



**Universidad
Nacional
Villa María**

Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"
Repositorio Institucional

Alma, ojo y mano: ¿cómo seguir formando artesanos de la comunicación en medio de la tecnologización?

Año
2024

Autora
Navarro, Paula Andrea

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Navarro, P. A. (Junio, 2024). *Alma, ojo y mano: ¿cómo seguir formando artesanos de la comunicación en medio de la tecnologización?* 4to. Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM: Narrativas, virtualidad y gestión para la sostenibilidad. Villa María: Universidad Nacional Villa María

http://biblio.unvm.edu.ar/opac_css/index.php?lvi=cmspage&pageid=9&id_notice=47663



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional

Alma, ojo y mano: ¿cómo seguir formando artesanos de la comunicación en medio de la tecnologización?

Eje N° 1 - Especializaciones, tendencias y nuevas definiciones

Periodísticas

Autores: Navarro, Paula Andrea

“Una bifurcación tomó por sorpresa a mi generación, cuya devoción por Prometeo no dejó ver venir a Hermes: comunicación, tránsitos, transmisiones, redes. Ahora vivimos en una inmensa mensajería, soportamos menos masas, encendemos menos fuegos, pero transportamos mensajes que gobiernan a los motores. (...) Nunca podremos prescindir de campesinos y de tallistas, de albañiles ni de caldereros, y aún seguimos siendo arcaicos en las dos terceras partes de nuestras conductas pero, mientras que en otros tiempos fuimos más bien agricultores, y no hace tanto especialmente herreros, ahora somos sobre todo mensajeros”.

Michel Serres citado en Barbero, 2001:1 Introducción Aventuras de un cartógrafo mestizo

Problema

Cómo leer las conjunciones y tensiones entre lo filosófico -crítico de la estética del arte en la formación de comunicadores y la producción de contenidos en la praxis.

Pensar: ¿cómo formar comunicólogos?, e interrogarnos: ¿qué transformaciones e incidencias operan cuando la experiencia estética desaparece de los programas de las carreras de comunicación? ¿Qué pierde la disciplina comunicación social cuando no está la estética en su malla curricular? ¿Cómo se presenta la estética en un determinado modelo de comunicación social en cuanto a formación y praxis profesional?

Hipótesis

Los modelos de comunicación se han ido alejando de los estudios estéticos y han virado a la formación e investigación vinculadas a las demandas del mercado, por lo que se debate nuevamente en los marcos instituyentes de las formulaciones de carreras de comunicación social la posibilidad de recuperar los estudios estéticos – antes restringidos al arte y lo bello- hacia las manifestaciones de la vida social en su amplia complejidad y riqueza, es decir, la estética cotidiana mediada por la tecnologización, poniendo el empeño en la condición intrínsecamente humana de narrar desde nuestras experiencias.

La experiencia estética ha cultivado una manera para pensar la comunicación, como estructura que produce efectos, no desde la reducción de pensar el arte a movimientos o el arte como medio de comunicación, sino como experiencia que permite la aparición de los hechos puesta al servicio de develar, para poner en cuestión más que explicitar.

Objetivos

Reflexionar sobre como investigar en comunicación y cómo formar comunicadores hoy ante los modelos de comunicación social y sus mediatizaciones (cine- series-redes-medios audiovisuales)

Repasar la formación desde el halo cuestionador promoviendo la sedimentación del sentido crítico.

Deliberar sobre las molduras pedagógicas de quienes forman comunicadores evitando la formación de profesionales irritables y reñidos con el hacer profesional.

Cultivar profesionales garantes de una comunicación con responsabilidad social.

Introducción

En el siglo XVII, en Alemania, la primera tesis doctoral del mundo sobre Periodismo, firmada por

el erudito Tobías Peucer, bajo el título *Relationes Novellae* (1690) y traducida como *Relaciones de Noticias*, ya proponía la memorabilia (cosas notables) como uno de los principios del ejercicio práctico del periodismo. La profesión periodística ha sufrido transformaciones de forma permanente, desde su matriz inicial como una especie de apostolado heroico, hasta la figura actual de las y los periodistas como un eslabón más dentro de la producción informativa y de contenidos. Se hacen evidentes las ataduras de las prácticas cotidianas del periodismo como parte de un engranaje aceitado en una doble concentración: de la propiedad a nivel económico y también a nivel geográfico.

En este trabajo se presentan algunos interrogantes rumeados a la luz de lecturas teóricas críticas de la estética del arte puestas en tensión y conjunción en la producción comunicativa.

Se piensa que es mediante la praxis cotidiana de las personas, desde la condición propia y única de la humanidad del narrar. Narrar como experiencia que atraviesa las representaciones culturales de las personas expuestas a su condición de estesis haciéndolas vulnerables y susceptibles al gozo y al dolor, a la fascinación y la repulsión en su contexto social.

Se cavila sobre posibles tensiones entre las “estirpes de narradores natos” de Walter Benjamin (1936) que mediante el dar “consejo” aportan sabiduría entretejida en los materiales de la vida vivida y las formas de las producciones comunicativas del periodismo actual atravesadas por tecnologías y revisadas por las propuestas de formación profesionalizante de las carreras de comunicación social.

¿Cuánto se ha perdido, ganado, agenciado en el periodismo de ese rasgo característico de narradores natos en cuanto a la orientación hacia lo práctico mediante la comunicabilidad de la experiencia?, ¿Qué propuestas hacemos en ese sentido desde la academia desde las Ciencias de la Comunicación?, ¿Cómo practicamos la memorabilia aportando el consejo, la moraleja, la regla de vida, la indicación práctica, el proverbio?

Cotización de la experiencia de narrar

La facultad inalienable de intercambiar experiencias del arte de la narración vuelve a inscribirse en lo cotidiano, aunque mediado por redes sociales, filtros, historias expandidas y colaborativas, en múltiples plataformas y colgadas en la red de redes.

Recuperar las nociones de los dos grupos de narradores anónimos que plantea Benjamin cuando nombra a los alemanes Hebel y Gotthelf aquellos que vienen de lejos del “viaje” y pueden contar algo – en la figura del marino mercante- y aquellos que sin viajar conocen las tradiciones e historias- el campesino sedentario- en los nombres de Sealsfield y Gerstäcker. Ambos grupos como representantes arcaicos de las estirpes de narradores que desde el dominio de contar en su amplitud histórica acercan la noticia de la lejanía del que mucho a viajado y regresa a casa y como contraparte la noticia del

pasado que se confía al sedentario. Esas experiencias transmitidas de boca en boca son la fuente de todos los narradores anónimos y los otros grandes que lo han registrado en sus textos.

Repensando sobre los “narradores natos” que brindan su orientación hacia lo práctico como cualidad presente en toda narración y que mediante esa orientación aportan su “utilidad” para quien lo recibe: regla de vida, indicación práctica, moraleja o proverbio es quien narra porque tiene el “saber consejo”.

Actualmente la capacidad de comunicabilidad de la experiencia está atravesada y mediada por las pantallas en cada momento del día: “desayunando”, “estudiando”, “rindiendo”, “bailando”, y todos los gerundios que expresan anterioridad y simultaneidad de las publicaciones narran en tiempo real la experiencia, otra manera de contar. ¿Los influencer que dan consejos desde esas indicaciones prácticas son también narradores natos?

Benjamin planteaba en 1936 sobre la aproximación del fin del arte de narrar debido a que su aspecto épico de la verdad “la sabiduría se esta extinguiendo”, no como “manifestación de decadencia” o “por manifestación moderna” sino como efecto secundario de fuerzas productivas históricas seculares que desplazan la narración del ámbito del habla y que hacen sentir a la vez una nueva belleza en lo que se desvanece. Esboza el surgimiento de la novela como un indicio temprano de ese posible fin ya que la novela depende del libro, la imprenta y su difusión y, además, el novelista se segrega como individuo en su soledad desasistido del consejo e imposibilidad de darlo. En tensión con esto lo oralmente transmisible de lo épico mediante el narrar pone al narrador a contar su experiencia o a transmitirla y de igual manera esa experiencia es la de aquellos que escuchan la historia.

Por otra parte, en “El Narrador” sostiene que la “prensa” enfrenta de forma amenazadora a la narración como un aditamento más a su crisis. La nueva forma de comunicación incluye la información tensionando con la memorabilia.

La información que sirve de soporte a lo más próximo que reivindica una pronta verificabilidad y cuenta con la preferencia de la audiencia. Benjamin sostiene que la información constituye su “inteligibilidad de suyo”, aunque a menudo no es más exacta que noticias de siglos anteriores. La diferencia es que antes las noticias recurrían a los “prodigios”, de lejos y disponía de una autoridad que le concedía vigencia (aun cuando no se sometía a control). Al irrumpir la información es imprescindible lo “plausible”.

Cotidianamente contamos con lo novedoso de nuestras ciudades, aunque “somos pobres en historias memorables”, casi nada de lo que acontece beneficia a la narración y casi todo a la información. Benjamin plantea que la mitad del arte de narrar radica en referir una historia libre de

explicaciones y que en la narración está presente una amplitud de “vibración” de la cual carece la información.

Mientras que la información recompensa exclusivamente en el instante que es nueva “vive ese instante” -debe entregarse totalmente a él y en él manifestarse-se postula que debido a la multiplicidad y fugacidad de la información en este contexto hipermediado, volátil, ambiguo, quebradizo, de impermanencia de nuestra vida cotidiana que nos genera ansiedad es el retorno a la narración una de las urgencias-entre tantas otras que exceden este trabajo reflexivo- de la formación de los comunicadores.

Nuestras propuestas académicas necesitan revisar la formación en la estética del arte de narrar. Abrir muchos signos de interrogación: ¿las “colcas”- como esos depósitos de semillas que conservan la capacidad germinativa- en este tiempo pueden ser las narrativas transmedia que germinan de forma colaborativa y horizontal nuevas historias a través del *fandom*?, ¿el periodismo está en crisis o está en crisis el modelo de negocio capitalista de hacer periodismo?, ¿formamos comunicadores responsables socialmente con juicio crítico o incentivamos sólo el resentimiento ante la dominación de las lógicas del mercado?, ¿nos conformamos entonces con enseñar procesos y procedimientos para el manejo de herramientas y dispositivos para mercadólogos?

Benjamin, sentencia que nada pueden encomendar las historias a la memoria con mayor insistencia, que la continente concisión que las sustrae del análisis psicológico cuanto más natural sea esa renuncia a matizaciones psicológicas del narrador, tanto más la expectativa de encontrar un espacio en la memoria de quien escucha que además con placer volverá a su vez a narrar. Este estado de asimilación que se da en las profundidades necesita un estado de distensión “el aburrimiento es el pájaro de sueño que incuba el huevo de la experiencia...sus nidos-las actividades íntimamente ligadas al aburrimiento- se han extinguido en las ciudades y descompuesto también en el campo. Con ello se pierde el don de estar a la escucha, y desaparece la comunidad de los que tienen el oído atento. Narrar historias ha sido el arte de seguir contándolas, y este arte se pierde si ya no hay capacidad de retenerlas. Y se pierde porque ya no se teje ni se hila mientras se les presta oído. Cuanto más olvidado de sí mismo está el que escucha, tanto más profundamente se impregna su memoria de lo oído. Cuando está poseído por el ritmo de su trabajo, registra las historias de tal manera, que es sin más agraciado con el don de narrarlas. Así se constituye, por tanto, la red que sostiene al don de narrar. Y así también se deshace hoy por todos sus cabos, después de que durante milenios se anudara en el entorno de las formas más antiguas de artesanía” Benjamin (1936: 7)

Como contraparte propone a la narración como la forma de comunicación que no se propone transmitir como el parte o la información el “puro asunto en sí”, sino que sumerge en la vida del

comunicante para luego recuperarlo, es así que la huella del narrador -esos comunicadores que debemos formar- queda adherida a la narración, como las del alfarero a la superficie de su vasija de barro. Mediante Lesskow postula el carácter artesanal del arte de narrar a Paul Valery que circunscribió la imagen espiritual de esa esfera artesanal de la que proviene el narrador.

Esta figura de “artesanía” que en el camino se apartó de la tradición oral en la que la base implicaba la estratificación de múltiples versiones sucesivas que derivan en esa sedimentación a la vez para que emerja una narración perfecta.

En el apartado XIII de El narrador Benjamin provoca al plantear que no suele tomarse en cuenta que la relación ingenua del oyente con el narrador está dominada por el interés de conservar lo narrado, que precisamente es garantizar la posibilidad de la reproducción de esa experiencia y que la memoria es la facultad épica que está por encima de todas las otras.

Por otro lado, es vital avalar lo que postula Benjamin sobre el elemento esencia del narrar como lo es la coordinación artesanal de alma, ojo y mano que mediante su interacción determinan la práctica. “En lo que respecta a su aspecto sensible, el narrar no es de ninguna manera obra exclusiva de la voz. El auténtico narrar, la mano con sus gestos aprendidos en el trabajo, influye mucho más, apoyando de múltiples formas lo pronunciado... es la coordinación artesanal con que nos topamos siempre que el arte de narrar está en su elemento”. La relación del narrador con su material, que no es otra que la vida humana, sigue siendo artesanal, aunque mediada por tecnologías, redes, pantallas, nuevas germinaciones. La tarea de la formación de comunicadores podría ser quizás volver a elaborar materias primas de la experiencia, la propia, la ajena, de forma sólida, útil y única. Echar mano, tal vez nuevamente, del proverbio que ofrece una primera noción como ideograma de una narración y como “ruinas” donde están las viejas historias y, alumbren como en la hiedra en una muralla una moraleja que trepa sobre un gesto. Debido a que para Benjamin el narrador es admitido junto al maestro y al sabio, sabe consejos, pero no para algunos casos como el proverbio, sino para muchos, como el sabio. Y ello porque le está dado recurrir a toda una vida, en su experiencia es donde se acomoda lo sabido de las experiencias de otras personas junto a lo más suyo. “El narrador es el hombre que permite que las suaves llamas de su narración consuman por completo la mecha de su vida... el narrador es la figura en la que el justo se encuentra consigo mismo”.

Lo trabajado desde la lectura de El narrador invita a repensar la figura del comunicador: ¿mediador obrero? ¿escritor operario?, que trabaja en un aparato productivo en un lugar para la lucha política y que provoca una tensión con el escritor informativo cuya su función es preparar el camino correcto para la refundación de los géneros literarios, las fronteras entre géneros se desdibujan, la palabra reducida a mercancía.

Repensar la idea sobre quien lee y quien escribe, el lugar del intelectual en los procesos de intervención social. El ingenio intelectual provee al aparato de producción la refundación de géneros y temas -novelas, libros, montajes- objetos nuevos de contemplación, pero meros objetos de consumo aún.

Se interroga una vez más porqué las carreras de comunicación sólo formamos informativistas y no comunicadores/narradores que desde la experiencia estética de la vida cotidiana retomen el camino de la comunión, del poner en común, del chismorreos que permite relatar nuestras experiencias desde la estética intrínseca humana del tormento, la fruición, la aversión y el embeleso.

Chusmear, conventillar, chismorrear son los verbos que propenden la reunión, la alianza, que propician la potencialidad política de conventillo y de la vecindad, que nos identifican socialmente con nuestras propias cadencias, olores, sabores, como actos performativos que acompañan la experiencia estética a diario. En la actualidad Instagram, Facebook, Tik Tokson las puertas abiertas del conventillo de antaño.

La estética cotidiana

Cómo nos preparamos docentes, estudiantes y profesionales de la comunicación para reconocer las matrices sociales, esas figuras en las que brotan los grupos sociales, todas y cada cual hiladas con fibras semiósicas y estéticas en un proceso de diversificación creciente Mandoki (2006: 9).

En nuestros espacios curriculares y en nuestras descripciones de encuadres y contextos de interpretación de la realidad mediada proponer la estética como condición del estudio de la estesis: es decir la “sensibilidad o condición de abertura o permeabilidad del sujeto al contexto en que está inmerso”, que va más allá de la “experiencia estética” o la “bella experiencia” sino como persona expuesta a la vida. Más allá aún de la “contemplación estética”, sino la condición como ser vivo de estar abierto al mundo. A las personas atraídas a ciertos elementos según su especie y capacidad como los fans a sus *celebrities* en procesos semioquímicos que involucran tanto significación como fascinación, tanto semiosis como estesis. “El sujeto es estético por definición puesto que en todos los casos es la fuente de cualquier experiencia”, al sujeto las consecuencias de su condición de estesis le imponen como ser vulnerable y susceptible al placer y al dolor, apto para la fascinación y la repulsión, siempre en un contexto social (Mandoki, K. 2006: 15-18).

Proponemos pensar en la praxis de nuestros hábitos, consumos, manera de hablar, el ornato, el culto, la fe, los rituales, el ejercicio y la legitimación del poder el rol esencial asible de la estética en la construcción y presentación de nuestras identidades sociales.

Develar las nuevas formas de narrar como las transmedia que hace crecer y expandir una historia

en diferentes plataformas para formar un relato coherente, o las que permiten refucilos textuales, fragmentarios, de 240 caracteres, las discursividades de nuestras redes que habilitan o no la cultura de la cancelación, los discursos de odio o la contraparte de las personas de influencia, las exaltaciones y exacerbaciones.

“Eso es la Prosaica: sencillamente, la estética cotidiana. Esta pervivencia de la estética se expresa de mil maneras, desde nuestra forma de vivir, en el lenguaje y el porte, el modo de ataviarse y comer, de rendir culto a deidades o a personalidades, de legitimar el poder, ostentar el triunfo o recordar a los muertos; pero el papel primordial que la estética tiene en nuestra vida cotidiana se ejerce en la construcción y presentación de las identidades sociales” (Mandoki 1994:9).

Nuevamente va el interrogante ¿desde qué perspectiva crítica formar a quienes pronto serán catedráticos de la comunicación? Situando a la comunicación como ciencia social no como intangible o híbrida sino con el eje puesto en la interpretación en cuanto estudia “lo complejo” por la disparidad de objetos que reúne, estudia las interacciones simbólicamente mediadas, a veces cristalizadas en medios y otras en prácticas sociales, que involucra en su estudio, interpretación y reflexión discursividades estéticas, políticas, tecnológicas. Así como con mediaciones cada vez más abultadas, cada vez más colonizadas. Nos asiste una imposibilidad de clausura, un pleito nunca ganado, nos desvela una complejidad de respuestas.

¿Qué lugar tendrá la estética en un determinado modelo de comunicación social?: tensiones entre lo instituido versus lo instituyente

La estética para pensar la comunicación como estructura que produce efectos y no como reduccionismo del arte a movimientos, el arte como medio de comunicación, en definitiva, la estética puesta al servicio de develar.

Lo instituido refiere a las reglas, normas, costumbres, tradiciones que coexisten en la sociedad. Lo instituyente alude al hecho de que las instituciones, si bien se presentan con un dato exterior a los profesionales de la comunicación, necesitan su poder instituyente. A pesar de que las personas sufren las instituciones, por otro lado, también las fundan, las mantienen gracias a un consenso que no es únicamente pasividad ante lo instituido, sino también actividad instituyente, la cual puede, además, servir para volver a cuestionar esas mismas instituciones. Citando a Michael Foucault, a través del concepto de biopolítica, el sociólogo y filósofo italiano Maurizio Lazzarato afirma que:

Los dispositivos de poder y de saber tienen en cuenta los procesos de la vida, interroga al poder desde sus dispositivos y sus prácticas, ya no a partir de una teoría de la obediencia y sus formas de legitimación, sino a partir de la libertad y de la capacidad de transformación que todo ejercicio de poder implica (Lazzarato, 2006:1).

Las instituciones -en este caso los medios de comunicación social y las instituciones encargadas de la formación de comunicólogos- están cohabitadas por la dinámica entre instituido e instituyente. Lo instituido, representado por la planificación, organización y categorización de procesos y procedimientos, y lo instituyente, en las prácticas de quienes hacen periodismo, con sus luchas y conquistas, se ponen en contacto con los instrumentos e influjos culturales provenientes de la comunidad local, regional, nacional, latinoamericana y de quienes estudian y educan.

De este modo, con esos influjos e interacciones, se elaboran nuevas representaciones de la realidad. Observar cómo lo instituido y las prácticas cotidianas organizan el proceso de negociación e intercambio, provocando y facilitando la reconstrucción del ejercicio del periodismo y la pedagogía del aprendizaje como experiencia de construcción de la realidad social. Así, resulta interesante, desde esta perspectiva, tener como línea de abordaje la cultura experiencial de la estética cotidiana para conocer las sedimentaciones de la cultura social en el contexto de lo instituido y lo instituyente. Esta tensión se define señalando que: "Cuando Lakatos se pregunta por qué el ser humano ha podido progresar en la construcción de su conocimiento, contesta más o menos en los siguientes términos: porque la razón humana ha podido pensar en contra de la razón" (Zemelman, 2006, h. 5, párr. 2)

Los planes de estudio de las licenciaturas en comunicación, recuperar la atención a la formación de la estructura de reconocimiento de la comunicación, no de teoría, sino de reconocimiento de la comunicación, preguntarnos: ¿cómo van a ser profesionales de algo que no saben ver, que no pueden reconocer, que manejan en términos muy estereotipados? Cuando las carreras de comunicación iniciaron en Nuestra América, había un norte en la formación de profesionales quienes serían los que transformarían la realidad. ¿Cuáles son las utopías que tienen hoy las facultades y carreras de comunicación? En el sentido de utopía como algo que no existe pero que debería de existir y, por eso, se trabaja para que exista.

La manera de enseñar y aprender sobre la comunicación es mediante la comunicación, con procesos más complejos, contradictorios y paradójicos que cuando era suficiente tal vez, con pensar en la comunicación como Encoding/Decoding. Actualmente hay cada vez mejores recursos para hacer esas tareas, pero tenemos grandes industrias globales pensando nuestro futuro, si lo compramos es cada vez más accesible. Por lo tanto, aparentemente ¿no es necesario invertir nuestros propios esfuerzos en pensar el futuro y no regalarlo al mercado solamente?

¿Cómo identificar el sentido de futuro en los proyectos que surgen? No es un apocalipsis la evolución propia del campo de la comunicación sólo que emerge la obligación de reconocer el objeto de estudio en su metamorfosis, son necesarios cultivadores de preguntas, que son personas bien inoculadas del virus de las preguntas, de la sospecha, de las paradojas, del consejo, del proverbio, de

la moraleja.

Debido al nuevo ordenamiento social que se ha generado por el contexto tecnológico y comunicacional, deben repensarse los programas académicos con actualizaciones teórico-metodológicas que aporten a la legitimación social de los saberes comunicacionales, más allá de su mera dimensión instrumental.

Según Ortiz Vízquete (2019) prevalece aún una distancia permanente entre la empresa periodística y la universidad pública, en especial, por subsistir en la universidad el error de “seguimos formando obreros de la comunicación” y que falta una visión empresarial que debe estimularse en las aulas, como una salida creativa a los problemas que tiene el mercado laboral. En palabras del maestro colombiano Gabriel García M, “se enseñan muchas cosas útiles para el oficio, pero muy poco del oficio mismo” (García, 1996)

El proceso revisar un plan de estudios de la carrera de comunicación implica tensiones y preocupaciones que anima a nuevos desafíos que se configura de manera diferente desde la percepción de los agentes involucrados: funcionarios de la gestión política de las instituciones, docentes, estudiantes, personal no docente y egresados.

Esa movilización de incertidumbres convoca a una reflexión situada sobre las prácticas profesionales, educativas y las visiones que se construyen sobre el saber comunicacional. No sólo con raíces que se hundan en la producción académica legitimada por trayectorias y tradiciones del campo disciplinario sino, también, por los vaivenes de las demandas del mercado laboral que transitan los profesionales de la comunicación en cada época y región.

Recuperar interrogantes: ¿qué concepto de comunicación orienta la formación en el marco de los nuevos diseños curriculares?, ¿qué enfoques o perspectivas se buscan revalorizar?, ¿cómo se entabla la relación investigación y formación académica?, ¿cómo se abordará la relación teoría-praxis?, ¿cómo se propone construir el vínculo con los sectores a los cuales se incorporan los egresados?

Recuperar el relato nacional, cultura común, hacer memoria, pero sabiendo bien lo mucho que se olvida para poder recordar, memoria incluyente desde una penosa reconstrucción de unas largas memorias excluyentes, y para ello es metodológicamente estratégica la polifonía de muchas voces, en conjunto, para que se oigan unidas sin que se pierda o aplaste ninguna voz, sin suplantarlas o fagocitarlas a relatos oficiales. Hay que dialectizar memoria con agenda. Aquello de lo que vengo y estoy hecho con aquello que voy a hacer mañana y pasado mañana: Tensionar las memorias para que aporten a la construcción de futuro y no quedarnos en la nostalgia quejumbrosa o en la celebratoria. (Martín Barbero, 2002: p 54)

Reconocer los procesos instituyentes en donde pueda verse con mayor claridad la tensión teórica

y política; debates en donde aparezcan con un grado suficiente de explicitación la pugna de las diversas -y a veces enfrentadas- concepciones de comunicación y del consecuente modelo de formación universitaria que debía acompañar cada una de esas concepciones. Las carreras, sus diseños y reformulaciones, sus validaciones y corrientes hegemónicas, sus producciones y debates, son elegidas por constituir un espacio privilegiado en donde analizar las prácticas. Como tal adquieren el lugar central como referente material de la investigación.

Según lo paleta Gabriela Cicalese (2008) es a partir de Adorno que la comunicación concibe que cada una de sus prácticas redefine (por ratificación o por explosión) los límites de la teoría. Por lo tanto, el sentido de identidad no puede partir de esquematizaciones ni esencialismos, sino de experiencias concretas.

Martín-Barbero, reafirma que el campo de la comunicación es “un espacio de saberes diversos, en ningún caso una disciplina” y que la transdisciplinariedad –como “etapa superior de la apertura disciplinaria”- dispone de dos argumentos a su favor. Primero, que la hiper - especialización impide pensar en conjunto los problemas de la sociedad, al volver fragmentario el conocimiento. Y segundo, que ella no significa sumar resultados, sino una transferencia de métodos de las disciplinas concurrentes sobre un mismo objeto de estudio (Martín Barbero en Vassallo de Lopes, 2009: 155-156).

La legitimación social, su relevancia y pertinencia pasarían por el diálogo universidad-sociedad para evitar los riesgos de la investigación funcionalizada: “por apreciar cuánto de la investigación que se produce incorpora las demandas sociales más amplias en vez de las meramente de mercado” (Martín Barbero, op.cit.).

Tecnofilia vs tecnofobia

¿La comunicación social puede entenderse a partir de la tecnología?: no, la tecnología puede entenderse a partir de las interacciones sociales, pero no al revés. La intención de invertir este orden es fuerte y es tal vez uno de los obstáculos mayores al desarrollo de una comprensión de la comunicación como práctica social. Precisamente porque tiene mucho que ver en la mediación, en el sentido más preciso, de procesos que están cargados de poder, de algo que no es simplemente operación técnica. Al entrar por la tecnología de pleno puede ser una distracción atractiva pero tal vez impide revisar qué es lo que hay detrás, por debajo, por encima, por los lados de la operación técnica y de la tecnología, que se multiplica como lógica industrial y comercial sin poner en primer plano la lógica social de la comunicación.

En otro estamento está la demanda del mercado de trabajo. Por lo que hay que cuestionar si hay una relación tan directa entre la ubicación en los mercados laborales para los egresados de comunicación y este despliegue de capacidades. Cómo ingresan ahí las capacidades técnicas, sino más

aún las capacidades de producción que están latentes y presentes en la carrera. También tenemos que investigar más sobre las dinámicas del empleo y en la autogestión de profesionales de la comunicación, que son mercados, diversificados y precariamente estructurados, las manifestaciones del auto-empleo. Las capacidades de un comunicador que no puede hablar, escribir, leer, y, sobre todo, escuchar muy competentemente, no tiene nada que hacer en ningún mercado profesional; a esas competencias de formación básica se agregan el desarrollo de las habilidades de manejo de los recursos tecnológicos de la comunicación, y también de los retóricos y de los lenguajes. La función de “el narrador” es urgente y no se puede reducir a cómo pulsar teclas y dar clicks. Entonces: ¿cómo formar profesionales competentes técnicamente, competentes para la producción de comunicación y competentes en términos de agencia sociocultural?

Para buscar algunas pistas acudimos a Martín Barbero: "Cuando recientemente alguien preocupado por configurar propuestas para el nuevo siglo me formuló explícitamente la pregunta ¿qué hacer?, mi decidida respuesta fue: regreso a la filosofía". Nunca antes se había hecho tan evidente que por el mundo de la comunicación pasa estructuralmente la puesta en común del sentido o el sinsentido del vivir en sociedad, ahora a escala del globo... Pero de pensar ¿qué? ¿El proceso de desublimación del arte simulando, en la figura de la industria cultural, su reconciliación con la vida, como pensaron los de Frankfurt? No, y, sin embargo, se trata de algo inscrito en lo que ya ellos percibieron como la principal amenaza: la razón instrumental ahora transformada en razón comunicacional cuyos dispositivos -la fragmentación que disloca y descentra, el flujo que globaliza y comprime, la conexión que desmaterializa e hibrida agencian el devenir mercado de la sociedad. (Martín Barbero 2001:8)

El mismo autor sentencia que ... el nuevo lugar de la cultura en la sociedad cuando la mediación tecnológica de la comunicación deja de ser puramente instrumental para espesarse, densificarse y convertirse en estructural...lo que la trama comunicativa de la revolución tecnológica introduce en nuestras sociedades es un nuevo modo de relación entre los procesos simbólicos -que constituyen lo cultural- y las formas de producción y distribución de los bienes y servicios. El nuevo modo de producir, inextricablemente asociado a un nuevo modo de comunicar, convierte al conocimiento en una fuerza productiva directa. “Lo que está cambiando no es el tipo de actividades en las que participa la humanidad sino su capacidad tecnológica de utilizar como fuerza productiva lo que distingue a nuestra especie como rareza biológica, su capacidad de procesar símbolos” (Martín Barbero 2001: 9)

“Oteando desde ahí el campo de la comunicación se presenta hoy primordialmente configurado por tres dimensiones: el espacio del mundo, el territorio de la ciudad y el tiempo de los jóvenes. Espacio-mundo pues la globalización no se deja pensar como mera extensión cualitativa o cuantitativa de los Estados nacionales haciéndonos pasar de lo internacional (política) y lo transnacional (empresas) a lo mundial (tecno-economía). El globo ha dejado de ser una figura astronómica para adquirir

plenamente una significación histórica” Martín Barbero (2001: 10).

Nelly Richard ha removido las aguas de los estudios culturales colocando como estratégicas, de un lado, la reflexión sobre los avatares de la memoria en nuestros países, no sólo des-plegando la reflexión de Benjamin sino movilizándola para hacer pensable el actual tironeo “entre la petrificación nostálgica y la coreografía publicitaria”, esa des- historización del presente y esa des-narración de la memoria que efectúa la redundancia de la noticia; y de otro, ha potenciado el significado del des-ordenamiento de los saberes, que contiene un poderoso llamado a la indisciplina que devele los autoritarismos secretos y las inercias que esconden las disciplinas académicas, explicitando la batalla cultural que se libra en los “conflictos y diseños de las hablas”. Todo ello para desorganizar las “máquinas binarias” y potenciar las fuerzas de descentramiento que habitan los márgenes (Martín Barbero 2001:12).

El autor convoca a la defensa del chiste, el chisme y la fiesta, como prácticas que permiten construir redes sociales en las cuales se comparten subjetividades y que contrapuntean la información que los medios ponen en circulación. De ahí que el barrio se convierte en el lugar donde estos intercambios de prácticas globales, que ponen en circulación los medios de comunicación y las nuevas tecnologías, se mezclen con las locales a través de la oralidad. Vamos entonces a preparar a nuestros jóvenes para narrar sazonado desde la estética del arraigo, con nuestra sensibilidad, musicalidad y nuestra piel.

Consideraciones finales

Lo estético es propio de la humanidad, como el narrar, el chismorreo, el conventilleo y por ello es necesario en las mallas académicas y nuestras prácticas comunicológicas.

Revisar, pensar las conjunciones y a su vez las tensiones entre lo filosófico y crítico de la estética para la producción de sentidos de la comunicación, no reñidas no dicotómicas sino unas con otras, en tramas, en redes, activar desde lo local nuestras formas de narrar, con nuestras cadencias, nuestros colores, nuestros sabores.

Arturo Roig (2008) sostiene que el principio configurador de los rasgos de identificación cultural no se encuentra ni en la “tierra” (telurismo), ni en la “sangre” (racismo), ni siquiera en el “legado” (tradicionalismo), sino en el sujeto e, ineludiblemente, en los casos afirmativos, en un sujeto que lo niega de un modo creador. Por eso, atendiendo a la conservación y crecimiento de ese sujeto a saber se determina la sustantividad o adjetividad de los rasgos de identificación, se propone trabajar en Comunicación desde nuevas formas de conceptualización que permitan comprender desde otros ángulos nuestras historias y nuestros desafíos.

Es preciso nuestra intervención en las deliberaciones económicas, sociales, culturales, políticas y ambientales, en un lenguaje accesible, fundamentalmente para públicos no académicos. La tarea ineludible es dinamizar los diálogos con los movimientos sociales, las organizaciones de base y la política.

Las y los intelectuales, las y los comunicadores deben complementarse en un colectivo metamorfósico y no aislado. Metamorfósico, porque cambian las batallas y, por lo tanto, cambian las armas para combatirlos. No aislado, porque se deberá responder a lineamientos políticos superadores en el camino del pensamiento crítico participativo y la fragua social. Como docentes, investigadores y comunicadores, nos debemos arremangar y acompañar a la sedimentación de más colcas para que mediante nuevas estirpes de narradores suba la cotización de la experiencia estética, hacer comunicación sabrosa.

Bibliografía

- Acevedo Tarazona, A. (1997) La estética en el Desarrollo Humano: Propuesta que potencia el conocimiento. Cuadernos UNAB. Vol 2
- Beltrán, L. (2004). Palabras en la sesión inaugural del “Primer ciclo de estudios especializados: fundamentos, trayectoria y potencialidades de la investigación crítica comunicacional”, La Paz, Bolivia, 25 y 26 marzo.
- Brondani L y Bustamante Farías Ó. (2011) La institucionalización de los estudios de comunicación en Argentina y Chile en los niveles de pregrado y posgrado: evidencias y preguntas. Global Media Journal México, Volumen 8, Número 15 Pp. 123-139
- Bustamante Farías, Óscar (2008): “El rol intelectual de los comunicadores y las nuevas agendas de la universidad. Entrevista a Jesús Martín-Barbero”. Revista Anthropos N°219, Madrid.
- Chávez Mac Gregor, H (2019) Estética y política, un nudo fundacional Instituto de Investigaciones Estéticas, UNAM (P 395), en Richerich, Karla, editor. Historia del arte y estética, nudos y tramas: XXXIX Coloquio Internacional de Historia del Arte. Primera edición. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Estéticas.
- Cicalese, G (2008): Tensiones políticas y teóricas en la institucionalización de las Carreras de Comunicación en la Argentina. Tomo I y Tomo II. Tesis de Doctorado en Comunicación. Facultad de Periodismo y Comunicación UNLP.
- Eagleton, T (2006) La estética como ideología. Madrid: Trotta.
- Entel, A (Dir.) (2000). Constelaciones de la Comunicación, N° 1, año 1, Fundación Walter Benjamin, Buenos Aires.
- Fuentes Navarro, R (2007). Fuentes bibliográficas de la investigación académica en los posgrados de comunicación en Brasil y en México: un acercamiento al análisis comparativo. Matrices Vol. 1 N°1, ECA-USP, Sao Paulo, Brasil, pp. 165-177.
- Gadamer, G (1988). Verdad y Método: Fundamentos de una hermenéutica filosófica. Salamanca. Sígueme.
- García, G. (1996). Discurso de orden 52º. Asamblea de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP).
- Gilles Deleuze, (2007). La filosofía crítica de Kant. Madrid. Cátedra (88-89).
- Mandoki, K, 1994. Prosaica Introducción a la estética de lo cotidiano. Grijalbo
- Mandoki, K, 2006. Prácticas estéticas e identidades sociales. Prosaica II. Siglo XXI Editores México.
- Martín Barbero J (2001). Oficio de cartógrafo travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura Fondo de Cultura Económica FCE Guadalajara, México.
- Martín Barbero, J. (1989). Crisis en los estudios de comunicación y sentido de una reforma curricular”. Diálogos de la Comunicación. N°. 19,
- Mead, M. (1971) Cultura y compromiso, Granica, Buenos Aires. pp. 105-106
- Ordoñez G y Acevedo A (1996) Estrategias Pedagógicas del nuevo currículo. UNAB
- Ortiz, C (2019) El diseño curricular en comunicación: aportes para su reflexión a partir del caso de la Licenciatura en Comunicación Social CICOM / Departamento Ciencias de la Comunicación /Fac. de Cs. Humanas. UNRC / AÑO 18. Vol. 17

<http://www2.hum.unrc.edu.ar/ojs/index.php/TyPC/article/viewFile/1009/1065>

Rancière, J (2008) "Statement on the occasion on panel discussion: Artists and Cultural Producers as Political Subjects. Opposition, Intervention, Participation, Emancipation in Times of Neo-liberal Globalization", en Övül Durmusoglu, ed., Data Recovery (Bergamo: GAMeC, 2008), 31-32.

Rodríguez-Milhomens, G 2015/08/01 Entrevista a Raúl Fuentes Navarro Investigador de comunicación) <https://www.researchgate.net/publication/326718457>

Sierra, F. (1998). La comunicación total el reto de la revolución del conocimiento. Instituto Europeo de Comunicación y Desarrollo. Disponible:
<http://sapiens.ya.com/cedicom/biblioweb/Temuco.pdf>. Acceso: 11/ 12/ 2012.

Torres W, (2015). Investigar la comunicación y formar comunicadores en América latina hoy. Una conversación con Jesús Martín Barbero en Bolaño César, Covi Druetta Delia y Cimadevilla Gustavo (coordinadores). La contribución de América Latina al campo de la comunicación. Historia, enfoques teóricos, epistemológicos y tendencias de la investigación. Prometeo Libro (p39-54)

Vassallo de Lopes, M I (2009). Uma aventura epistemológica. Entrevista con Jesús Martín-Barbero. Matrices Vol 2 N°2. ECA-USP, Sao Paulo, Brasil, pp. 143-162.