

Presentación:

La e-comunicación como remediación de la comunicación analógica

Octavio C. Islas Carmona y Fernando Gutiérrez Cortés¹
Tecnológico de Monterrey. México

«La progresiva racionalización de la sociedad depende de la institucionalización del progreso científico y técnico. En la medida en que la ciencia y la técnica penetran en los ámbitos institucionales de la sociedad, transformando de este modo a las instituciones mismas, empiezan a desmoronarse las viejas legitimaciones. La secularización y el desencantamiento de las cosmovisiones, con la pérdida que ello implica de su capacidad de orientar la acción, y con la tradición cultural en su conjunto, son otra cara de la creciente racionalidad de la acción social»

Jürgen Habermas (1993: 54)

Gracias a la dulce fatalidad de la historia, hoy podemos reconocer que las relaciones que los científicos establecen frente a los objetos del conocimiento inevitablemente se encuentran expuestas a permanentes transformaciones. Los cambios permiten el devenir mismo del conocimiento humano.

¹ Fernando Gutiérrez Cortés (México) Director del Departamento de Comunicación del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México. Su correo electrónico es fgutierr@itesm.mx Octavio Islas (México) Director de la Cátedra de Cibercultura y

A través de la historia, las tecnologías han operado como importantes generadoras de cambios. Los cambios que introducen las tecnologías no sólo favorecen el desarrollo de la ciencia, sus repercusiones además se extienden a la cultura y por supuesto a la sociedad. El desarrollo tecnológico es determinante en el devenir histórico de las sociedades. Entre las ciencias y las tecnologías prevalece una compleja relación dialéctica, la cual se nutre de contradicciones. Las contradicciones resultan indispensables y contribuyen al devenir mismo del conocimiento humano.

El formidable desarrollo que en los años recientes han alcanzado las avanzadas tecnologías de información y comunicaciones (TIC), parece haber desbordado muchos de los esquemas explicativos que eran considerados como básicos e inmutables en algunas disciplinas del conocimiento humano. Con la llamada «convergencia tecnológica» se han desvanecido muchas de las fronteras que anteriormente nos permitían distinguir límites más o menos precisos entre la informática, las herramientas de comunicaciones de Internet, los medios de comunicación masiva, las telecomunicaciones, la robótica, la realidad virtual, la electrónica de consumo doméstico y la ingeniería genética, entre otras. Es posible afirmar que la «convergencia tecnológica» ha contribuido a dificultar el reconocimiento de los objetos de estudio que corresponde investigar a determinadas ciencias. Una de las ciencias que hoy enfrenta agudas e inquietantes crisis es la comunicación. Su futuro se ve incierto. Para resolver algunos de los dilemas que nos ha impuesto el formidable desarrollo de las TIC, los académicos e investigadores de la comunicación tendremos que emprender la rigurosa, sistemática

Comunicación Estratégica del Tecnológico de Monterrey, Campus Estado de México. Su correo electrónico es octavio.islas@itesm.mx Los autores desean expresar su profunda gratitud al claustro de profesores de la Facultad de Documentación y Periodismo de la Universidad de Murcia.

y profunda revisión de muchas de las «certezas teóricas» en las cuales habíamos decidido permanecer cómodamente instalados. La renovación y actualización conceptual de cualquier ciencia únicamente son posibles a partir del recurso de la crítica. Si renunciamos al recurso de la crítica, las crisis que hoy enfrentan las ciencias de la comunicación simplemente se agudizarán. La revisión crítica de cada una de nuestras «certezas teóricas» además deberá convertirse en práctica permanente. Sólo así podremos evitar las tentaciones del dogmatismo. Cualquier forma de dogmatismo representa una categórica renuncia a la evolución misma del conocimiento. En el dogmatismo, definitivamente, no podremos encontrar respuestas satisfactorias a muchas de las interrogantes que acompañan el desplazamiento de la e-Comunicación, la cual podría ser pensada, en términos de McLuhan, como obligada extensión de las comunicaciones analógicas.

En la academia iberoamericana de comunicación, el estudio de las avanzadas tecnologías de información ha sido intermitente, y en términos generales poco afortunado. No pocos académicos e investigadores de las ciencias de la comunicación sistemáticamente han recelado del estudio de las nuevas tecnologías de información, argumentando que el tema representa un asunto de menor jerarquía en el repertorio de posibles objetos de estudio de las ciencias de la comunicación; otros suelen afirmar que el estudio de las tecnologías de información debería limitarse a aspectos estrictamente técnicos; no faltan académicos e investigadores de las ciencias de la comunicación que básicamente especulan sobre las «bondades» o «perversidades» que creen poder advertir en las TIC, pues sus habilidades para poder emplearlas en realidad suelen ser muy limitadas. No obstante lo anterior, en los años recientes, algunos académicos e investigadores de la comunicación han actualizado su repertorio discursivo para asumir roles de «expertos» en un tema que

hoy está de moda: la sociedad de la información y el conocimiento. Vale la pena señalar que no hace tanto tiempo muchos de esos expertos curiosamente se negaban a reconocer a Internet como medio de comunicación. Por supuesto no faltan aquellos académicos e investigadores de la comunicación que todavía sostienen posiciones ideológicas frente a las TIC. Tal situación lógicamente perturba toda interpretación posible. Sin despojarse de viejas inercias althusserianas, ese nutrido grupo de académicos e investigadores acostumbra concluir que las avanzadas tecnologías de información y comunicaciones contribuyen a garantizar la reproducción ampliada de la ideología dominante y la reproducción ampliada de la calificación diversificada de la fuerza de trabajo.

Durante más de tres décadas, no pocos académicos e investigadores de las ciencias de la comunicación en Iberoamérica han exhibido indiferencia y en algunos casos hasta injustificable desprecio hacia la obra de Marshall McLuhan, quien en la década de 1970 fue estigmatizado con las etiquetas de «gringo» y «funcionalista». McLuhan era canadiense y por supuesto no admitía ser encasillado como pensador «funcionalista». En 1964 fue publicada la primera edición de *Understanding Media. The extensions of Man. (La comprensión de los medios como extensiones del hombre)*. Esa obra admite ser considerada como uno de los textos fundamentales en las ciencias de la comunicación. Con el paso de los años *La comprensión de los medios como extensiones del hombre* se convirtió en la obra seminal de una importante escuela de la comunicación: la «Media Ecology» (Ecología de los medios). Tal escuela reúne a pensadores de la talla de Neil Postman, Susan Sontag, Joshua Meyrowitz, Edmund Carpenter, Elizabeth Eisenstein, James Carey, Walter Ong, Harold Innis, Paul Levinson, Lance Strate y por supuesto Eric McLuhan. Aunque Marshall McLuhan es considerado

como el fundador de la *Media Ecology*, en realidad a Neil Postman corresponde el mérito de haber designado a esa corriente del pensamiento comunicacional como «ecología de los medios». McLuhan no únicamente anunció el advenimiento de la aldea global y el mundo globalizado, en *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*, McLuhan (1977:26-27) además anticipó con impresionante claridad el advenimiento de Internet:

Después de tres mil años de explosión por medio de técnicas fragmentarias y mecánicas, el mundo de Occidente entra en implosión. Durante las eras mecánicas prolongamos nuestros cuerpos en el espacio. Hoy en día, después de más de un siglo de técnica eléctrica, hemos prolongado nuestro propio sistema nervioso central en un alcance total, aboliendo tanto el espacio como el tiempo en cuanto se refiere a nuestro planeta. Estamos acercándonos rápidamente a la fase final de las prolongaciones del hombre, o sea la simulación técnica de la conciencia cuando el desarrollo creador del conocimiento se extienda colectiva y conjuntamente al total de la sociedad humana, del mismo modo en que ya hemos ampliado y prolongado nuestros sentidos y nuestros nervios valiéndonos de los distintos medios.

Marshall McLuhan —es justo reconocerlo—, admite ser considerado como un auténtico innovador en la teoría de la comunicación. Efectivamente es posible entender a los medios de comunicación como prolongaciones del hombre. Las avanzadas tecnologías de información y comunicaciones representan complejos dispositivos que nos introducen en la sucesiva conformación de nuevos ambientes culturales. Cada nuevo medio de comunicación transforma la manera en cómo creamos y nos comunicamos, modificando también el sistema de medios de comunicación en el ambiente cultural vigente —proceso de re-mediación—. Un amplio

número de comunicaciones ordinarias hoy las realizamos a través de *interfaces* inteligentes. La formulación de teorías que efectivamente nos permitan comprender en su justa dimensión comunicativa las *interfaces* inteligentes, definitivamente representa una de las principales asignaturas pendientes para la academia de investigadores de las ciencias de la comunicación en Iberoamérica. Cuando por fin parecíamos dispuestos a comprender el profundo significado que reservan algunos de los planteamientos formulados por McLuhan, la realidad se empeñó en imponernos nuevos y difíciles cuestionamientos. En 1990 el científico inglés Tim Berners-Lee desarrolló un nuevo sistema de hipertexto en el Laboratorio de Física de Partículas (CERN) en Suiza. Ese sistema luego sería conocido como World Wide Web (WWW). Como muchos de los inventos que admiten el calificativo de revolucionarios, la WWW derivó de necesidades muy modestas. Tim Berners-Lee deseaba integrar en una sola aplicación su agenda, directorio telefónico y diversos documentos. Un programa desarrollado por Tim Berners-Lee, en 1980, se convirtió en la base técnica de la WWW. Tim Berners-Lee decidió no lucrarse con su maravillosa invención. Rápidamente la WWW popularizó el uso de Internet.

Ya avanzada la década de 1990, y a pesar del formidable desarrollo de Internet en el mundo, no pocos académicos e investigadores de la comunicación todavía dudaban de la pertinencia de reconocer a Internet como medio de comunicación. Mientras los comunicólogos emprendíamos extenuantes discusiones bizantinas que tenían el propósito de determinar si Internet admitía o no ser considerado como un medio de comunicación, la Red prolongaba notablemente sus posibilidades comunicativas, derivándose así la profunda e irreversible convergencia tecnológica en la cual

hoy estamos inmersos, la que refiere con brillante simplicidad Bill Gates (2000: 54):

The Internet creates a new universal space for information sharing, collaboration, and commerce. It provides a new medium that takes the immediacy and spontaneity of technologies such as the TV and the phone and combines them with the depth and breadth inherent in paper communications. In addition, the ability to find information and match people with common interests is completely new.

En los años recientes, empresas pequeñas, medianas y grandes, instituciones y gobiernos del mundo desarrollado hasta del llamado «tercer mundo», en la medida que permiten sus posibilidades, han realizado las inversiones necesarias para establecer sus *sistemas nerviosos digitales*. La presencia de computadoras en cualquier oficina representa la más clara evidencia del impacto de las comunicaciones digitales en la ecología cultural re-mediada de nuestros centros de trabajo. Décadas atrás la presencia de computadoras en los centros de trabajo sólo parecía concebible en la literatura de ciencia-ficción. En muchas organizaciones, la alta dirección rápidamente advirtió cuán absurdo resultaba contar con los servicios de comunicólogos que únicamente dominaban el «hemisferio analógico» de los procesos comunicativos, y que sólo resultaban capaces de realizar su trabajo a través de los canales y los medios de comunicación analógicos y convencionales. Muchos comunicólogos «analógicos» fueron despedidos, y en su lugar fueron improvisados mercadólogos, administradores, diseñadores gráficos y hasta ingenieros en sistemas computacionales.

Las ecologías culturales de nuestros claustros docentes y los estudiantes de comunicación, no sólo presentan sensibles diferencias, en algunas ocasiones los ambientes comu-

nicacionales (Lance Strate) resultan incompatibles e inclusive excluyentes. Las avanzadas tecnologías de información y comunicaciones forman parte del entorno cotidiano en el cual se desenvuelven nuestros estudiantes. Muchos de los dispositivos que ellos portan consigo son *interfaces* inteligentes. La tecnología representa un principio de actualización y deviene en lógica extensión *de la moda*. En cambio, en no pocas de nuestras facultades de comunicación y periodismo, para muchos académicos e investigadores de la comunicación, la simple posibilidad de reemplazar la vieja máquina de escribir por una computadora todavía representa un choque cultural de enormes proporciones. Muchos de nuestros estudiantes entienden con mayor naturalidad las nuevas tecnologías de información y comunicaciones que los propios profesores. Mientras los profesores especulan sobre los posibles usos y aplicaciones que admiten las avanzadas tecnologías de información y comunicaciones, los estudiantes, más pragmáticos y conocedores, simplemente las usan y portan consigo todos los días.

Es posible afirmar que en la mayoría de universidades de Iberoamérica en las cuales hoy se imparten licenciaturas o programas de postgrado en ciencias de la comunicación, definitivamente no se ha reparado en la necesidad de realizar las adecuaciones pertinentes a los programas de estudios para incorporar oportunamente todas aquellas asignaturas o especialidades que pudieran elevar la eficiencia terminal y la competitividad de nuestros egresados, frente a las nuevas exigencias profesionales que ha impuesto el acelerado desarrollo de las comunicaciones digitales. La e-Comunicación todavía es considerada como una iniciativa compleja y difusa.

Si efectivamente nos interesa que los egresados de nuestras escuelas obtengan empleo, debemos emprender una profunda revisión de las asignaturas y contenidos de nuestros planes de estudios, procediendo a incorporar un mayor

número de asignaturas orientadas a la formación de comunicadores digitales. La formulación de modelos y teorías que efectivamente nos permitan comprender en su justa dimensión comunicativa las *interfaces* inteligentes representa una de las principales asignaturas pendientes para los académicos e investigadores de las ciencias de la comunicación en Iberoamérica. Es indispensable trascender el hermético y sofocante regionalismo disciplinario en el cual hemos decidido permanecer confinados durante tantas décadas. Debemos trascender las ciencias de la comunicación si efectivamente deseamos renovarlas. La honesta y profunda auto-crítica de lo que ahora estamos enseñando en muchas de nuestras universidades, exhibiría cuán graves resultan ya muchas de nuestras limitaciones formativas. Pretendemos seguir formando «comunicólogos analógicos» cuando el mercado exige de los conocimientos y habilidades de «comunicólogos digitales». Más allá de la especulación sobre la e-Comunicación que afortunadamente ya es posible advertir en los recintos de algunas de nuestras escuelas y facultades, es indispensable reparar en la pertinencia de realizar profundas reformas a nuestros programas de estudios, reparando en la pertinencia de contribuir a formar los cualificados comunicadores digitales que hoy demandan las instituciones. La e-Comunicación también podría ser incorporada en planes de estudios de ingenieros en sistemas y comunicaciones. La diferencia radicaría en el enfoque eminentemente humanista que deberíamos afirmar los comunicólogos.

Este libro responde al propósito de poder contribuir a reducir, de alguna manera, la sensible brecha que ya separa a la enseñanza de las comunicaciones analógicas de la e-Comunicación. La pregunta básica bien podría ser la siguiente: ¿Cuál es la utilidad que reportan los profesionales de la comunicación y el periodismo a sociedades y culturas que se pronuncian por transitar a la sociedad de la información

y el conocimiento? A través de una mirada colectiva hemos pretendido dar respuesta a tal interrogante, situación que lógicamente derivó en el reconocimiento de nuevos cuestionamientos, y que seguramente justificarán la necesidad de emprender una nueva obra colectiva. En el primer apartado de este libro, el Grupo de Grupo de Investigación en Comunicación Social, Cultura y Nuevas Tecnologías de la Universidad de Murcia reconoce la necesidad de extender el horizonte reflexivo de la comunicología, y procede a discutir la sociología de nuestra profesión en el ámbito de la e-Comunicación. Enseguida Jaime Alonso Ruiz repara en la pertinencia de identificar los valores que soportan la comunicación en Internet, requisito que definitivamente se antoja como indispensable para proceder a definir las habilidades y competencias del «ser profesional de la comunicación digital». Pedro Antonio Rojo Villada incursiona en la gestión de contenidos, premisa indispensable para definir modelos susceptibles de generar valor en la Red. Lourdes Martínez Rodríguez repara en el posible inventario de rutinas, lenguajes, contenidos, habilidades y competencias informativas emergentes que podrían contribuir a facilitar la reconversión de periodistas analógicos en comunicadores digitales multimedia. Juan Miguel Aguado Terrón incursiona en el sendero especulativo que permitirá fincar las bases del imaginario profesional del comunicador en el cambio tecnológico, destacando la importancia de la función cronotópica. María Paz Hinojosa Mellado incursiona en los estudios de cibercultura y género, abordando el tema de la mujer digital a partir de las revistas femeninas en la Red. César San Nicolás Romera explora la tecnosfera del acceso como espacio semiótico complejo de mediación comunicativa en el contexto sociocultural de la producción publicitaria. Inmaculada Martínez repara en la importancia que admiten los entornos virtuales en los procesos de comunicación empre-

sarial estratégica. Amaia Arribas extiende su mirada a las Intranets como recursos de la comunicación institucional estratégica y perfectas prolongaciones de los sistemas nerviosos digitales de las organizaciones.

Cada día el formidable desarrollo de las comunicaciones digitales introduce nuevos y complejos objetos de estudio para los académicos e investigadores de las ciencias de la comunicación. Imposible permanecer anquilosados contemplando el devenir de las comunicaciones digitales. Conviene especular y arriesgarse pues son tiempos cuya disyuntiva es renovarse o morir. Para mermar el peso de nuestras posibles contradicciones, debemos expresar que simplemente deseamos poder seguir aprendiendo, con gran humildad. Debemos pues aprender a cambiar. Apostemos tiempo y energía a la edificación de los cimientos de ese difuso proyecto denominado e-Comunicación, a partir del cual habremos de contribuir a formar las primeras generaciones de comunicadores digitales. Sea éste nuestro primer esfuerzo colectivo. Adelante seguramente vendrán más.

Bibliografía

- ALTHUSSER, Louis. (1982): *La filosofía como arma de la revolución*. México, Cuadernos Pasado y Presente.
- AMOR, Daniel (2002): *The e-business (r) evolution*. New Jersey, Prentice Hall.
- BELL, Daniel (1991): *El advenimiento de la sociedad postindustrial*. Madrid, Alianza.
- BICKERTON, Pauline et al (2000): *Ciberestrategia*. México, Prentice Hall.
- BISHOP, Bill (2000): *Marketing estratégico para la era digital*. México, CECSA.
- CAMPELL, Andrew y GOOLD, Michael (1999): *The collaborative enterprise*. Massachusetts, Perseus Books.
- CASSIDY, John (2002): *dot.com The greatest story ever sold*. New York, HarperCollins Publishers.
- COHAN, Peter (2001): *e-Stocks. Finding the hidden blue chips among the Internet impostors*. New York, HarperCollins Publishers.
- DAVIDSON, Alistar (1997): *Riding the tiger*. New York, Harper Business.
- DERTOUZOS, Michael (2001): *The unfinished revolution. Human-Centered Computers and what they can do for us*. New York, HarperCollins Publishers.

- DRUCKER, Peter (1990): *Las nuevas realidades*. Colombia, Norma.
- DRUCKER, Peter (1994): *La sociedad poscapitalista*. Colombia, Norma.
- FRADETTE, Michael y MICHAUD, Steve (1998): *The power of Corporate kinetics. Create the self-adapting, self-renewing. Instant-action enterprise*. USA, Simon & Schuster.
- GARR, Doug (1999): *IBM Redux. Lou Gerstner & the business turnaround of the decade*. New York, HarperCollins Publishers.
- GATES, Bill (1995): *Camino al futuro*. México, McGraw-Hill.
- _(2000): *Business @ the speed of thought. Using a digital nervous system*. USA, Warner Books.
- GHOSHAL, Samantra y BARLETT, Christopher (1997): *The individualized corporation*. USA, Harper Business.
- GIDDENS, Anthony (1991): *The consequences of Modernity*. Stanford, Stanford University.
- HABERMAS, Jürgen (1993): *Ciencia y técnica como «ideología»*. México, REI.
- HEPWORTH, Mark (1990): *Geography of the information economy*. New York, The Guilford Press.
- HOLTZ, Herman (1998): *The consultant's guide to getting business on the Internet*. USA, John Wiley & Sons.
- HORN, Stacy (1998): *Cyberville*. New York, Warner Books.
- ISLAS, Octavio y GUTIÉRREZ, Fernando (2000): *Internet el medio inteligente*. México, CECSA.
- _(2002): *Explorando el ciberperiodismo Iberoamericano*. México, CECSA.
- _(2002): *.com probado*. México, CECSA.
- JOHNSON, Steven (1997): *How new technology transforms the way we create and communicate*. USA, Harper Books.
- LUCAS, Henry (1996): *The T-Form Organization. Using technology to design organizations for the 21st Century*. San Francisco, Jossey-Bass Publishers.
- MARTIN BARBERO, Jesús (1987) *De los medios a las mediaciones*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- McLUHAN, Marshall (1977): *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*. México, Diana.
- MITNICK, Kevin y SIMON, William (2002): *The art of deception. Controlling the Human Element of Security*. USA, Wiley Publishing.
- MOSCO, Vincent, WAKO, Janet (1988): *The political economy of information*. USA. The University of Wisconsin Press.
- MUIRHEAD, Brian y SIMON, William (1999): *High velocity leadership*. New York, Harper Business.
- NAISBITT, John (1990): *Megatendencias 2000*. Colombia, Norma.
- NEGROPONTE, Nicholas (1996): *Ser Digital*. México, Océano.
- NICOL, Eduardo (1977): *Metafísica de la expresión*. México, Fondo de Cultura Económica.
- NOSNIK, Abraham (1991): *El desarrollo de la comunicación social. Un enfoque metodológico*. México, Trillas.
- OSBORNE, Davis y GAEBLER (1992): *Reinventing Government*. USA, Adison Wesley.
- PAPOWS, Jeff (1998): *Enterprise.com Market leadership in the information age*. Massachusetts, Perseus Books.
- POSTMAN, N. (1992): *Technopoly. The surrender of culture to technology*. USA, Vintange Books.
- ROSECRANCE, Richard (1999): *The rise of the Virtual State. Wealth and power in the coming century*. USA, Basic Books.
- SAMPSON, Anthony (1995): *Company man. The rise and fall of corporate life*. USA, Times Business.
- SEGIL, Lorraine (1996): *Intelligent Busi-*

- ness Alliances. How to profit using today's most important strategic tool.* USA, Times Business.
- SEYBOLD, Patricia (1998): *Customers.com How to create a profitable business strategy for the Internet and beyond.* New York, Crown Business.
- STEPHEN Talbot (1995): *The future does not compute. Transcending the machines in our mist.* Sepastopol, California, O'Reilly & Associates.
- STRAUBHAAR, Joseph & LAROSE, Robert (1996): *Communications media in the Information Society.* USA, Wadsworth Publishing Co.
- TOMSEN, Mai-lan (2000): *Contenidos Web. Estrategias para comercio electrónico y creación de contenidos.* Madrid, Prentice Hall.
- TURKLE Sherry (1998): *La vida en pantalla. La construcción de la identidad en la era de Internet.* Madrid, Taurus.
- VAN RIEL, Cees (1997): *Comunicación Corporativa.* Madrid, Prentice Hall.
- WERBACH, Adam (1997): *Act now, apologize later.* USA, Cliff Street Books.