forma sería complicado entender, en su dimensión compleja, epifenómenos sociales reivindicatorios de identidades, acompañados por supuesto, de estrategias de Comunicación en donde se evidencia otro papel de los públicos expuestos a unos medios de información que, habrá que aceptar, ya no son lo mismo frente a la apertura amplísima de la oferta de contenidos que obliga –hasta los más cerrados–, a abrirse en busca de la credibilidad.

A esta premisa la secunda la argumentación de Castells (2000), que dice que los sistemas de comunicación que impulsa la globalización se caracterizan por una extendida diferenciación social y cultural que permite, en muchos casos, la circulación de discursos alternos al dominio hegemónico. Por ende estos sistemas de comunicación globalizantes se instalan en una *compleja* contraposición al discurso que sostiene que la globalización es, precisamente, el reverso donde no existe cabida a la diferenciación social y cultural. Y es que es tal la cantidad de discursos emergentes al dominio hegemónico que circulan incluso en forma de crítica incisiva, que sería un *epistemicidio* -en el sentido que De Sousa (1998) critica al conocimiento científico cuando este omite una serie de conocimientos en aparente marginalidad-, seguir pensando que la globalización pretende circular solamente como un discurso homologante en menosprecio absolutista de los discursos emergentes.

Iniciemos la argumentación que combina un recorrido por la historia del esquema de comunicación, aludido en cuando menos dos fases determinantes, una de ellas la denominada Sociedad de Masas⁸ y la otra Sociedad Red⁹, y los desplazamientos

8. Por Sociedad de Masas entenderemos a una etapa social que se ubica desde el origen y aparición masiva de medios de información en la década de los veinte del siglo pasado hasta la década de los ochenta. Toda la recopilación de Moragas (1994) permite contextualizar y definir a la comunicación de masas. En Katz y Lima (1980) también podemos hallar una definición precisa del término. Es importante señalar que en esta Sociedad de Masas

conceptuales y teóricos que ha tenido el término de receptor a perceptor a partir de una mirada más antropológica. De dicho cruzamiento deriva la pertinencia de repensar entonces el paradigma de Comunicación para incluir a un sujeto activo en busca de identidades en el marco de la diversidad cultural contemporánea, circunstancia que no debe soslayar la educación.

Complejización de procesos de mediación

Sostenemos que son igualmente complejos los procesos de mediación en cualesquier ámbito que se les quiera analizar. Se propone, en todo caso, que esa mirada antropológica que permea en análisis de las culturas popular y comunitaria también se tienda sobre los procesos de mediación y las prácticas derivadas del uso de los MMI y de las TIC en general.

Explicuemos por qué. Empecemos hablando de la trascendencia de las TIC y el peso que tienen los MMI, también entendidos en su conjunto como esfera mediática, para legitimar la cultura dominante. En los MMI se transversaliza las tensiones que se dan entre la cultura dominante y los grupos que integran la novedosa diversidad cultural. Los medios masivos en este sentido integran un relato que sostiene y valida buena parte de la legitimación de los grupos, y se vuelven una pauta que sedimenta cotidianamente el mapa civilizatorio (ver Perceval, 1995).

Sin embargo, a pesar de que los medios son un eslabón de la estrategia orgánica de la cultura hegemónica (cfr. Esteinou,

los públicos no tuvieron capacidad de respuesta a los mensajes masivos.

9. La Sociedad Red, a diferencia de la Sociedad de Masas, parte de una base de comunicación diferente que le permite a los públicos tener mayor capacidad de respuesta a los mensajes masivos. Ubicada a partir de la década de los ochenta, la Sociedad Red se sustenta sobre todo en el desarrollo de las nuevas tecnologías. Para entender ampliamente el contexto de la Sociedad Red recomendamos a Castells (2000).

1983), no podría distinguirse un comportamiento homogéneo en la representación identitaria, puesto que los procesos identitarios varían según el contexto. En consecuencia, los MMI podrían ser matrices culturales de acuerdo a sus complicados procesos de mediación para la construcción de identidades.

Martín-Barbero (1989) explica que a partir de tres desplazamientos es como la disciplina de la Comunicación ha *complejizado* los procesos de mediación y, por ende, vuelto a la Comunicación un asunto de cultura (s). Señala Martín-Barbero que se reconoce la opacidad en los discursos, es decir, ya no se trata de desvelar en cada mensaje mediático un acto de propaganda sino, en todo caso, una cadena de modos de ver el mundo articulada desde diferentes zonas y que no sólo tienen en exclusivo su lugar de gestación en los MMI.

Un segundo desplazamiento se ubica en las transformaciones modernas de la ciudad. Cuando apenas se hacían las urbes, la teoría reacciona *primordializando* la vida rural. El éxodo a la ciudad dificultó la comprensión del *boom* mediático registrando los asentamientos nuevos, irregulares muchos de ellos, con la gente que migraba del campo a la ciudad (Monsiváis, 2000).

Lo urbano no fue bien visto durante mucho tiempo como ente *antropologizable*. Se asume que las masas urbanas pudiesen tener un espesor cuando asentados ya -generaciones campesinas reubicadas sea en la periferia citadina o en los estados y/o en regiones-, se relacionan con la urbe (García Canclini, 1990). Este segundo desplazamiento que consigna Martín-Barbero pondera el protagonismo de la masa en la articulación de la relación social cuyo marco es una lucha de ir y venir la tensión social entre representaciones simbólicas.

Gracias a esta modificación del mapa de relaciones de poder/cultura urbana/cultura popular es cómo surge un tercer desplazamiento. La quiebra del binarismo en la concepción de lo masivo para repensarlo como un espacio de identidades más

allá de la unilateral premisa de que los medios por sí solos despojaban de las identidades *primordializadas* –las del campo--, y enajenaban al hombre al sumergirse en la lógica del capital que se reproduce en la ciudad.

Insistiremos que esta visión reduccionista de los efectos de la comunicación masiva se sitúa en el contexto de la resistencia latinoamericana que, desde la academia, daba respuestas políticas a la complejidad cultural. Pero, además, se sostiene que esta simplificación de los efectos deviene más que nada de una situación subrepticia, a cual más motivada por el animismo político.

El tercer desplazamiento habla de apreciar a los medios precisamente como espacio de identidades, es decir, antropologizar la reflexión en torno a los fenómenos de la comunicación para verlos como asunto de culturas.

Por eso ya no podemos observar a los MMI como un escenario de procesos autoritarios y/o verticalistas, en donde las audiencias son entes pasivos. No, ya no, la variedad de casos, comprueba cómo esas audiencias se volvieron más complejas y con mayor capacidad de respuesta (García Canclini, 1999).

TIC, nuevos actores sociales

Insistimos que nuestra idea central es que las TIC han empoderado a nuevos actores sociales. Esto nos obliga a pensar desde dónde y cómo se han empoderado dichos actores. A su vez esto permite reflexionar en torno al papel que juegan las TIC en esta novedosa relación en donde las tensiones se dirimen en una esfera mediática con cada vez mayor influencia y hasta determinación de las acciones y decisiones sociales –pues influyen en las instituciones y/o en las políticas sociales mismas, en lo que muchos han discutido y formulado como un neopopulismo-

Primero empecemos por caracterizar lo que está ocurriendo en esta etapa de la globalización, ya que es el contexto de donde se desarrolla el punto de inflexión al que queremos llegar.

Reafirmamos como planteamiento central que las TIC han modificado el marco de las relaciones sociales; inclusive, se podría afirmar que ellas han transformado buena parte de las sociedades actuales.

Las TIC, su conocimiento, se ha instalado como el paradigma contemporáneo; vamos, se han vuelto la referencia universal que potencia desde la economía hasta provoca impactos innegables en la vida cotidiana de los hombres (Gillmore, 2011, Piscitelli, 2011 y Sedeño, 2011).

Postulamos aquí que las TIC, entre sus principales efectos, han provocado una acelerada visibilización de las problemáticas de las minorías, de grupos que a nivel general no estaban del todo empoderados (Castells, 2000; Martínez, 2009) y podría decirse que hasta permanecían recluidos en la periferia mediática. Anteriormente se limitaba la aparición de dichas problemáticas sujetas al control del centro que decide qué se visibiliza y con la deliberada omisión y censura. Y en los casos en donde se visibilizan las problemáticas, estas se convierten en estereotipos y clichés. Sin embargo, las TIC han impulsado que estas minorías encaucen sus problemáticas en la agenda mediática por múltiples canales de comunicación; lo que con ello se ha permitido que la mencionada visibilización empodere de diferentes formas a los actores que así comienzan la negociación de sentido con los poderes que los excluyen de la toma de decisiones. Este empoderamiento no sólo se limita a la aparición exponencial de las manifestaciones sociales, sino también se alarga y extiende - y persiste-, como espacios definitivos e instituidos en donde los actores sociales minoritarios se convierten en auténticos contrapesos de la vida política.

En la actualidad las TIC han permitido que las minorías salgan de ese clóset histórico e intenten reivindicar sus derechos. Por eso es tan importante entender la conexión entre TIC y sociedad, porque precisamente de esta relación emana una parte sustancial de la explicación de las cosas que suceden.

Lo anterior, decíamos líneas atrás, se inscribe en el contexto de la globalización, situación social igualmente no del todo comprendida en lo complejo de su permeabilidad entre la sociedad. Algunos especialistas han entendido el epifenómeno globalizante como si fuera un plan orquestado desde la simbiosis maquiavélica entre las grandes corporaciones y los estados de las naciones más ricas (Beck, 1997 y Pujades, 1998), como si fuera parte de un plan imperial para sujetar al resto débil de la geopolítica, por cierto hoy en día con tantas modificaciones en la otrora dualidad Norte-Sur. En cambio nuestra postura no es que sea precisamente globalifílica en pro de un discurso mercadológico que pretende armonía en un mundo multicultural fuera del conflicto (Sartori, 2001) –como si fuese un hermanamiento cultural automático-. Más bien, lo que se propone es una visión menos binaria y satanizada del asunto (Bartra, 1996 y García Canclini, 1999) para, volvemos a insistir en el enfoque, tener una reflexión más compleja y matizada de los efectos de la globalización en un mundo contemporáneo que nos ha enseñado que la globalización escapa a esa tendencia de las teorías del complot. La globalización en todo caso se instala en una especie, válgase la vulgaridad, de caballo desbocado que corre y corre sin control alguno, para utilizar una imagen que dé cuenta de las innumerables expresiones mediáticas –a partir de las TIC-, cuyo sentido se formula en contra de la globalización (bueno, el movimiento globalifóbico, con tanta presencia social, deviene precisamente de la utilización de las redes generadas a partir de las TIC).

Para nosotros la globalización es compleja de entender y más aún de describir, dado que las vertientes de impacto que exhibe se bifurcan por senderos microsociales que no siempre son del

todo explicados desde el ámbito macrosocial. Aceptamos que la globalización es una reestructuración del capitalismo en donde nadie tiene el control asegurado de lo que ocurre, y si no véase lo que aconteció con el epifenómeno mediático del sitio en internet llamado *Wikileaks* (Estulin, 2011) en Estados Unidos y con las redes sociales en Medio Oriente (De Rivera, 2011) en la llamada Primavera árabe. En esta secuencia, globalización también podría leerse como una revolución de las TIC que incluso modifica las coordenadas epistemológicas (Álvaro, 2011 y Ubieta, 2011).

Algunas de las consecuencias de la globalización son la diversificación de los procesos identitarios, la identidad comunal y nacional se transforma y se reacciona contra la lógica del mercado (McKim y McMahan, 2003). En esto recordemos que el estado-nación ha perdido su rectoría social en varios ámbitos, pero sobre todo han disminuido su poder homologador del sentido cultural y eso ha conducido a una serie de expresiones contestatarias que ya no se acomodan a la retórica estatal. Y recordemos a su vez que dichas expresiones contestatarias devienen -en muchos casos, como su fuente informativa-, de inspiración exógena, de información que surge en todo el mundo y que se comparte y que fortalece los movimientos sociales locales que tienen vínculos más universalistas que nacionalistas. Como que de alguna forma hay un quiebre de la retórica del sentido nacionalista y se sustituye -no totalmente, por cierto-, por un sinfín de expresiones que reivindican identidades más allá de las fronteras demarcadas por la política de los estado-nación (Bartra, 1996).

Asimismo, hay un resurgimiento nacionalista como parte de esos efectos en contra de la globalización, que se ve como amenaza en contra del antiguo equilibrio de sentido sociocultural. Otros son originales movimientos sociales que rechazan el Nuevo Orden Mundial y señalan que el Estado está bajo sospecha por sus discursos inoperantes y hasta se palpa ya un paulatino fin del patriarcado con el evidente ascenso al poder políti-

co, social y mediático de las minorías sexuales (Castells, 2000 y Giddens, 1995).

De sociedad de masas a la red

Todo este cambio podría leerse, en el fondo, como un cambio en el modelo de Comunicación de la sociedad. Digamos que en el modelo de la Sociedad de Masas, la relación del poder a través de la esfera mediática se quedaba a nivel informativo y no comunicativo, porque no se cumplía el ciclo de la retroalimentación. Se trataba de una comunicación autoritaria en donde poco se reflejaba de los perceptores, concebidos durante mucho tiempo como receptores (Moragas, 1981).

Fue con el surgimiento de las TIC, cuando se da otro modelo de Comunicación llamado Sociedad Red (Castells, 2000). Este modelo permite de alguna forma, o más bien de varias formas, un diálogo entre los perceptores –los públicos, pues--, con los distintos poderes. Lo que se plantea en la Sociedad Red es Comunicación, puesto que los perceptores sí retroalimentan el proceso a diferencia de una Sociedad de Masas que no lo fomentaba por su verticalismo.

Esto modifica sustancialmente el estadio de cosas. Y las cambia, porque una antaño masa de receptores pasiva, hoy se erige como una diversidad cultural que interpela activamente las diferentes acciones de poder (Curran y Walkerdine, 1998; y Moragas, 1994).

Lo que se había llamado Sociedad de Masas, en donde el modelo prevaleciente era aquel donde los MMI como el cine, la radio y la televisión descollaban, no cumplieron con la noción estricta de la comunicación, donde la fase de la retroalimentación es la principal característica.

Señalamos que dicha Sociedad de Masas truncó un proceso de articulación entre la sociedad y el estado. Lo que había, y hay en muchos de los casos, es una Sociedad de Masas verticalista y por ende autoritaria en donde el receptor tuvo mínimas posibilidades de respuesta y mucho menos de retroalimentación. En este sentido coincidimos con Durandin (1995) que el tamiz desinformativo que adquieren ciertos contenidos en la Sociedad de Masas fueron mentira y descontextualización. Posiblemente no toda la desinformación surgía como una táctica del poder. Sin embargo, es de reconocerse que se convertía en un ambiente desmovilizador e invisibilizador en la medida que, esta subinformación, se filtraba en la sociedad como uno de los principales referentes de la realidad (Van Dijk, 1997).

Empero, tampoco partimos de una visión esencialista que aplane los matices que tuvo la Sociedad de Masas en cuanto a la participación activa de los públicos. En este sentido, Martel (2011) nos sugiere que debe anteponerse una óptica antidogmática para reflexionar sobre la cultura *mainstream*, también conocida como la cultura del mega espectáculo. En todo caso, recomienda observar la amplísima variedad de fenómenos masivos donde se palpa la diferenciación en beneficio de las culturas locales. Esta variedad de fenómenos masivos es importante analizarlos desde el concepto de la convergencia mediática en donde se explayan canales y contenidos. Esta convergencia genera una polisemia de significados entre los públicos. Siguiendo a Jenkins (2008), vivimos hoy una convergencia corporativa y popular que refuerza y favorece a los perceptores cada vez más activos en la globalización.

En consecuencia, postulamos que las TIC, entre sus principales efectos, han provocado una acelerada visibilización de las problemáticas de las minorías, de grupos que a nivel general no estaban del todo empoderados (Martínez, 2009), gracias al nuevo modelo que propone la Sociedad Red (Castells, 2000).

En la actualidad las TIC han permitido que las minorías intenten reivindicar sus derechos. Y es que las TIC han modificado el marco de las relaciones sociales.

Y aún hay más. A pesar de que los MMI son un eslabón de la cultura hegemónica, no podría distinguirse un comportamiento homogéneo en la representación identitaria, puesto que los procesos identitarios varían según el contexto.

Las circunstancias y el mismo pensamiento han modificado su mirada cuando se estudia a los medios. Tan sólo el término de receptor ya se transformó por el de perceptor. En este contexto seguimos la premisa de Prieto Castillo (1981). Aunque permanece un pensamiento reduccionista de los efectos de la comunicación masiva que considera a los públicos como mero receptor, como un menor de edad frente a los procesos públicos y/o sociales; este punto de vista revela un ángulo funcionalista como el de la *aguja hipodérmica* (ver Mattelart, 1997) en donde no se le otorgaba ninguna posibilidad de respuesta.

Para reforzar esa silueta epistemológica que se requiere, es preciso reflexionar en torno al ámbito mediático que se ha transformado en un poder, en un contrapeso que visibiliza una serie de actores, grupos, movimientos y situaciones que demandan ser atendidos. Se trata de un desafío para el estado contemporáneo: de cómo la tecnología trae consigo un empoderamiento de la diversidad cultural y de cómo ésta diversidad, ahora sí, se comunica con el poder.

Cambiar agenda educativa

Para situar el papel mediático en la actualidad, siempre es pertinente un análisis en torno a los mensajes de cariz denunciatorio que adquieren un singular protagonismo. Sí, en efecto, la diversidad de manifestaciones en donde se ejerce una presión mediática, parece que en la actualidad no tiene control. Las redes

sociales que se desprenden de las plataformas de la Internet, la producción multimedia que se esparce con gran resonancia en diferentes rincones de lo social o las expresiones políticas que se organizan y resisten cualquier embate autoritario, son epifenómenos que avanzan casi sin problema alguno.

Estamos frente al surgimiento de nuevos mediadores que parten desde diversos ámbitos anatemizados y que ahora asumen un discurso que cuesta trabajo aceptar por determinados politólogos que depositan dicho rol a instancias concretas como los partidos políticos. Me parece que estamos en el apogeo de la Tercera Vía en donde emerge un novísimo concepto de ciudadanía (De Sousa, 1998; Giddens, 1999; Kymlicka, 1996; y Oraisón, 2005).

Para nosotros el poder sufre en la etapa contemporánea un acotamiento mayúsculo, pues para empezar los ciudadanos que antes permanecían inactivos en la etapa contemporánea se ubican en constante interpelación de cualquier acción de la autoridad. Además, concretamente con esta democratización que catapultan las TIC, se exige una mayor transparencia de la información. Esto trae consigo menos poder, menos procesos autoritarios y a favor tenemos mayor participación y diálogo para la toma de decisiones.

En este contexto hay mucho todavía que reflexionar sobre esta compleja relación entre las TIC y los MMI que son la punta del iceberg para explicarnos la maraña de eventos y así entender mejor esta sensación de *tsunami* mediático que nos dejan los mensajes en la opinión pública, y que son, por donde se le mire, materia prima que da pie a la discusión intercultural y que no debe escapar a la construcción epistemológica de la educación del Siglo XXI.

Sí, no es poca cosa que se haya transformado de golpe y porrazo un modelo de Comunicación que pasó de una Sociedad de Masas aletargada a una Sociedad Red ansiosa, incluso, de cam-

biar paradigmas; y eso, la educación no debe obviarlos, más bien debe agendarlos como un eje sustancial y así encarar los desafíos del futuro inmediato con nuevos esquemas que le permitan comprender una etapa contemporánea cuantimás compleja.

Referencias

- Álvaro, D. (2011). “WikiLeaks como desafío epistemológico”. http://www.cetr.net/es/articulos/sociedad_en_cambio/wikileaks_como_desafio_epistemologico
- Barañano, J.; Cátedra, M. y Devillard, J. (2007). *Diccionario de relaciones interculturales, diversidad y globalización*. Madrid: Editorial Complutense.
- Bartra, R. (1996). *Las redes imaginarias del poder político*. México: Océano.
- Beck, U. (1997). *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Barcelona: Paidós.
- Beltran, L. y Fox de Cardona, E. (1980). *Comunicación dominada. Estados Unidos en los medios de América Latina*. México: Nueva Imagen.
- Castells, M. (2000). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura (vol. 2 El poder de la identidad)*. Madrid: Alianza.
- Curran, D. y Walkerdine, V. (1998). *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y posmodernismo*. Barcelona: Paidós.
- De Fleur, M.L. y Ball-Rokeach, S. (1982). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- De Rivera, J. (2011). “Los Social Media en las Revoluciones de los Países Árabes: Facebook en Túnez”. <http://www.sociologiayredessociales.com/2011/04/social-media-revoluciones-arabes-facebook-en-tunez-redes-sociales/>
- De Sousa, B.(1998). *La globalización del derecho: los nuevos caminos de la regulación y la emancipación*. Bogotá: ILSA, Ediciones Universidad Nacional de Colombia.
- Dorfman, A. (1982). *Reader's nuestro que estás en la tierra (Ensayos sobre el imperialismo cultural)*. México: Nueva Imagen.

- Durandin, G. (1995). *La información, la desinformación y la realidad*. Barcelona: Paidós.
- Escarpit, R.(1977). *Teoría general de la información y de la comunicación*. Barcelona: Icaria.
- Esteinou, J. (1983). *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*. México: Nueva Imagen.
- Estulin, D., 2011. *Desmontando a WikiLeaks*. Barcelona: Planeta.
- García, N. (1990). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Conaculta.
- García, N. (1999). *La globalización imaginada*. México: Paidós.
- Giddens, A. (1995). *La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*. Madrid: Cátedra.
- Giddens, A. (1999). *La tercera vía: la renovación de la socialdemocracia*. Madrid: Taurus.
- Gollmore, D. (2011). *Mediactive*. <http://mediactive.com/book/> Estados Unidos.
- Hovland, A.A y Sheffield, F.D. (1949). *Experiments in mass communications*. Princeton: Princeton University Press.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Katz, D. y Lima (1980). *Diccionario básico de la comunicación*. México: Nueva Imagen.
- Klapper, T. (1974). *Efectos de las comunicaciones de masas. Poder y limitaciones de los medios modernos de difusión*. Madrid: Aguilar.
- Kimlicka W. (1996). *Ciudadanía multicultural*. Barcelona: Paidós.
- Lasswell, H. (1935). *World politics and personal insecurity*. Nueva York: Mc Graw-Hill.
- Lazrsfeld,B. y Gaudet, H. (1944). *The people's choice*. Nueva York: Duell Sloan & Pearce.
- Lewin, K. (1935). *A dynamic theory of personality*. New York: McGraw-Hill.
- Lewin, K. (1936). *Principles of topological psychology*. New York: McGraw-Hill.

- Martel, F. (2011). *Cultura mainstream. Cómo nacen los fenómenos de masas*. México; Taurus.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gilli.
- Martín-Barbero, J. (1989). *Proceso de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista*. México: FELAFACS-Gustavo Gilli.
- Martínez, Raciél. (2009). *Arráncame la iguana: Desafíos de la identidad en el cine mexicano*. Colección Lecturas Intercultural. México: Universidad Veracruzana Intercultural.
- Mattelart, A. y Dorfman, A. (1972). *Para leer el Pato Donald*. México: Siglo XXI.
- Mattelart, A. (1976). *La comunicación masiva en el proceso de liberación*. México: Siglo XXI.
- Mattelart, A. (1977). *Multinacionales y sistemas de comunicación. Los aparatos ideológicos del imperialismo*. México: Siglo XXI.
- Mattelart, A. (1979). *La cultura como empresa multinacional*. México: ERA.
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997). *Historias de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Mattelart, A. (1998). *La mundialización de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Mattelart, A. y Neveu, E. (2011). *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona: Paidós.
- Merton, R. (1972). *Teoría y estructura social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Monsivais, C. (2000). *Aires de familia. Cultura y sociedad en América Latina*. Barcelona: Anagrama.
- Moragas, M. (1981). *Teorías de la comunicación, investigación de medios en América Latina*. Barcelona: Gustavo Gilli.
- Moragas, M. (1994). *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gilli.
- Mckim, R. y McMahan, J. (2003). *La moral del nacionalismo. Volumen II. Autodeterminación, intervención internacional y tolerancia entre las naciones*. Barcelona: Gedisa.

- Nethol, A. y Piccini, M. (1984). *Introducción a la pedagogía de la comunicación*. México: Terra Nova-UAM.
- Oraisón, M. (coord.), Corbo, D., Gallo, S. y Von Zuben, A. (2005). *La construcción de la ciudadanía en el Siglo XXI*. OEI, Organización de Estados Iberoamericanos y Octaedro.
- Pasquali, A. (1976). *Comunicación y cultura de masas*. Caracas: Monte Ávila.
- Pasquali, A. (1978). *Comprender la comunicación*. Caracas: Monte Ávila.
- Perceval, J. (1995). *Nacionalismos, xenofobia y racismo en la comunicación. Una perspectiva histórica*. Barcelona: Paidós.
- Piscitelli, A. (2011). *El paréntesis de Gutenberg. La religión en la era de las pantallas*. Buenos Aires: Editorial Santillana.
- Prieto, D. (1981). *Discurso autoritario y comunicación alternativa*. México: Edicol.
- pujades, J. (1998). “Mestizaje, cosmopolitismo y nuevas formas de racismo”, en: *La interculturalidad que viene: el diálogo necesario*. Barcelona: Icaria.
- Reyes, F. (ed.) (1977). *La información en el nuevo orden internacional*. México: ILET-Nueva Imagen.
- Sartori, G. (2001). *La sociedad multiétnica. Pluralismo, multiculturalismo y extranjeros*. Madrid: Taurus.
- Sedeño, A. (2011). Contenidos audiovisuales y cibercultura: <http://www.revistalatinacs.org/067/cuadernos/artesanos.html>
Cuadernos Artesanos de Latina.
- Shoemaker, P., y Reese, S. (1994). *La mediatización del mensaje. Teorías de las influencias en el contenido de los medios de comunicación*. México: Editorial Diana.
- Silva, L. (et.al.) (1979). *Medios de comunicación, ideología y estrategia imperialista. Comunicación y dependencia en América Latina*. México: UNAM.
- Taufic, C. (1974). *Periodismo y lucha de clases*. Madrid: Akal Rodríguez editor.
- Ubieta, E. (2011). *WikiLeaks: sobre la libertad de información y la descontextualización de la historia*. <http://la-isla-desconocida.blogspot.com/2011/01/wikileaks-sobre-la-libertad-de.html>

Van dijk, A. (1997). *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona: Gedisa.

La presente edición de
HÁBLAME DE TIC
se terminó de imprimir en
Editorial Brujas.

Editorial Brujas

SOCIAL**TIC**

 Editorial Brujas

Encuentro
Grupo Editor

Impreso en Córdoba, Argentina
-Febrero de 2014-

