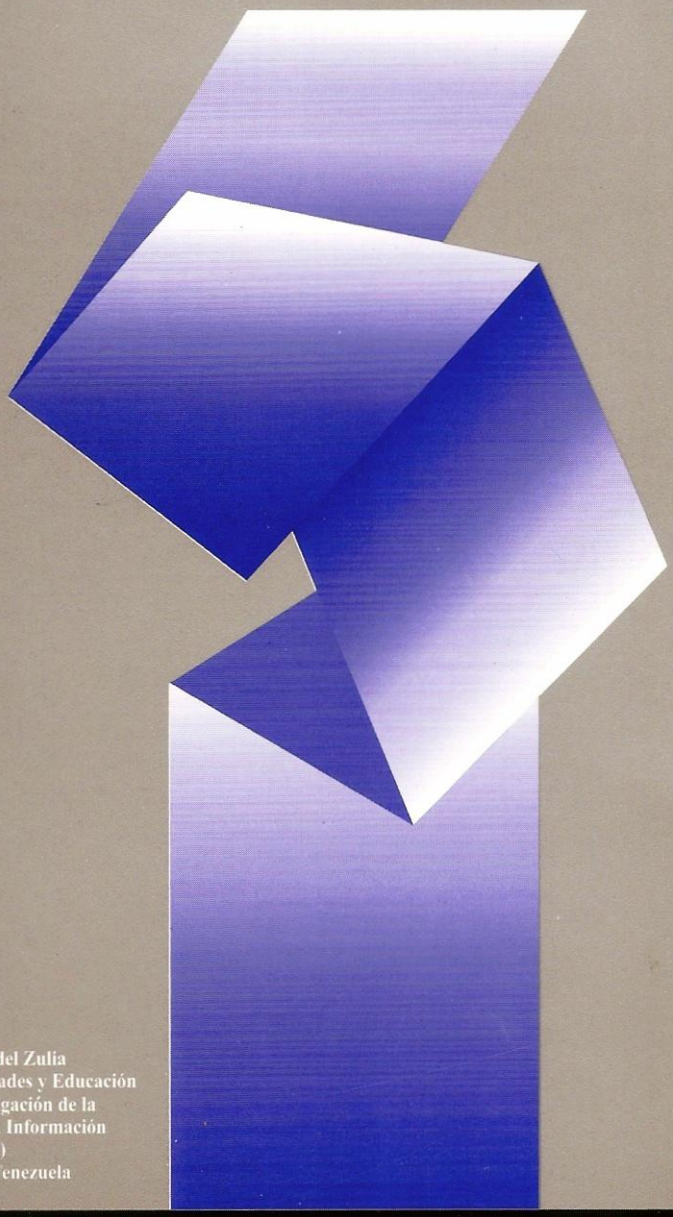
ISSN 1690 - 7582
Depósito Legal pp200402ZU1627

QUÓRUM ACADÉMICO

Revista especializada en temas de la Comunicación y la Información



Universidad del Zulia
Facultad de Humanidades y Educación
Centro de Investigación de la
Comunicación y la Información
(CICI)
Maracaibo - Venezuela

Volumen 4 No. 1 Enero - Junio 2007

Artículos

QUÓRUM ACADÉMICO
Vol. 4, Nº 1, enero-junio 2007, pp. 13 - 30
Universidad del Zulia • ISSN 1690-7582

La dimensión política del desarrollo local

Olga Bravo*

Resumen

El propósito de este trabajo es analizar, a través de una revisión bibliográfica y documental, algunos elementos políticos que constituyen la guía de la estrategia de desarrollo local, y que terminan configurando los procesos de participación ciudadana. Se concluye que para atender las demandas sociales internas y los desafíos de la globalización, los países de América Latina requieren redefinir el papel del Estado en actor del desarrollo local y profundizar la participación ciudadana, la cual no debe circunscribirse a la esfera política, sino expandirse a todos los ámbitos de la sociedad capaces de generar riqueza y bienestar. La participación se revela como una pieza clave para lograr los objetivos del desarrollo local, cuya estrategia puede contribuir al fortalecimiento de la democracia.

Palabras clave: Participación, ciudadanía, desarrollo local.

Recibido: 02/02/07 • Aceptado: 04/06/07

* Cursante del Doctorado en Planificación y Gestión del Desarrollo Regional, Universidad del Zulia, Núcleo Decanal Punto Fijo, estado Falcón, Venezuela.
Correo electrónico: olgabravo@unefm.edu.ve.

The political dimension of local development

Abstract

The purpose of this study is to analyze, using a bibliographic and documentary review, some political elements that guide local development strategy and structure citizen participation processes. Conclusions are that to take care of internal social demands and the challenges of globalization, Latin American countries need to redefine the role of the State as actor in local development and to increase citizen participation, which should not be limited to the political sphere, but rather expand to all the areas of society able to generate wealth and well-being. Participation is shown to be a key factor in achieving local development objectives and a strategy that can contribute to strengthening democracy.

Key words: Participation, citizenship, local development.

1. Introducción

Los países de América Latina han transitado de manera desigual la modernización del Estado -procesos de descentralización, reformas del poder judicial y consolidación de las instituciones democráticas- pero la política neoliberal, aplicada en la década de 1980, acentuó en todos las inequidades sociales y generó crisis de gobernabilidad. La CEPAL en su informe Panorama Social de América Latina 2001-2002, señala que en la última década el número de personas pobres aumentó en cerca de 11 millones (43,8%) de personas, para un total de 211 millones, evidenciando la necesidad de interconectar los objetivos sociales de crecimiento económico, equidad social, democracia y gobernabilidad, mediante estrategias de desarrollo que impliquen una mejoría de los grupos más pobres, la reducción de las desigualdades y la expansión de las oportunidades.

En el marco de la globalización, que disuelve las fronteras nacionales y complejiza el orden social, el Estado es la única instancia capaz de articular a los diversos factores y actores del proceso económico, de procurar la inclusión de la mayoría de los ciudadanos y de rescatar de la so-

ciedad civil su carácter de espacio de lo privado, esto es, el lugar donde diferentes intereses se asocian en torno al colectivo, trascendiendo a la esfera pública.

La estrategia de desarrollo local acerca y vincula al ciudadano a la toma de decisiones sobre su propio destino, por lo cual si bien la participación emerge como una de sus premisas fundamentales -a través de la cual las comunidades pueden lograr su empoderamiento social, económico y político- el proceso está profundamente vinculado con la visión que la propia sociedad tenga sobre la democracia y el papel del Estado y los ciudadanos.

Consecuentemente, el propósito de este trabajo es analizar, a través de una revisión bibliográfica y documental, algunos elementos políticos que constituyen la guía de la estrategia de desarrollo local, y que terminan configurando las características de los procesos de participación ciudadana. A tal fin, se comienza abordando la conceptualización del desarrollo local desde varias matrices de origen, así como, el papel del Estado y de los ciudadanos en esta estrategia de desarrollo, para luego discutir sobre las formas, modalidades y políticas de participación para el desarrollo local.

2. ¿Por qué el desarrollo local?

Boisier (1999), reconoce al menos tres matrices de origen para el concepto de desarrollo local: Primero, es la expresión de una lógica de regulación horizontal que refleja la dialéctica centro/periferia, en coexistencia con la lógica de regulación vertical propia de la modernización. Segundo, el desarrollo local como respuesta, considerado como una reacción a la crisis macroeconómica y al ajuste. Y tercero, el desarrollo local es estimulado en todo el mundo por la globalización y por la dialéctica global-local que ésta conlleva.

El primer enfoque considera que, en sociedades tradicionales, el territorio es el factor estructurante de la identidad de las comunidades humanas, es decir, son fundamentales los valores territoriales de identidad, diversidad y flexibilidad que ya han existido en las formas de producción basadas no sólo en la gran industria, sino en las características propias de un territorio determinado. En América Latina, por ejemplo, el desarrollo local sería alentado por las crecientes dificultades de la regulación vertical de “arriba hacia abajo”, por las deficiencias del Esta-

do central para encarar las exigencias de competitividad global y por la necesidad de enfrentar los problemas económicos de las comunidades, municipios o ciudades.

En contraste, la concepción predominante en Europa es la del desarrollo local, que surgió en la década de 1980 como una reacción a la crisis macroeconómica y al ajuste, incluido el ajuste político supranacional derivado de la conformación de la Unión Europea. Así, la OCDE (2002) entiende el desarrollo local como un esfuerzo "de abajo hacia arriba" de los actores locales por mejorar los ingresos, las oportunidades de empleo y la calidad de vida, en respuesta a las fallas de los mercados y de las políticas de los gobiernos nacionales, particularmente en áreas subdesarrolladas o que experimentan ajustes estructurales de sus economías.

La tercera matriz del concepto, considera el desarrollo local como un proceso que involucra la transformación de la economía y la sociedad de un determinado territorio en el actual contexto de creciente competitividad y globalización económica. Su trasfondo lo constituye la emergencia, hacia el final del siglo XX, de la dimensión espacial del desarrollo a escala nacional y mundial, es decir, el carácter cada vez más localizado de los procesos de acumulación de capital, de innovación y de formación de capital social. En esta realidad el *territorio*[1] deja de ser percibido, por los gobiernos y organismos internacionales, como mero espacio pasivo para las inversiones e infraestructuras y comienza a ser considerado como una estructura activa del desarrollo, agente de transformación social y producto sociocultural.

La valorización de lo local se produce, según Moncayo (2002), en relación dialéctica con lo global, ya que los profundos procesos de cambio en los planos tecnológico, económico, cultural y político a escala mundial impactan inevitablemente los territorios subnacionales. Esta re-espacialización se encontraría vinculada a elementos, tales como, la crisis del Estado-nación, la idea de que el desarrollo y la competitividad

1 Territorio no es equivalente a espacio, porque incorpora una dimensión política ciudadana expresándose como *civitas*, lugar de libertad, seguridad y autonomía de los ciudadanos. El territorio de los *civitas* es el comprendido dentro del triángulo producción-socialización-conocimiento, cuyo conjunto de relaciones constituyen el capital social y es uno de los principales factores de desarrollo (Fermín Rodríguez y Robert Villeneuve, 2004).

tienen un carácter localizado, la tesis neoinstitucional del capital social y la consideración del territorio como capital natural.

Tales imperativos de carácter político, social, económico y ambiental del desarrollo apuntan, de acuerdo con Arocena (2004), a una articulación entre lo local-global, siendo la globalización una oportunidad y un desafío a explotar en beneficio del desarrollo local, apoyándose -de manera activa- en las peculiaridades de los territorios que otorgan competitividad distintiva. En esta visión se asume que el desarrollo local es estimulado por la globalización, al requerir la producción de bienes con características particulares, singulares de cada territorio, para satisfacer la diversificación de la demanda que ahora es global.

Interesa destacar que si bien el enfoque economicista tradicional tiende a asociar el desarrollo local con la mejora de la *oferta* de bienes y servicios desde el territorio, al presumir una relación lineal entre crecimiento económico y bienestar social, otros autores lo ubican del lado de la *demanda*, otorgando mayor relevancia a su vinculación con los derechos de la ciudadanía, es decir, con las oportunidades de acceso a bienes y servicios, y colocando el acento en la importancia política de la organización y participación ciudadana y en el carácter democrático del desarrollo (Balbín, 1998).

Este aspecto reviste suma trascendencia puesto que la globalización, lejos de generar una redistribución armónica de actividades, población y riqueza, ha provocado desequilibrios sociales, económicos y territoriales en la sociedad contemporánea, particularmente en América Latina. Como resultado, se torna necesaria la regulación del desarrollo desde diferentes escalas geográficas (municipios, regiones), lo cual implica tanto la redefinición del Estado-nación en un actor del desarrollo local, como la profundización de la participación de la población en las estrategias, decisiones y acciones sobre el desarrollo.

Al respecto, la estrategia de desarrollo local involucra a actores públicos -autoridades locales y regionales y algunas instancias del gobierno central- y actores sociales, tales como empresas de cualquier tamaño y dimensión, organizaciones e instituciones de la sociedad civil (comunitarias y voluntarias, nacionales e internacionales), universidades, instituciones financieras locales, nacionales o internacionales y la cooperación internacional.

Pero, ¿A quién corresponde promover, financiar o liderizar el proceso? Las visiones son contrastantes en cuanto al grado de participación de los agentes del desarrollo local, situándose en un extremo el enfoque estatista, que remite a la gestión centralizada del desarrollo, y en el otro, el enfoque liberal que otorga el protagonismo a las fuerzas del libre mercado. Además, debe clarificarse la procedencia de los recursos o factores del desarrollo, puesto que éste puede ser promovido externamente, bajo gestión nacional y centralizada ("de arriba hacia abajo"), puede movilizar tanto los recursos endógenos como los recursos y oportunidades externas, o puede ser un proceso endógeno asentado en recursos locales.

En realidad los diversos territorios se sitúan en un *continum* entre estas posiciones, según sus niveles previos de desarrollo y la existencia o no de una masa crítica de capacidades estratégicas y proyectos. En el caso de América Latina, donde la debilidad institucional es uno de los obstáculos principales para cualquier plan de desarrollo, ha ganado terreno la opinión de que el Estado debe asumir el liderazgo y la promoción de los procesos de desarrollo local, convirtiéndose en un agente económico que debe articularse con los actores privados.

Nuestra tesis es que el desarrollo local se revela como concepto y práctica complejos, cuya planificación requiere de un enfoque sistémico y multidimensional, esto es, mirar e intervenir sobre el conjunto de relaciones sociales, políticas, económicas, institucionales, culturales y ambientales propias del ámbito territorial, las cuales presentan un recorrido evolutivo difícil de prever, generando incertidumbre para la acción; dentro de lo cual, *la participación ciudadana constituye un elemento político esencial de sostenibilidad*.

En referencia a este último aspecto, debe resaltarse la naturaleza multiactoral de la estrategia de desarrollo local que implica la concertación, la negociación y la formación de alianzas entre los agentes económicos, los ciudadanos y las autoridades locales, es decir, la adecuada resolución de los intereses en conflicto del mercado, la sociedad y el Estado.

Dado que lo social constituye el eslabón más débil de este triángulo, la formulación y construcción de un desarrollo sostenible deviene un proceso en el cual los ciudadanos participen como sujetos individuales o

colectivos, incrementen su *capital relacional*[2] y se perciban como verdaderos actores locales, capaces de defender sus diversos intereses y perspectivas, y su cultura, frente a los poderes constituidos del Estado y del mercado.

Atendiendo a estas consideraciones, es útil reflexionar acerca de cómo las concepciones dominantes, en una sociedad dada, sobre política, Estado, democracia y ciudadanía, son determinantes del modo en que los ciudadanos se relacionarán, *a través de la participación*, con el poder del Estado y las fuerzas del mercado, por lo que tales concepciones terminarán configurando la naturaleza de los procesos y modelos de desarrollo que esa sociedad es capaz de imponerse.

2.1. El papel del Estado

Aunque es fácil advertir que la globalización y su forma específica -el mercado- imponen crecientes dificultades a la coordinación política de la economía nacional vía Estado, en la práctica no es tarea sencilla redefinir su papel en un actor del desarrollo local, en un ente de coordinación política transversal, que permita la regulación del desarrollo desde las diferentes escalas geográficas donde se encuentra el ciudadano.

La dificultad podría estar en que desde la configuración del proyecto de los Estados-nación, se pensó y practicó la política territorialmente, entendido el territorio como espacio político-administrativo que brinda identidad y protección social a los ciudadanos. Según Beck (1999), esta visión, consolidada durante los últimos 200 años, ha impuesto una premisa territorial en la comprensión de los conceptos de Estado, democracia, política, sociedad civil y ciudadanía, entre otros. A lo cual -decimos- puede añadirse la concepción del desarrollo.

Pero la creciente complejidad social aparejada al proceso de globalización, con la alta movilidad transnacional de gente, economía y riesgos, desintegra los espacios de los Estados-nación, formando lo que

2 Roberto Camagni (2003), enfatiza el carácter de "capital de relación" del capital social, constituido por las redes de relaciones entre individuos y, sobre todo, entre organizaciones (empresas, asociaciones empresariales, sindicatos, administraciones públicas…), que forman una predisposición a favor de la cooperación, la confianza, la cohesión y el sentido de pertenencia, contribuyendo de manera eficaz a la construcción de sistemas productivos locales innovadores.

Beck (1999) llama la sociedad postnacional, donde pueblos y territorios aflojan sus organizadas relaciones nacional-estatales, porque han dejado de responder satisfactoriamente, tanto a las demandas sociales internas como a las fuerzas competitivas globales. Empero, no muere la política, sino la manera territorial de entenderla.

Lechner (1992), contextualiza la relación Estado-mercado en América Latina, donde el capitalismo de mercado no es un dato histórico que precede a la regulación estatal, sino que ha sido el Estado quien se ha arrogado la tarea de instaurar una sociedad moderna. Así, durante el período 1930-1970, asume un rol activo bajo el "modelo desarrollista" o de "sustitución de importaciones", cuyo agotamiento -evidenciado en el desbordamiento del gasto fiscal, el proteccionismo, la burocratización y el populismo- pone en marcha una dinámica que socava a la vez el desarrollo y la democracia.

Durante la década de 1980, la crisis económica de ese Estado en América Latina, junto con la crisis política mundial que produjo la caída del muro de Berlín -simbolizando el fin del mundo bipolar- hacen posible el llamado "consenso de Washington", consistente en la aplicación del modelo neoliberal que preconiza la coordinación descentralizada y espontánea vía mercado, principalmente a través de procesos de desregulación y privatización.

Este marco político-económico ayudó a configurar lo que más tarde la crítica europea designó como la ideología del "pensamiento único" (*pensée unique*)[3], que viene a ser una visión social que se pretende exclusiva, natural e incuestionable, fundamentada sobre la tesis de la hegemonía absoluta de la economía sobre el resto de los dominios sociales, es decir, el mercado como "mano invisible", la globalización (en su acepción económico-financiera), la desregulación y la privatización, en la conocida fórmula: "Menos Estado, más mercado".

Tales reflexiones otorgan significación y sentido al desarrollo local, ya que la doctrina neoliberal -al concebir el desarrollo en términos puramente económicos- acentuó en América Latina las inequidades sociales (fragmentación social) y generó crisis de gobernabilidad. En el

3 La frase es de Ignacio Ramonet en un artículo publicado en Le Monde Diplomatique en 1995, del cual es director (citado por Carlos Álvarez de Sotomayor Reina, 1999).

trasfondo de la situación, se encuentra el olvido de que la racionalidad del mercado -como categoría social- opera en determinadas condiciones, al inscribirse en un orden social con sus instituciones políticas, estructuras sociales y procesos culturales. Este olvido devino, al decir de Lechner (1999), en una "modernización sin modernidad"[4], que limita las posibilidades de un desarrollo humano sustentable en nuestros países.

Para el autor citado, si bien en la actualidad la coordinación política vía Estado es insuficiente, su papel es irremplazable porque es el garante del bien común, por lo cual debe ser redimensionado en aras de integrar la progresiva diferenciación de la sociedad, que conforma internamente sistemas funcionales y externamente sistemas transnacionales. El Estado debe, entonces, asumir la coordinación transversal de los diferentes sistemas y la mediación política entre los sujetos y esos sistemas.

Beck (2001) también cuestiona la postura neoliberal de una economía mundial separada de la política, porque sin Estado no hay seguridad social, educación, opinión pública, sociedad civil, democracia, ni legitimidad. Tampoco viejos esquemas de proteccionismo nacional son la alternativa al neoliberalismo, sino una concepción amplia de la política, capaz de regular el potencial de crisis y conflictos inherentes a la economía mundial.

El reposicionamiento del Estado en su papel de garante del bien común -pero alejado de pasadas visiones populistas- le permitiría, entre otras cosas, integrar y coordinar los intereses plurales de una sociedad cada vez más compleja, debido a los fenómenos del multiculturalismo y multietnicidad; regular horizontalmente las iniciativas de desarrollo surgidas en los diversos municipios y regiones; y servir de intermediario privilegiado entre los espacios nacionales y los procesos transnacionales, promoviendo las ventajas de la globalización al tiempo que evita o repara sus consecuencias negativas.

4 El autor concibe la "modernidad" vinculada a una racionalidad normativa, a través de la institución de valores, normas y representaciones del orden social, cuya expresión máxima es la democracia; mientras que vincula la "modernización" con la racionalidad instrumental, o sea del cálculo medio-fines, cuyas expresiones máximas son el mercado y la burocracia. La tensión aparece porque si bien la modernidad es la expresión de principios universalistas de legitimación -la democracia- en la modernización aparece como la gran fuerza universalista.

En suma, ante el aumento y dispersión de las demandas sociales internas, es decir, la desnacionalización producida por la individualización, y el desafío de la aldea global, esto es, la desnacionalización producida por la mundialización, el Estado debe configurar una arquitectura de gobierno de múltiples niveles, que promueva la *gobernanza*[5] y asegure la gobernabilidad, de manera de fomentar un desarrollo endógeno que sea sustentable en el nuevo marco postnacional. Esta gobernabilidad tiene sus raíces en la capacidad de los gobernantes para combinar crecimiento económico, equidad, igualdad y protección social, así como, participación ciudadana en las decisiones políticas; constituyendo el puente de doble vía, efectivo y legítimo, entre el ciudadano y el poder del Estado.

2.2. El papel de los ciudadanos

La noción de ciudadanía -surgida como un conjunto de mecanismos institucionales para regular las relaciones entre el Estado y la población- difiere según la postura ideológica de la sociedad y determina, en última instancia, el grado de implicación y movilidad que tendrán los ciudadanos en la formulación, articulación y ejecución de acciones tendentes a construir el desarrollo de sus comunidades, municipios o regiones.

En un extremo se encuentra la visión liberal del Estado, como guardián de una sociedad centrada en el subsistema económico, en la cual los ciudadanos son portadores de derechos subjetivos de cara al poder estatal, y la política tiene la tarea de amarrar e impulsar los intereses sociales privados; en el otro, la concepción republicana del Estado como una comunidad ética, donde los ciudadanos son portadores de derechos cívicos que garantizan su participación solidaria, mientras que la política atiende a una comunicación pública orientada al entendimiento (Habermas, 1999).

Maestre (1994), coloca el acento en el reconocimiento de lo político como esfera autónoma de actuación de los individuos en relación directa con la democracia, es decir, su teoría política es una teoría de la de-

5 El término alude al proceso y a la estructura de actores y reglas formales e informales que han de permitirnos alcanzar el desarrollo sostenible, viene a ser la variable independiente que explicaría por qué unas sociedades se autoorganizan y transitan con más eficacia que otras hacia la sostenibilidad (Institut Internacional de la Governabilitat de Catalunya, 2002).

mocracia, al considerar que el principio político clave de la modernidad es el principio democrático. Así, la política es tanto un medio para alcanzar intereses definidos, por ejemplo económicos, como un fin capaz de construir y delimitar valores e intereses conformadores de identidades individuales y, por supuesto, colectivas.

Para este autor "el legado más importante del pensamiento revolucionario a uno y a otro lado del Atlántico, desde el siglo XVIII hasta hoy, ha sido la posibilidad de que los hombres puedan construir conjuntamente su libertad y su felicidad", las cuales deben ser concebidas públicamente, es decir, el espíritu público conforma y define cualquier ideal humano y es el inspirador último de esa búsqueda de bienes en común que es la política (Maestre, 1994:18).

Tal posibilidad de construcción conjunta de valores como la libertad y la felicidad, prefigura la importancia de la participación ciudadana -individual u organizada- en los complejos procesos políticos, económicos, ambientales y socioculturales involucrados en el desarrollo de una comunidad, localidad, región o país.

Si, como se señalaba arriba, la desnacionalización producida por la individualización y por la globalización dificulta la regulación de la economía nacional por parte del Estado, cabe preguntarse cómo han sido afectadas las relaciones de producción, los deberes y derechos ciudadanos, así como también, las formas del ejercicio ciudadano, a través de la configuración de una sociedad civil que organiza su participación política y económica. Si de construir el desarrollo se trata, entonces este triángulo de poderes (político, económico y cívico) debe articular esfuerzos y hacerlo atendiendo a las bases populares, es decir, desde el empoderamiento de quienes, por ser los afectados, deberían ser los auténticos protagonistas.

En lo que concierne al poder político, el PNUD en su Informe "La democracia en América Latina: Hacia una democracia de ciudadanas y ciudadanos" (2004), propone -en una visión innovadora, alejada del estrecho enfoque económico- dirigir la mirada hacia las políticas públicas y la participación ciudadana, como fórmula para corregir las profundas desigualdades sociales; esto es, transitar de una democracia de votantes a una democracia de ciudadanos, mediante la transferencia del poder hacia la gente. En síntesis, se apuesta por el renacimiento de la política, en la cual la democracia es una forma de desarrollo humano, o sea, la democracia es el desarrollo humano en la esfera de lo público.

Pero el protagonismo de los ciudadanos no debiera circunscribirse a la participación política, sino expandirse a todos los ámbitos de la sociedad capaces de generar capital físico, capital humano y capital social, y en consecuencia, capaces de generar desarrollo. Por lo tanto, debe incentivarse el ámbito de la llamada sociedad civil, el cual es preciso definir para delimitar sus relaciones con el Estado y con el mercado.

Nuevamente, tal definición dependerá del enfoque ideológico. Para los liberales la sociedad civil se compone de una pluralidad económica, política e ideológica de instituciones que contrarrestan al Estado, pero que no impiden que garantice la paz y sea árbitro de intereses fundamentales; mientras que para los social-liberales es una vía para expandir la libertad e igualdad sociales y reestructurar las instituciones estatales (Cansino y Ortiz, 1997).

En posiciones críticas, se ubica a la sociedad civil como una esfera pública autónoma, en peligro por la lógica del Estado y del mercado, pero fuente última de legitimación del poder del Estado (Maestre, 1994); situada más allá del Estado y del mercado, en el ámbito de la opinión pública, y atravesada por las redes del lenguaje que generan solidaridad (Habermas, 1999); o como un "tercer sector" que incluye a las organizaciones no estatales ni mercantiles, surgidas por la crisis del Estado providencia en los países centrales y por el cambio en la estrategia de cooperación internacional, que pasó a contar con actores no estatales en los países periféricos (Santos, 2003).

Es obligatorio añadir que las características de la actual era "post-moderna" determinan la aparición de novedosas formas de ejercicio ciudadano, puesto que la globalización ha producido la transición hacia nuevos roles estatales y hacia un nuevo tipo de sociedad (sociedad post-industrial, sociedad red o sociedad del conocimiento), caracterizada por nuevas formas y relaciones de producción a partir de las tecnologías de la información.

Estas transformaciones alteran las formas del ejercicio ciudadano, al no restringirse a los derechos y deberes constitucionales, y expandirse a prácticas relacionadas con la interlocución a distancia, el acceso a la información, la redefinición del consumidor (de bienes y de símbolos) y sus derechos, y el uso del espacio mediático para devenir actor frente a otros actores (Hopenhayn, 2001).

Puede inferirse que el ejercicio ciudadano cristaliza a través de la formación de una sociedad civil fuerte, plural, generadora de opinión pública, que reconoce un conjunto de valores ético-políticos, y cuyos ciudadanos son capaces de asociarse en torno al bienestar colectivo, generando capital físico, capital humano y capital social, es decir, riqueza y desarrollo. Ello en el marco de la complejidad de la sociedad del conocimiento, en la cual, junto con la creciente dificultad de los ciudadanos para materializar sus demandas sociales, se abren nuevos espacios para la información y la interlocución, en suma, para la participación.

3. La participación como variable del desarrollo local

La idea de participación se encuentra estrechamente vinculada a la concepción de democracia. Según Méndez (2004), la definición ofrecida por Abraham Lincoln en 1863: *"Gobierno del pueblo, por el pueblo y para el pueblo"*, comprende tres dimensiones: Política o formal (gobierno del pueblo), participativa o directa (por el pueblo) y social o sustantiva (para el pueblo), y constituye la síntesis de las cuatro concepciones contemporáneas: Representativa, constitucional, directa y sustantiva.

Las diferentes naciones se sitúan en algún punto de una escala que va desde la democracia formal (por procedimientos) a la democracia sustancial (por resultados), desde el cual le otorgan un preciso sentido y alcance a la participación ciudadana, determinando, a su vez, la modalidad de articulación entre Estado y sociedad, esto es, el grado en el que el poder puede ser transferido desde la sociedad política a la sociedad civil.

Restrepo (1998) considera que, desde la década de 1970, han aparecido en América Latina dos estrategias antagónicas dentro del conjunto de prácticas políticas reconocidas bajo el calificativo de democracia participativa, en oposición a las características de la democracia representativa: Una proveniente de la ideología neoliberal (la imitación del mercado) y la otra que se nutre de los nuevos movimientos sociales; pero ambas similares en el reclamo de un mayor protagonismo de la sociedad sobre el Estado en asuntos económicos y políticos.

Esta emergencia de procesos participativos, a contracorriente de un tipo de democracia representativa que ha limitado la participación a los procesos electorales, navega entre dos modalidades, no necesariamente contradictorias: a) como *fortalecimiento de la sociedad civil* y b) como *socialización de la política*. La primera pretende una redistribución del

poder[6] a favor de los sujetos que históricamente han estado excluidos de su control y la autonomía de las organizaciones, y la segunda un nuevo modo de relación entre el Estado y la sociedad, basada en la eficiencia y legitimidad de la administración pública (Castro, 2000).

El primer modo podría inscribirse en lo que Restrepo (1997) denomina *estatización de la sociedad*, referida a la transferencia a la sociedad del capital estatal representado en empresas, funciones y activos públicos, materializada en los procesos de privatización y en la incorporación dentro del Estado de las reglas de funcionamiento del mercado. El segundo correspondería a la *socialización del Estado*, es decir, la apertura de las compuertas de las instituciones a la participación ciudadana y comunitaria, en donde la sociedad disputa el monopolio burocrático y partidista en los asuntos de interés colectivo.

Es claro que en las experiencias concretas de procesos participativos, pueden existir diferencias no sólo en las modalidades, sino también en cuanto a los sujetos de la participación social (actores), los niveles (alcances) y el ámbito o espacio en el cual se ejercen. Los niveles de participación pueden abarcar la información, la consulta y la toma de decisiones. Por ejemplo, la "escalera de la participación ciudadana" de Arstein (1971), distingue tres planos de la participación promovida por los propios gobiernos, con un total de nueve peldaños: Plano de la no participación (manipulación y terapia); plano de la participación simbólica (información, consulta y apaciguamiento); y plano del poder ciudadano (consenso, poder delegado y control ciudadano).

Restrepo (1997), enfoca las fases y dimensiones del proceso de formación de políticas e identifica nueve modalidades de involucramiento ciudadano, ubicadas en tres grandes momentos: a) información, consulta y concertación; b) co-decisión, planeación participativa y control estratégico, y c) control de ejecución, co-administración y ejecución delegada.

Aunque ambos autores destacan el efecto limitado de la mayoría de experiencias de participación ciudadana sobre las decisiones de gobierno, nuestra tesis es que inclusive los niveles iniciales de la participación

6 Este es el concepto de participación de Arstein (1971), entendida como poder ciudadano, esto es, la redistribución del poder hacia los ciudadanos que al presente están excluidos de los procesos políticos y económicos.

son importantes, porque pueden brindar oportunidades para el aprendizaje colectivo, tanto de la ciudadanía como de los organismos y funcionarios públicos, lo cual constituye una de las variables esenciales del desarrollo local.

A este respecto, debe destacarse que el ámbito local ofrece nuevos espacios privilegiados para la participación, dado que la relación de cercanía a la cuestión pública-estatal estimula el involucramiento de los ciudadanos. Visto de esta manera, la estrategia de desarrollo local puede contribuir al fortalecimiento de la democracia, porque la participación social que conlleva puede ayudar a alcanzar una relación más estrecha entre las autonomías locales, las libertades individuales y la capacidad de cambio de la sociedad, contribuyendo con la recuperación de la gobernabilidad. Todo ello mientras los gobiernos locales no reproduzcan las mismas relaciones clientelares que tienden a suscitarse en el ámbito central y existan las necesarias interrelaciones entre los distintos niveles de gobierno.

En los países latinoamericanos aquejados por la pobreza de las grandes mayorías, la estrategia de desarrollo local puede formularse en función de los objetivos de elevar sustancialmente el acceso de la población a los servicios básicos e infraestructura social y económica, fortalecer la gobernabilidad democrática a nivel local y aumentar la cohesión social.

Una pieza clave para lograr estos objetivos lo constituye, sin duda, la promoción de la organización y participación ciudadana en la toma de decisiones y en la ejecución de las mismas. Esto implica, metodológicamente, herramientas de planificación participativa que incorporen a la población en la discusión, decisión, sostenimiento, realización y control de los proyectos para el desarrollo local, especialmente en aquellos en los que, como segmento específico (género, etnia, grupos sociales), se encuentren más directamente implicados.

Una estrategia de desarrollo local enunciada bajo estas condiciones, puede ser una vía para que la democracia se realice, no sólo en el plano de los principios sino en el de los resultados, superando las insuficiencias de la democracia política para producir una sociedad justa, a través de la profundización del ejercicio de la ciudadanía mediante la participación.

4. Consideraciones finales

Para atender simultáneamente las demandas sociales internas y los desafíos de la globalización, nuestros países requieren redefinir el papel del Estado en actor agente del desarrollo local y profundizar la participación de la población en las estrategias, decisiones y acciones sobre el desarrollo.

En el marco de la ampliación de la democracia, a través de la participación, el protagonismo de los ciudadanos no debe circunscribirse a la esfera política, sino expandirse a todos los ámbitos de la sociedad capaces de generar capital físico, capital humano y capital social, y en consecuencia, riqueza y desarrollo.

La participación se revela como una pieza clave para lograr los objetivos del desarrollo local, cuya estrategia puede contribuir al fortalecimiento de la democracia, al acercar al ciudadano al diagnóstico, planificación, ejecución y control de los proyectos.

Referencias

Arnstein, Sherry (1971). A ladder of citizen participation. **Journal of the Royal Town Planning Institute**. April. pp. 176-182.

Álvarez De Sotomayor Reina, Carlos (1999). "¿Qué es el Pensamiento Único?" **INET Temas** Nº 16, Córdoba.

Arocena, José (2004). La tensión actor-sistema en los procesos contemporáneos de desarrollo. **Seminario Internacional: "La agenda del desarrollo en América Latina. Balance y perspectivas"**. Montevideo, Universidad Católica del Uruguay.

Balbín, Jesús (1998). **Aproximación al desarrollo local**, disponible en: http://www.carrefourqdl.qc.ca. (consulta: 2005, diciembre 08).

Beck, Ulrich (1999). "Sociedad y desarrollo. La sociedad del por qué no". En **Tareas**, Nº 115, septiembre-diciembre 2003. Cela, Panamá.

Beck, Ulrich (2001, Noviembre 15). El fin del neoliberalismo. **El País**, disponible en: http://personales.mundivia.es/lbouza/beck2.htm (consulta: 2007, enero 14).

Boisier, Sergio (1999). **Desarrollo local ¿De qué estamos hablando?**, disponible en http://www.desarrollolocal.org/documentos/nuevos_docs/Boisier_Desarrollo_local.doc (consulta: 2005, diciembre 08).

Castro, Roque (2000). Siete obstáculos para la participación ciudadana. El municipio de Yoro-Honduras. **Informe final del concurso: Democracia,**

derechos sociales y equidad; y Estado, política y conflictos sociales. Programa Regional de Becas CLACSO. 2000, disponible en: http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/becas/1999/castro.pdf (consulta: 2007, junio 24).

Camagni, Roberto (2003). "Incertidumbre, capital social y desarrollo local: enseñanzas para una gobernabilidad sostenible del territorio". **Investigaciones Regionales**, Nº 2, pp. 31-58.

Cansino, César y Ortiz, Sergio (1997). Nuevos enfoques sobre la sociedad civil, disponible en: http://www.enlace.df.gob.mx/temas/enfoques.html. (consulta: 2005, noviembre 05).

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2002). **Panorama Social de América Latina 2001-2002**, disponible en: http://www.eclac.cl/cgi-bin/getProd.asp?xml=/prensa/noticias/comunicados/8/11258/P11258.xml&xsl=/prensa/tpl/p6f.xsl. (consulta: 2005, diciembre 03).

Habermas, Jürgen (1999). **La inclusión del otro. Estudios de teoría política,** Barcelona, Paidós.

Hopenhayn, Martin (2001). Vida insular en la aldea global: paradojas en curso. **Polis. Revista de la Universidad Bolivariana**. Año/vol 1, Nº 2. Universidad Bolivariana, Santiago.

Institut Internacional de la Governabilitat De Catalunya (IIG) (2002). La gobernanza para el desarrollo sostenible en Cataluña: Conceptos, requerimientos institucionales y elementos de análisis. **Documents de Reserca** Nº 5. Generalitat de Catalunya.

Lechner, Norbert (1992). "El debate sobre Estado y Mercado". **Nueva Sociedad** 121:80-89, septiembre-octubre, Buenos Aires.

Lechner, Norbert (1999). El Estado en el contexto de la modernidad. En: N. Lechner, R. Millán, F. Valdés (coord.). **Reforma del Estado y coordinación social** (p.p. 39-54). México, Plaza y Valdés Editores.

Maestre, Agapito (1994). **El poder en vilo. En favor de la política,** Madrid, Editorial Tecno.

Méndez, Ana (2004). **Democracia y discurso político**, Caracas, Monte Ávila Editores Latinoamericana.

Moncayo, Edgard (2002). **Modelos de desarrollo regional: teorías y factores determinantes**. Ilpes/CEPAL.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (2002). **Mejores prácticas de desarrollo local**, México, Librería El Correo de la UNESCO, S.A.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2004). **La democracia en América Latina: Hacia una democracia de ciudadanas y ciudadanos**, Buenos Aires, Aguilar-Altea-Taurus-Alfaguara.

Restrepo, Darío (1997). "Relaciones Estado-sociedad civil en el campo social. Una reflexión desde el caso colombiano". **Revista del CLAD Reforma y Democracia**, 7:127-142, Caracas.

Restrepo, Darío (1998). "Eslabones y precipicios entre participación y democracia". **Cuadernos de Economía**, 28:117-147, Bogotá.

Rodríguez, Fermín y Villeneuve, Robert (2004). **Universitas et Civitas: Universidad y desarrollo local**. Cecodet, Universidad de Oviedo, Asociación Eurexcter.

Santos, Boaventura de Sousa (2003). **La Caída del *ángelus novus*: Ensayos para una nueva teoría social y una nueva práctica política**, Bogotá, ILSA.

QUÓRUM ACADÉMICO
Vol. 4, Nº 1, enero-junio 2007, pp. 31 - 48
Universidad del Zulia • ISSN 1690-7582

El consumo cultural urbano y los espacios de ocio y entretenimiento en la ciudad contemporánea venezolana

José Ignacio Sánchez Vergara*

Resumen

El objetivo del siguiente artículo es identificar los elementos simbólicos en espacios de ocio y entretenimiento que permitan establecer un análisis cualitativo como entes que ritualizan el uso e imaginación de la ciudad contemporánea. Se fundamenta teóricamente en las propuestas de Martín-Barbero, Silva y Amendola. Para caracterizar los consumos culturales urbanos se realizaron entrevistas estructuradas y procesos de observación participante en los espacios trabajados: *malls* y bingos. Se concluye que las nuevas ritualidades orientan y redefinen la relación entre usuarios y metrópolis, reinventando su propio sentido.

Palabras clave: Espacios de ocio y entretenimiento, consumos culturales urbanos, imaginarios sociales, ciudad contemporánea venezolana.

Recibido: 16/04/07 • Aceptado: 31/05/07

* Arquitecto. Maestría en Historia, Teoría y Crítica de la Arquitectura. FAD-ULA. Departamento de Materias Históricas y Humanísticas. Facultad de Arquitectura y Diseño. Universidad de Los Andes. Correo electrónico: ignaciosanchez3@gmail.com

The urban cultural consumption and the leisure and entertainment spaces in the Venezuelan contemporary city

Abstract

The purpose of this paper is to identify the symbolic elements in leisure and entertainment spaces. They allow to establish a qualitative analysis for their being understood as entities that generate ritual forms in the use and imaginary of the Venezuelan contemporary city. The theoretical contributions of Martin-Barbero, Silva and Amendola were considered. To characterize cultural consumptions structured interviews were designed and conducted in malls and bingos from a participant observation perspective. It is concluded that new rituals direct and redefine relations between the users and metropolitan spaces, reinventing their very sense.

Key words: Leisure and entertainment spaces, urban cultural consumption, social imaginary, Venezuelan contemporary city.

Introducción

La ciudad es una compleja unidad que potencia el sentido inteligible de los múltiples y variados elementos que la componen. A partir de si misma, genera puntos de fuga hacia territorios del saber que coadyuvan a formar identidades humanas y urbanas, por ello, la ciudad es el lugar de la mediación de las dimensiones afectivas y los deseos ciudadanos, donde "el medio urbano es una condición emocional concreta" y "la arquitectura tendría que ser sensible a esas cualidades emocionales que definen la ciudad; la melancolía, las expectativas, el pathos, la esperanza" (Caruso, 2001: 11).

La aceptación de una realidad basada en los mensajes icónicos-mediatizados, dejó de ser una utopía de las industrias culturales para transformarse en una realidad que satisface incansablemente a los espectadores de lo urbano; siguiendo a García Canclini (2005) y validando sus interrogantes, ¿puede hablarse de un sujeto que es construcción ficcional de los medios?, si fuese así, cabe preguntarse si el espacio común, compartido, público, colectivo, ese espejo social en que los habitantes de la ciudad se reconocen con *otro*, y el *uno al otro*, ofrece resistencias ante

este delirio mass-mediático, **¿o se acopla a la "causa"?**, bajo estas líneas, García Canclini se pregunta si,

> "¿tiene sentido en nuestras atomizadas sociedades, donde circulan simultáneamente mensajes tradicionales, modernos y posmodernos, reunir, no bajo *un* modelo teórico sino en una perspectiva multifocal, lo que la gente hace en el trabajo y en los tiempos de ocio, en espacios urbanos desconectados y en generaciones alejadas? (García Canclini, 1999: 31).

Consumir la ciudad implica entonces, un uso elemental y obligatorio de sus **espacios intermediarios**, que Remy y Voyé (1976: 130) definen como "…aquellos que se desarrollan entre los espacios profesionales, regidos por reglas organizativas estrictas, y los espacios familiares, regidos por adhesiones afectivas que suponen intercambios que exceden de cualquier cálculo". Si las necesidades humanas están influenciadas por patrones sociales, psicológicos, antropológicos y económicos, la regulación de la ciudad contemporánea también. La ciudad y sus espacios de consumo cultural son lugares ritualizados por sus usuarios y a través de ellos se reconstruyen los entornos inmediatos propios, y los imaginarios sociales se constituyen desde una mitificación de una ciudad que se ve desde su utilidad y no desde su naturalidad. Marcelino Bisbal y Pasquale Nicodemo (1999) señalan la importancia de ver las prácticas sociales como prácticas culturales, y a partir de ello, el repertorio de usos culturales del entretenimiento y ocio, permite a la gente identificarse, mezclarse y constituirse como grupo. El panorama mediático diluye entonces, los límites entre lo sagrado y profano del acto de consumo y replantea las mediaciones entre los individuos y el espacio urbano, celebrando la hegemonía de lo mass mediático dentro de su propia estructuración. De esta forma, las prácticas de consumo promueven sistemas donde prevalece el disfrute simbólico de la cultura y la creación de nuevos códigos transmisibles, a partir de esto, los horizontes de la ciudad como hecho comunicacional se despliegan y modelan nuevas ideologías.

1. Imaginarios urbanos y discursos del ocio y el entretenimiento

La vida en el espacio público tradicional se ha visto cada vez más dividida y cercenada, y a su vez crece en otros *lugares* donde se constituyen santuarios para la comunicación y la interacción humana. El tiempo del ocio se ve incorporado en estas escenas, y el "pasatiempo" adquiere

nuevas significaciones centradas en la fuerza publicitaria y persuasiva devenida por los *media*. A través de las formas de consumo, nos acercamos a nuevas formas rituales de **actuar** en la casa, la oficina, la calle, etc.; ellas han construido aquellos lugares que el diseño urbano y la arquitectura no han logrado determinar ni graduar a lo largo de la historia. Por ello, coincidimos con Montaner (1997: 174-175), cuando afirma que "toda colectividad necesita de unos lugares arquetípicos cargados de valores simbólicos; si la ciudad no se los ofrece, los grupos sociales los crean. Todo conglomerado humano necesita vivir en un ambiente configurado por límites, puertas, puentes, caminos y vacíos" en fin, **"…nuevos espacios sagrados, símbolos de poder"**.

Según Armando Silva (1994), las relaciones de ver la ciudad en su globalidad, pasan por un universo afectivo que es el que permite situar, designar y nombrar zonas, de construir sus relatos, y complementando este sentido Manuel Gausa et al. (2004:555) afirman que "la ciudad se manifiesta hoy como un sistema complejo e interactivo de capas de información y de redes de enlace, producido desde la acumulación de acciones y experiencias múltiples, simultáneas y a menudo, contradictorias", por lo que comprender estas interioridades de lo urbano, contribuye a explicar claramente los límites y bordes de las formas en las cuales el ser desde su ontología se fusiona a la ciudad, y revela cómo se consume el espacio urbano.

Si bien es cierto que cada habitante de la ciudad realiza construcciones mentales acerca de su repertorio urbano, también puede operar -y manipular- mentalmente las mismas imágenes, en las cuales, "el espacio se convierte en instrumento simbólico, capaz de articular los contenidos de la cultura misma en una sintaxis particular" (Finol, 2006: 38). La presente investigación trata de distinguir la metrópoli desde un lente particular que es el de las imágenes que estos producen a partir del consumo de sus "espacios relacionales"[1], pero también, nos interesa captar esas

1 En la investigación, se coincide con la definición de espacio urbano acuñada por Manuel Gausa y que denomina "espacio relacional", el arquitecto español señala que: "…del espacio público hemos pasado al espacio relacional. Un espacio auténticamente colectivo, abierto al uso, al estímulo, a la sorpresa: a la actividad. Un espacio relacional no sólo para el paseo sino para el estímulo personal y compartido. Un espacio colectivo, desinhibido, optimista, distendido -y en muchos aspectos,

nuevas formas rituales que genera lo mediático como escena social, y precisamente, el estudio de Armando Silva (1994:63-64) nos ayuda a aproximarnos hacia estas vías, en especial por un concepto que el autor introduce en *"Imaginarios urbanos"*, y es el de las **vitrinas**, en las cuales se elabora la "construcción del espacio para que los demás nos miren, pero también miramos a través de ella" (…) "De esta manera la vitrina se constituye en un juego de miradas, unos que muestran, otros que ven, unos que miran como los ven, otros que se ven sin saber que son vistos". Dichas vitrinas están marcadamente llenas de contenidos y fabricaciones afectivas que dicen -con o sin intención- *algo* de nosotros.

En los espacios intermediarios, el carácter de flexibilidad y constante mutación del lugar, hace que estos recintos de comunicación e intercambio, revelen su inherente **carácter cohesionador**. La ciudad presenta una diversidad de espacios intermediarios donde se permean sentidos y pluralidades de quienes los consumen y se intensifica un cierto modo de afinidad que construye el sentido de **solidaridad** y **comunión**. El espacio intermediario no sólo es el interludio proxémico casa-trabajo, es también el refugio para buscar y encontrar al similar, para compartir experiencias que posibiliten los actos de comunicación y de identificación. Cada vez y con mayor aspiración por parte de las industrias, las alianzas entre la ciudad y sus imágenes culturales fortalecen nexos simbólicos y relaciones cardinales en la conformación del individuo metropolitano, trazando los bordes teóricos y conceptuales de las cartografías sociales, y produciendo lo que Martín-Barbero (2002) denomina un **espacio comunicacional, un nuevo escenario urbano de la comunicación.** El consumo de las instalaciones dedicadas al ocio y entretenimiento en la ciudad contemporánea, evidencia la conversión en los modos de representar y utilizar el tiempo libre, así como una recepción y aprehensión de formas rituales externas que se insertan en las prácticas a la vez que las homogeneizan, el rito como acto compartido con un similar, iguala, y "la ciudad se vuelve densa al cargarse con fantasías heterogéneas. La urbe programada para funcionar, diseñada en cuadrícula, se desborda y se multiplica en ficciones individuales y colectivas" (García Canclini, 1997: 109). Estas figuras de identidad social que vienen a con-

cambiante, mutable y reversible- para una ciudad definitivamente más alegre que elegante" (Gausa et al., 2004: 543).

solidar trayectos de estudio que renuevan la naturaleza del espacio de la ciudad vivida, se minimiza a lo que Martín-Barbero (2002) llama la *ciudad usable*, una reducción simbólica de la totalidad de la ciudad, a una sección que de cierta manera constituye, **un mundo propio**, un cosmos que guarda en sí, los ritos y compensaciones que al usuario le atañen, y que constituye un espacio imaginario que fetichiza las prácticas sociales cotidianas.

El crecimiento y expansión en los espacios de la ciudad vinculados al ocio y al placer del tiempo libre han crecido con un notorio interés por parte de las industrias del entretenimiento, provocando transformaciones notables en estos sistemas de reproducción social. Las formas rituales de *reunión* en la sociedad contemporánea se cosmopolitizan y constituyen "…también *gramáticas de acción* -del mirar, del escuchar, del leer- que regulan la interacción entre los espacios y tiempo de la vida cotidiana y los espacios y tiempos que con-forman los medios" (Martín-Barbero, 2002: 228). La realidad de la ciudad contemporánea, sus espectáculos, imágenes y formas de memoria se codifican cada vez más, y construyen lenguajes que una vez aprendidos y entendidos, permiten a una mayoría insertarse "…en la organización de los micro-universos sociales" (Finol, 2006: 34).

2. Consideraciones metodológicas

Los criterios de escogencia se fundamentaron en un muestreo no probabilístico por cuotas[2], a partir de esto, se seleccionaron 50 usuarios que conformaron la población de estudio, considerando los siguientes criterios: **edad** (comprendida entre 18 y 60 años), **inversión** (promedio de consumo mediante el gasto de una cantidad de dinero específica -cien mil bolívares-) y **tiempo** (permanencia en el lugar por un lapso mayor de una hora). Los instrumentos que permitieron recabar los datos fueron entrevistas dirigidas y procesos de observación participante, los cuales,

2 En el cual, "…a partir de la conjunción de todas las cuotas se obtiene una imagen de totalidad", y en donde "…el encuestador es quien finalmente determina libremente cuales son los elementos representativos de la población al momento de seleccionarlos" (Pimienta, 2000: 266).

conformaron el trabajo de campo que permitió avizorar dos de los aspectos esenciales del mapa investigativo, como lo son, "*los sentidos de apropiación y pertenencia de la ciudad*" y las "*marcas simbólicas dentro del espacio arquitectónico* ", estas proyecciones se hicieron a través del análisis de las representaciones y prácticas basadas en la construcción teórica propuesta, y donde la investigación se concibe "…como una relación social en la cual el investigador es otro actor comprometido en el flujo del mundo social y que negocia sus propósitos con los demás protagonistas" (Hammersley en Guber, 2004: 78).

Esencialmente, la investigación es de **carácter etnográfico** (Aguirre, 1997), y se apoya en interpretaciones y explicaciones que determinan y conforman el imaginario urbano desde la cultura mass-mediática a partir de las formas de consumo cultural. Dado que el número de fuentes (informantes) era reducido y necesitaba explorarse el perfil del consumidor, la investigación etnográfica por ser ideal para el estudio de opinión, e incluso, de mercado (a pesar que no se trata de una investigación con predominio de lo cuantitativo, esto sirve para hacer ciertas referencias conceptuales), fue lo más viable para construir los imaginarios propuestos.

La selección de los espacios-tipo referenciales para la investigación, se escogieron en base a tres criterios importantes. El primero, debían tener una data mayor a dos años con el fin que fuesen lugares consolidados no sólo a nivel comercial, sino a nivel simbólico entre los usuarios (dato "a"). Segundo, que en observaciones previas haya sido evidente la preferencia del consumidor por el lugar, esto se midió a través de la observación en la afluencia del público (proceso no-estructurado) y de las pautas publicitarias referidas en prensa local (proceso estructurado) durante fines de semana a lo largo de tres meses continuos, sólo se considerarán los grados altos (dato "b"). Por último, que fuesen estructuras tanto arquitectónica como urbanísticamente independientes, es decir, edificios autónomos sin conexiones o accesos espaciales de otro orden (dato "c").

Dentro del orden de centros comerciales fueron seleccionados el *Centro Lago Mall* (1998) y el *Centro Sambil* (2004) y entre los bingos, el *Bingo Seven Star* (2003) y el *Gran Bingo Maracaibo* (2005). Por otro lado, en el centro comercial privan ordenes más complejos, pues si bien, bingo y centro comercial son espacios aglutinadores, el consumidor del *mall* es más heterogéneo y sus necesidades y deseos más amplios en el

uso y hábito del espacio, ya que la oferta es mucho mayor, y si básicamente, en el bingo la actividad principal y la que dirige las anexas, es el juego, en el *mall* el repertorio de servicios se diversifica.

Figura 1
Clasificación propuesta de los espacios de consumo

	Espacio de consumo	Dato "A"	Dato "B"	Dato "C"
Mall	Centro Sambil	2004	Alto	Aplica
	Mall Delicias Plaza	2003	Medio	Aplica
	Doral Center Mall	2000	Medio	Aplica
	Centro Lago Mall	1999	Alto	Aplica
	Galerías Mall	1998	Bajo	Aplica
Bingo	Gran Bingo Maracaibo	2005	Alto	Aplica
	Eurobingo Aventura	2005	Medio	No aplica
	Bingo Seven Star	2004	Alto	Aplica
	Casino del Lago	2003	Alto	No aplica
	Casino Maruma	2002	Medio	No aplica

Fuente: Sánchez, I. 2007.

Por otra parte, se utilizaron las siguientes categorías que contribuyen a la comprensión de los modos de consumo: a) *Sexo predominante:* se especifica el género que hace mayor consumo del espacio. b) *Rango de edad:* se refiere al promedio de edad de los usuarios-consumidores. c) *Motivación de la visita:* enumera los propósitos y necesidades que circundan la especialidad del espacio de consumo en orden de importancia. d) *Participación del medio informativo:* incidencia de los medios en el consumo cultural urbano. e) *Valor simbólico perseguido:* el fin ganado o por ganar.

Figura 2
Aspectos cualitativos en el perfil de consumidores.
Caso: *malls* y bingos en Maracaibo

Espacio	Sexo predominante	Rang de edad	Motivación de la visita	Participación del medio informativo	Valor simbólico perseguido
Mall	Masculino	18-55 años	- pasear. - comprar.	- TV - prensa - radio	Valor *distracción*
Bingo	Femenino	30-60 años	- jugar. - comer. - ver espectáculos.	- prensa	Valor *capital*

Fuente: Sánchez, I. 2007.

En la investigación propuesta, el espacio de ocio y entretenimiento es el "campo", este es el escenario que sirve de contenedor y propulsor de formas rituales específicas. Sus consumidores, a efectos del trabajo, serán nuestros informantes, y ambos, constituyen un diálogo indivisible, pues se crea una relación de correspondencia entre el "habitante y el hábitat". Mediante este proceso de interacción se propone lo que Rosana Guber (2004:85) denomina el **"propósito doble de la investigación antropológica"** en el cual se busca, "por un lado, ampliar y profundizar el conocimiento teórico, extendiendo su campo explicativo; y por el otro, comprender la lógica que estructura la vida social y que será la base para dar nuevo sentido a los conceptos teóricos".

3. El mall: apología a la sociedad de consumo

Los espacios de consumo en el urbanismo contemporáneo han sido definidos como una suerte de fortificaciones que condenan la naturaleza de la polis y simplemente la segregan, sin embargo y a pesar de eso, dichos escenarios reinventan esta naturaleza y construyen un juego de valores que sirve para estimar la ciudad desde las identidades que se forman y desde las imágenes que devienen de su resemantización, y en la cual **"...debemos empezar a considerar las prácticas sociales**

como prácticas cotidianas a partir del significado simbólico, que nos remite necesariamente e ineludiblemente a la cultura, que la gente les otorga" (Bisbal y Nicodemo en Sunkel (Ed.), 1999: 94, negritas nuestras).

Desde hace varias décadas, el prototipo del *mall* norteamericano se ha encumbrado como el nuevo monumento al placer y al tiempo libre, tal modelo piloto se fue implementando en varias ciudades del mundo, generando un crecimiento económico notable, en el que además del intercambio comercial y las estrategias publicitarias necesarias para su consolidación, se vio en este lugar una potencia para generar *formas urbanas* y a su vez, para aislar al consumidor hacia un escenario con características y codificaciones específicas, signadas por rigurosos estudios de mercado e inversiones financieras. El mall se transforma entonces en la ejemplificación de la "…mutación de una ciudad [que] no es sólo estructural sino que es en primer lugar cultural" (Amendola, 2000: 34).

El prototipo del mall norteamericano es muy similar al de Maracaibo, salvo la escala que en el caso local es considerablemente menor. Entre sus características básicas, debe ser un espacio artificialmente climatizado, cerrado, confortable, y con una oferta de servicios diversos que permitan la distracción y las visitas frecuentes. En un estudio anterior sobre el *mall* como espacio de ritualización (Finol, 2005), se señaló al Centro Lago Mall (1998) como el más importante y visitado, sin embargo, para la fecha de dicho estudio, no había sido inaugurado el Centro Sambil (2004), el cual, en la actualidad no sólo cuenta con la mayor afluencia y concentración de mercados, sino que representa una fuerte ola mediática y publicitaria. A partir de la construcción del Centro Sambil, el resto de los centros comerciales quedaron relegados a ser segundas alternativas en los consumos de las personas, ya que -según la mayoría de los entrevistados- *"posee más variedad y se pueden hacer más cosas"*. Estas opciones que se nombran están relacionadas a la expansión masificada de diversos servicios ya que este *mall* ofrece mayores alternativas comerciales y modernas estructuras en cines y restaurantes que el resto de los centros comerciales cerrados, también las determinantes funcionales como estacionamientos vigilados, valet parking y la fácil accesibilidad vehicular/peatonal lo hacen más afín al perfil promedio de los usuarios. En el caso local, se han registrado durante los procesos de observación participante, que el ocio y entretenimiento compartido tiene su punto común en el *mall* sobre otros espacios de consumo similares como los su-

permercados, hiperfarmacias, cafés o cines, pues en su carácter concentrador social, el mall promueve una conducta exhibicionista permisada y natural donde las únicas vitrinas no sólo son las que exhiben maniquíes y accesorios, sino que sus espacios públicos también sirven de escenario para el intercambio visual y simbólico, dentro del *mall,* todo individuo -sea o no- es un *flâneur*, pues ese es el objetivo, y el espacio se diseña para tal fin (Amendola, 2000).

El otro centro comercial que sirve para referenciar la investigación es el Centro Lago Mall, uno de los más consolidados de la ciudad y con códigos más precisos que van desde su ubicación geográfica –dentro de un eje urbano privilegiado que involucra actividades de entretenimiento y recreación (Hotel del Lago y Club Náutico) así como lujosos edificios de viviendas- hasta el aprovechamiento de atrayentes visuales hacia el Lago de Maracaibo, siendo esto uno de sus principales atractivos antes de su apertura. Desde sus inicios, este mall se instauró como un lugar destinado al consumo por parte de las clases medias y altas, lo cual requería una mayor calidad en los servicios y en la tipología de establecimientos comerciales que debían ser cónsonos a las demandas de los consumidores. Por otra parte, a nivel de circulación, la preferencia de numerosos usuarios por el Centro Lago Mall, radica en que la calidad del espacio público se vuelve **incluyente**, de esta forma, lo que predomina en los recorridos son sendas que permiten un tránsito fluido a través del sitio. En el interior, los establecimientos comerciales de este *mall* pasan a ser telón de fondo y no la visual predominante, por lo que la invitación principal se dirige a la **estancia** y el acto de compra se induce por medio de esta, mientras que en el Centro Sambil -y al igual que en muchos prototipos de *malls*- la persuasión al intercambio mercantil es explícita y demostrada estratégicamente a través de continuas líneas de vitrinas. Por otro lado, mientras en el Centro Lago Mall las amplias fuentes de iluminación natural se esparcen por todas las áreas con el fin de recoger visualmente las distintas superficies, en el Centro Sambil el foco de luz se dirige puntualmente a los productos exhibidos, y son ellos los que guían el recorrido y la práctica ritual.

4. El bingo: la apuesta por el espectáculo

Los edificios destinados a los juegos de envite y azar proveen una serie de “códigos de control” que demuestran que en el interior de los

mismos se viven reacciones y experiencias cuidadosamente predefinidas y programadas. En los bingos y casinos la retórica espacial subyace tras una inducida manipulación de la percepción y los contrastes exterior/interior, en los cuales el tiempo desaparece y se desvanece, el día es igual a la noche y al perderse la noción del tiempo, también se esfuma la noción del espacio como existencia física. En la ciudad de Maracaibo las edificaciones dedicadas a los juegos de envite y azar son de data reciente. A mediados de los años noventa se inauguraron pequeñas salas de juego para minorías aficionadas -en su mayoría, clases medias, ya que las clases altas viajaban a Caracas, Miami o las Islas del Caribe para jugar- en centros comerciales abiertos o edificios multifuncionales. Según el artículo 28 de la *"Ley para el control de los casinos, salas de bingo y máquinas traganíqueles"*, "las Salas de Bingo que funcionen en instalaciones distintas a edificaciones hoteleras, deberán prestar al público, en el horario de funcionamiento los servicios de bar, restaurante, salas de estar y estacionamiento, así como la presentación de espectáculos de talento vivo nacional" (República de Venezuela, 1997: 2). Si bien los casinos sólo pueden ubicarse en hoteles cinco estrellas, los bingos pueden trasladarse a otros espacios de la ciudad, tener caracteres morfológicos y funcionales distintos a los determinados por un uso precedente. Si en Maracaibo, las primeras salas particulares de juego se localizaban en edificios de poca importancia y notabilidad arquitectónica, estos comienzan a adquirir valor social y cultural al mezclarse a las ofertas de los lujosos hoteles de la ciudad, y en la actualidad, a través de edificios independientes.

En las entrevistas realizadas, los informantes afirman que el principal atractivo de los bingos mencionados es que además de mantener una escala arquitectónica mayor al resto de los establecimientos similares, *"…su apariencia* [fachada] *invita al juego*". A esto se atribuye el decorado característico de los casinos al estilo Las Vegas que en Maracaibo se recrea de forma más modesta dadas las condiciones económicas, turísticas y sociales que evidentemente distan mucho del prototipo norteamericano, pero mantienen contenidos estéticos prácticamente canónicos como las luces titilantes, los colores brillantes, la impermeabilidad al exterior, sumada a una característica peculiar, la aplicación de íconos y apliques decorativos propios como palmeras, olas y motivos caribeños. El bingo local se presenta como un *ghetto* donde predomina el "parecer", el "como si", son, "…nuevas Disneylandias capaces de atraer y fascinar a la gente induciéndolas al sueño y al consumo" (Amendola, 2000: 106),

pero además, son espacios de referencia morfo-simbólica intencionalmente teatralizada.

En los bingos locales, una considerable mayoría acude a jugar bingo, y algunos alternan el juego con las máquinas traganíqueles. Los entrevistados señalan que la cantidad de dinero que se deposita en la máquina, es mucho mayor a la del cartón de bingo, por lo que a mayores ganancias en las tragamonedas, la apuesta aumenta y el tiempo en ella se extiende. Cuando la pérdida es mayor, el juego de bingo es la opción que le permite a los jugadores un mayor consumo en el espacio, ya que es más económico y dado su costo, se prolonga el disfrute del lugar y sus prestaciones, sin embargo, la ritualización en el espacio siempre la determinará la cantidad de dinero jugada, y justamente allí, el ambiente establece estrategias persuasivas y simbólicas para prolongar la permanencia a través de los servicios y actividades, los cuales, se complementan entre otras cosas, con la amenización por parte de los anfitriones, quienes de forma gratuita, abastecen al público de entremeses, tapas y bebidas diversas, con el propósito de persuadir a los usuarios a continuar jugando, y estimular a los visitantes para que intenten jugar mientras degustan los productos suministrados. Este tipo de experiencias simbólicas, logra que el espacio no sólo muestre comodidad para la práctica y escena lúdica, sino que tenga el poder de compararse a la tranquilidad y sosiego del espacio doméstico, donde el alimento sirve de vínculo y forma de compartimiento y a modo de ritual, congrega a similares y los reúne en la teatralización de una imagen que *"…los hace sentir en casa"*. De ahí el éxito de los bingos de esta categoría en la ciudad, pues detrás de ellos se construye un escenario en el cual el confort y la tranquilidad no sólo canaliza formas de consumo sino también, un cosmos afectivo.

El edificio destinado a albergar el bingo no puede tener mesas de apuestas, ya que la ley lo prohíbe, sin embargo, a través de otras alternativas se diversifican las opciones del espacio. Por ejemplo, el Gran Bingo Maracaibo además de ofrecer una sala de máquinas traganíqueles y la sala de bingo más grande de la ciudad, también ubica una sala de juegos dedicada a apuestas hípicas, convocando de este modo a un nuevo perfil de jugadores. Además, ofrece una sala de espectáculos, bar, restaurant, sala de espera, lobby, sistemas de circulación para discapacitados (rampas, ascensores), línea de taxis, cajeros automáticos y según los entrevistados, lo mejor que tiene el lugar es un estacionamiento en sótano, el cual se conecta directamente al acceso principal. El estacionamiento-sótano

se convierte no sólo en el elemento que produce la disminución de los rayos de sol y genera la sombra, sino que establece un umbral de protección tanto al caos de la ciudad, como a la invitación indirecta a *habitar* un nuevo lugar y a intensificar la intimidad y apropiación entre el espacio y el consumidor.

La antítesis espacial a este ejemplo es la del Bingo Seven Star, el cual cuenta con servicios similares al anterior, pero que cambian en el diseño del estacionamiento, el cual es completamente abierto, en observaciones participantes realizadas en el sitio y a través de la información suministrada por los usuarios, puede notarse que las distancias entre los vehículos estacionados y el acceso se hacen más pesadas en horas diurnas por las temperaturas inclementes, siendo esta la principal diferencia que los informantes encuentran entre ambos. Por otro lado, el peatón juega un papel importante en la construcción de los imaginarios de la nueva ciudad que los espacios de ocio y entretenimiento han inducido, y en especial, en los edificios para bingos, ya que son lugares incluyentes como estructura -su fachada y elementos visibles externos invitan a la entrada- y excluyentes como infraestructura -sin la inversión de las apuestas la presencia del usuario no tiene sentido-, pues la principal conexión simbólica se manifiesta a través de la estética y la corporeidad del espacio, la cual es gratuita y no exige mayor cosa que la mera observación, en cambio, la forma de habitabilidad interior y la consecuente alienación social que esta produce, está determinada por el valor capital.

Los usuarios definen estos espacios como recintos que les *"permite descansar, divertirse y entretenerse",* y además, señalan que apenas entran, *"pareciera como si no se estuviese en Maracaibo"*. En el consumo cultural de los bingos y de otros espacios de ocio con características similares, predomina una **búsqueda de aislamiento** que a la vez involucra la ejecución de actividades que momentáneamente aparte a los usuarios de la ciudad que por algunas horas es evadida y **les sirva para imaginar una propia en base a las necesidades, deseos y anhelos personales**. En el caso de los bingos y casinos, el juego se transforma en "…una actividad placentera, que tiene una utilidad práctica y obedece a necesidades de tipo psicológico, fisiológico y social" (Sánchez Bello, 1990: 18), en la cual, se presenta un espacio arquitectónico con sistematizaciones técnicas, estéticas y sociales precisas que contribuyen a forjar relaciones de correspondencia e identidad cultural, donde se fomenta enajenación y se crea una *experiencia de ciudad* donde todo *se supone*, *se asu-*

me y además, *se vive* y comparte por análogos. Los espacios de ocio y consumo no venden la mismidad de su arquitectura, sino las experiencias que ellos proporcionan, y el arquitecto, "…lo que hace es **producir una cierta articulación entre un programa de funciones o actividades codificadas por la cultura** (nivel de forma del contenido), y **una determinada sintaxis del objeto** (nivel de la forma y de la expresión) (Mangieri, 1998: 132).

Tanto en el Gran Bingo Maracaibo como en el Bingo Seven Star, la iluminación es completamente controlada con luz artificial baja, sólo en ambas salas de bingo es donde se cuenta con un mayor grado de iluminación, en cambio, en las áreas destinadas a máquinas traganíqueles está velada por la penumbra, y la luz es mostrada a través de las pantallas de las tragamonedas, la distinción horaria entre lo diurno y nocturno, culmina al atravesar el umbral de estos lugares, donde siempre pareciera que es de noche. En ninguno de los bingos visitados pueden ubicarse ventanas, lo cual también contribuye a la fuga del tiempo, en sustitución de las mismas, se ubican lámparas y reflectores estratégicamente dispuestos que imitan fuentes de luz natural. La mayoría de los informantes afirman que *"les cuesta medir el tiempo en los casinos"* y que *"no hace falta salir de allí porque, incluso, pueden comer, retirar dinero de cajeros automáticos, e incluso, disfrutar de los espectáculos. Es una constante diversión"*. En Maracaibo, los bingos son los templos para el "juego con etiqueta" (Sánchez Bello, 1990: 62), representan el grado de desarrollo de la proyección económica, financiera y turística de la ciudad, permitiendo elevar las ofertas urbanas a la vez que la territorializan como espacio de consumo. Desde el terreno de lo social, los juegos encarnan el deseo colectivo de ganar, pero desde el estudio presente, se ha podido constatar que los lugares que lo sirven, son escenarios tipificados según modelos globales y según reglas de acondicionamiento específicas, donde finalmente, se elabora el imaginario cultural más importante, el de las **esperanzas.**

5. Consideraciones finales

Las representaciones de la ciudad global que día a día construyen las industrias, generan los múltiples sentidos que bordean la naturaleza del espacio colectivo, en el cual "…la comunicación mediática construye el nuevo espacio imaginario de la ciudad actual…" (Schmucler y Terrero en Aguirre (Ed.), 1999: 143). El diseño de la ciudad contemporánea

por el espacio para *imaginarla* es un hecho asociado a la sociedad de hoy, la cual ve en la mediatización y espectacularización de las emociones y lo cotidiano, la clave para pensar en el consumo cultural como un espacio promotor y fortalecedor de afectos.

Dentro del primer acercamiento investigativo, se hicieron referencia a dos tipos de espacios de consumo, los cuales, más que opuestos, son complementarios en su carácter globalizador de espacios urbanos, y junto a tales modelos pueden sumarse otros como supermercados, hoteles, cines y farmacias, por nombrar sólo algunos, y que se encumbran como moldes para generar no sólo el repertorio de ofertas de una ciudad globalizada, sino también las nuevas *formas de ciudadanía* dentro de ella, pues como afirma Néstor García Canclini, una de las características que cualquier individuo tiene hoy, "…es la de participar en varios repertorios culturales a la vez, elegir entre varias posibilidades de ser individuo", pues "…somos individuos híbridos, que aprovechamos varios repertorios para enriquecernos, formarnos y participar en escenarios distintos, no siempre compatibles" (García Canclini, 1997: 58). La vida social en la ciudad contemporánea se ve cada vez más fraccionada y dividida, y en ese seccionamiento urbano, crecen *lugares* donde se constituyen santuarios para la comunicación y la interacción humana, y que no sólo estimulan el sentido de lo metropolitano, sino que significan la ciudad en nuevas micro-ciudades. El tiempo del ocio se ve incorporado en estas escenas, y el "pasatiempo" adquiere nuevas importancias centradas en el avasallante poder globalizador, formando nuevas líneas de representación y reconocimiento en la esfera de la seducción de todo aquello que esté provisto de este encanto falsificado que a muchos habitantes de las ciudades de hoy, fascina.

El centro comercial, como muchos espacios intermediarios fluctúa entre las fuerzas de lo mediático y las identidades sociales proyectadas, los nuevos espacios públicos de la contemporaneidad le brindan al individuo la posibilidad de *ser producto sincrético* de los acontecimientos e imágenes que los medios y la globalización generan como alternativa para entender lo que Bisbal y Nicodemo (1999) llaman el **"nuevo *sensorium*".** En el caso de los bingos, existe una intención directa por sumergir a través del claustro lúdico al consumo desmedido por medio de la desorientación y pérdida de la noción del tiempo, ligada a una operación y manipulación no sólo de valores personales, morales y sociales, sino a través de la especialidad y los límites físicos que sirven al constructo ar-

quitectónico/urbano del envite y el azar. Estos espacios se transforman en *ghettos* sagrados de la sociedad postmoderna, y en ellos, el valor *poder* está precedido por el *tener*, la ciudad se convierte en un mosaico de *entidades de inversión* que finalmente, edifican progresivamente la idea de ciudad, controlando las instancias del espacio público.

Referencias

Aguirre Baztán, Ángel (1997). **Etnografía. Metodología cualitativa en la investigación sociocultural**, México D.F., Alfaomega.

Amendola, Giandomenico (2000). **La ciudad postmoderna,** Madrid, Ediciones Celeste.

Bisbal, Marcelino y Nicodemo, Pasquale (1999). "El consumo cultural en Venezuela". En Sunkel, Guillermo (Ed.), **El consumo cultural en América Latina.** (pp. 88-122) Bogotá, Ediciones Convenio Andrés Bello.

Caruso, Adam (2001). La ciudad emocional. **Quaderns d´arquitectura i urbanisme,** 228, 10-12.

Finol, José Enrique (2006). "Rito, espacio y poder en la vida cotidiana". **Revista de Signis.** 6, 33-43.

Finol, José Enrique (2005). "Globalización, espacio y ritualización: de la plaza pública al *mall*". **Revista Espacio Abierto**, 14, 573-588.

García Canclini, Néstor (2005). **Diferentes, desiguales y desconectados,** Barcelona, Gedisa.

García Canclini, Néstor (1999). El consumo cultural: una propuesta teórica. En Sunkel, Guillermo (Ed.), **El consumo cultural en América Latina.** (pp. 26-47) Bogotá, Convenio Andrés Bello.

García Canclini, Néstor (1997). **Imaginarios urbanos,** Bogotá, Eudeba.

Gausa, Manuel et al. (2004). **Diccionario Metápolis de Arquitectura Avanzada,** Barcelona, Actar Ediciones.

Guber, Rosana (2004). **El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo,** Buenos Aires, Paidós.

Mangieri, Rocco (1998). **El objeto cultural y sus sentidos,** Mérida, Universidad de Los Andes, Consejo de Publicaciones.

Martín-Barbero, Jesús (2002). **Oficio de Cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura**, Santiago de Chile, Fondo de Cultura Económica.

Montaner, Josep María (1997). **La modernidad superada. Arquitectura, arte y pensamiento del siglo XX,** Barcelona, Editorial Gustavo Gilli.

Pimienta, Rodrigo (2000). Encuestas probabilísticas vs. no probabilísticas. **Política y cultura,** 013, 263-273.

Remy, Jean y Voyé, Liliane (1976). **La ciudad y la urbanización,** Madrid, Instituto de Estudios de Administración Local.

República de Venezuela (1997). **Ley para el control de los casinos, salas de bingo y máquinas traganíqueles**.

Sánchez Bello, César (1990). **Juegos de envite y azar,** Caracas, Monte Ávila Editores.

Schmucler, Héctor y Terrero, Patricia (1992). "Nuevas tecnologías y transformación del espacio público", **Telos**, 32, 27-33.

Silva, Armando (1994). **Imaginarios Urbanos,** Bogotá, Tercer Mundo Editores.

QUÓRUM ACADÉMICO
Vol. 4, Nº 1, enero-junio 2007, pp. 49 - 71
Universidad del Zulia • ISSN 1690-7582

Sistema de Información para la Gestión del Conocimiento Científico en LUZ*

Ruby Portillo de Hernández** y Lilia María Ferrer Morillo*

Resumen

El trabajo tiene por objeto presentar la concepción, diseño y desarrollo de un Sistema de Información para la Gestión del conocimiento científico en la Universidad del Zulia (SIGEC). El carácter sistémico del SIDEC ha determinado que en sus componentes se apliquen metodologías derivadas de diversas disciplinas: desarrollo de sistemas, según la metodología Rational Unified Process (RUP); organización y representación del conocimiento con metodologías basadas en enfoques cognitivos; y servicios de información, apoyados en estudios de usuarios. El sistema de información de apoyo a la gestión del conocimiento generado por las unidades de investigación de la Universidad del Zulia propiciará la socialización y visibilidad del conocimiento científico universitario mediante su sistematización, organización y representación.

Palabras clave: Sistemas de información, Gestión del conocimiento, Unidades de investigación, Universidad del Zulia.

Recibido: 02/05/07 • Aceptado: 01/06/07

* La investigación forma parte del proyecto de investigación Nº 2001003193, cofinanciado por el Fondo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación (FONACIT) y la Universidad del Zulia.

** Profesora Titular de la Escuela de Bibliotecología y Archivología de la Universidad del Zulia; Coordinadora de la Línea de Investigación Gerencia del Conocimiento y la Comunicación. Correo electrónico: rportillop@gmail.com.

*** Profesora Instructora de la Escuela de Bibliotecología y Archivología de la Universidad del Zulia; Maestrante del Programa de Maestría en Ciencias de la Comunicación: Mención Sociosemiótica de la Comunicación y la Cultura. Correo electrónico: lizferrer@gmail.com.

Information System for scientific knowledge management in LUZ

Abstract

The object of this investigation is to present the conception, design and development of an information system for scientific knowledge management in Zulia University (SIGEC). In the building up of its components the systemic character of SIGEC has determined the application of methodologies stemming from diverse disciplines: development of systems, according to the Rational Unified Process (RUP) methodology; organization and representation of knowledge with methodologies based upon cognitive approaches; and information services, supported by user studies. The information system as support of the knowledge generated by investigation units in Zulia University will push the socialization and visibility of scientific knowledge through its systematization, organization and representation.

Key words: Information systems, Knowledge management, Investigation units, Zulia University.

1. Introducción

El gran reto que el siglo XXI plantea para las organizaciones y en especial para las universidades, es la generación compartida de conocimiento con pertinencia social. La investigación que se genera en las universidades debe constituir uno de los pilares fundamentales para el desarrollo cultural y económico de la sociedad.

Las universidades tienen como una de sus funciones esenciales la generación de conocimiento a través de la actividad investigadora y se transmite mediante la docencia y de la extensión y lo difunden por medio de la producción científica. Son responsables, en algunos países del 80% de la investigación que se desarrolla (Moscoso, 2003).

Las unidades de investigación, generadoras de conocimiento por excelencia, deben propiciar la construcción de espacios para la difusión del principal activo de la sociedad, el conocimiento, motor del desarrollo científico, tecnológico, humanístico y eje para la construcción de la sociedad del conocimiento. Las universidades deben adaptarse al nuevo

paradigma, modificar sus hábitos y dinámicas de trabajo, generar productos y servicios soportados en las nuevas herramientas tecnológicas.

Con el desarrollo de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), las universidades tienen que prepararse para asumir un nuevo paradigma: la gestión del conocimiento, que implica cambios profundos, no sólo en sus formas de gestión académica y administrativa, sino en algo más relevante, en las formas de crear, difundir y transferir el conocimiento.

El conocimiento científico generado en las unidades de investigación de la Universidad del Zulia se encuentra disperso, sin ningún tipo de organización y estructuración, lo que afecta su sistematización y transferencia (Portillo, 2001).

La anterior situación condujo a un equipo de investigadores a presentar un proyecto de investigación con el objetivo de "Diseñar e implantar un sistema de información para la gestión del conocimiento en las unidades de investigación de la Universidad del Zulia (SIGEC) soportado en herramientas telemáticas", el cual ha de propiciar no sólo la comunicación, difusión y transferencia del conocimiento generado por las unidades de investigación de la Facultad de Humanidades y Educación de la Universidad del Zulia (LUZ), sino también la organización de la memoria científica universitaria.

En este trabajo se presenta el proceso metodológico seguido en el diseño y desarrollo de un sistema de información como sistema estructural de apoyo a la gestión del conocimiento generado en las unidades de investigación de la Universidad del Zulia.

Es importante destacar que se incorporan como elementos innovadores los mapas de conocimiento y los tesauros, herramientas cognitivas y lingüísticas de representación de los saberes científicos generados que agregan semanticidad a los mismos.

2. Referentes teóricos y empíricos

En la actualidad las organizaciones no se vinculan tanto con el manejo de la información, sino con el manejo del conocimiento, y las organizaciones de avanzada tienden a generar su propia inteligencia y metaconocimiento producto de su dinámica de riesgo y autoaprendizaje. El papel correcto de la dirección es asegurar la aplicación del cono-

je. El papel correcto de la dirección es asegurar la aplicación del conocimiento al conocimiento, en consecuencia, la creación y uso del conocimiento constituye un desafío para las organizaciones (Páez, 1992; Drucker, 1996).

La gestión del conocimiento debe ser definida como el proceso que permite planificar, organizar, integrar y controlar el acceso y uso oportuno del conocimiento, el cual reside en el colectivo (conocimiento tácito) y en la infraestructura informacional (conocimiento explícito) de la organización para desarrollar activos del conocimiento, incremento de la efectividad y eficiencia, innovaciones en los productos y servicios, aumento de la productividad, anticiparse a las tendencias y exigencias del entorno (Portillo, 2001).

Existe una gran relación sinérgica entre tecnología de la información y gestión del conocimiento puesto que ella permite tener mayor acceso al mismo, globalizar la transferencia y compartir el conocimiento, pues de otra manera resultaría sumamente difícil y costoso (O'Dell, 1999, Davenport, 2001).

El desarrollo de la tecnología puede ser visto como respuesta a la necesidad de un manejo más efectivo del conocimiento codificado (conocimiento explícito) ya que el conocimiento tácito, el que reside en la mente de los individuos, solo puede ser transferido a través de un proceso de interacción social (Nonaka y Takeuchi, 1998).

Las organizaciones requieren de herramientas para gestionar el conocimiento y una de ella son los sistemas para la gestión del conocimiento soportadas en una infraestructura robusta, en un desarrollo sistémico, que faciliten la codificación, recopilación, integración y diseminación del conocimiento organizacional (Alavi y Leidner, 1999).

Los sistemas de información para la gestión del conocimiento constituyen un concepto más amplio que el de tecnología de la información, están orientados a los procesos y flujos de información (Gunasekaran *et al.*, 2001, citado por Meroño, 2005). La tecnología puede ser concebida como la infraestructura de la gestión del conocimiento (Chou, 2003) ya que proporciona las herramientas para gestionar los procesos de su producción, uso y aplicación.

2.1. Gestión del Conocimiento en la Universidad del Zulia (LUZ)

En el contexto de las relaciones universidad-sector socio productivo, la gestión del conocimiento científico constituye el elemento fundamental para el logro del desarrollo humano y social mediante la captación, interiorización y transferencia de los saberes generados. Es a través de este proceso de interacción, que la universidad tiene la oportunidad de captar e interiorizar conocimientos que al ser incorporados en su núcleo de capacidades y competencias le permiten mejorar su actuación y desempeño.

En estudios realizados por Portillo (2000, 2001) sobre gestión del conocimiento en las unidades de investigación universitarias, se evidencian los siguientes problemas derivados de la inexistencia de una gestión del conocimiento:

a) En cuanto a los mecanismos de transferencia que utilizan las unidades de investigación para vincularse y transferir el conocimiento generado no existen modalidades de transferencia formales que permitan vincular las unidades de investigación con el sector externo**.** La vinculación se establece de una manera informal a través de contactos personales, no obedeciendo a estrategias formales o a políticas institucionales. En el ámbito institucional, existe poca vinculación entre las unidades de investigación de la Facultad de Humanidades y Educación de LUZ, lo cual evidencia aislamiento entre los grupos de investigación y poca socialización del conocimiento generado, esto no solo dificulta, sino que imposibilita la adopción de proyectos interdisciplinarios, pluridisciplinarios y especialmente transdisciplinarios.

b) La Universidad del Zulia no cuenta con sistemas de información integrados ni redes internas que faciliten la captura, codificación, almacenamiento y transferencia del conocimiento que se produce y permitan conocer las tendencias de la investigación, localizar experiencias previas y de esta manera evitar duplicidades, desarticulación en los procesos y dispersión disciplinaria. No se tiene conocimiento sobre el conocimiento generado por sus investigadores.

c) La inexistencia de una eficiente gestión del conocimiento afecta considerablemente una de las fases fundamentales de la gestión: la sistematización y codificación del conocimiento producido, lo cual dificulta en gran medida su difusión y transferencia.

La situación descrita ha traído como consecuencia que la experiencia resultante del quehacer científico la posean los individuos y los grupos de investigación, lo que ha generado la duplicación de esfuerzos y la fragmentación del conocimiento, al realizar investigaciones con la misma orientación o réplicas, sin ningún aporte por cuanto no se está en capacidad de localizar experiencias previas.

Se pone en evidencia la necesidad de crear un S*istema de Información para la Gestión del Conocimiento en las Unidades de Investigación de la Universidad del Zulia* (SIGEC) soportado en herramientas telemáticas. Dicho sistema fue concebido como apoyo a la gestión del conocimiento científico y organizacional y está dirigido a un amplio rango de usuarios con distintas competencias y necesidades en relación con el conocimiento (Ulrich, 2002).

El SIGEC emerge como espacio de transferencia de saberes científicos generados por la Universidad del Zulia, donde compartir tales saberes constituye la diferencia hacia el tránsito de un modelo de universidad en la cual el conocimiento generado trasciende la idea de bien intangible de pertenencia exclusiva de las universidades. El conocimiento se genera para su transferencia hacia los espacios sociales y organizacionales que lo requieran, precisando del mismo para su transformación y alcanzar el desarrollo basado en la inteligencia y justicia social.

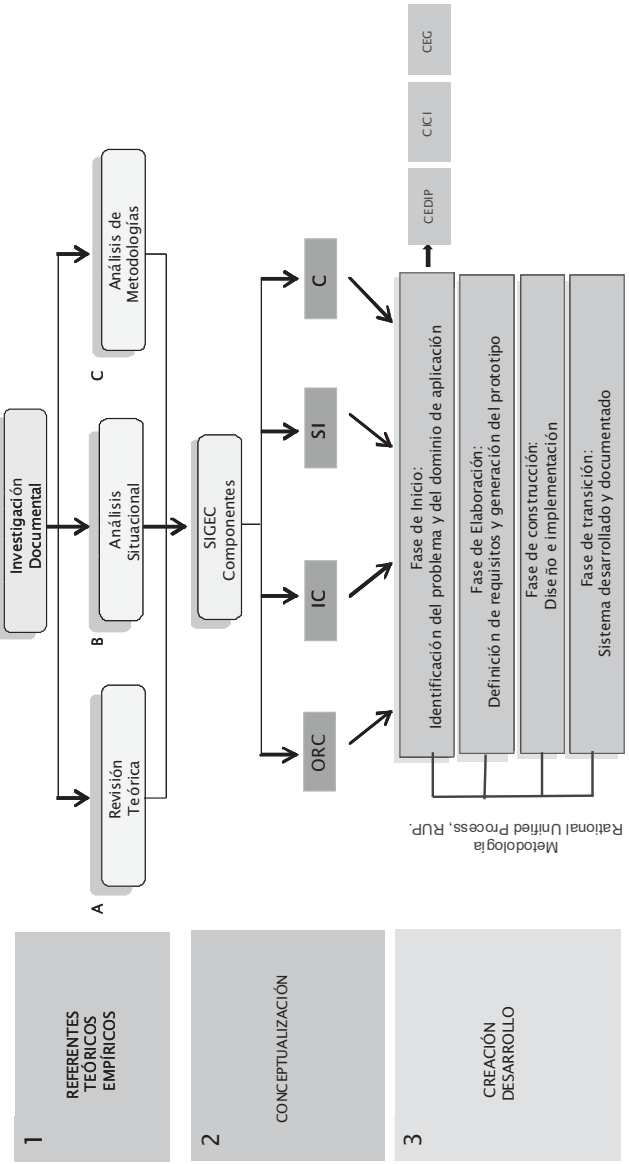
3. Metodología

La complejidad del SIGEC determinó el uso de varias metodologías bajo un enfoque multidisciplinario abordado mediante el prisma de varias disciplinas: Informática y conectividad, diseño gráfico, gerencia del conocimiento y organización y representación del conocimiento. Dichas disciplinas aportan sus propios conceptos y métodos para la concepción y desarrollo del sistema.

El ciclo metodológico comprende tres etapas: 1) Referentes teóricos y empíricos, 2) Conceptualización y 3) Creación / Desarrollo. La primera etapa incluye el estudio de los referentes teóricos y empíricos, el análisis situacional y el estudio de metodologías para el desarrollo de sistemas de información (Figura 1).

En la segunda etapa se definen los componentes del sistema: Organización y representación del conocimiento, informática y conectividad,

Figura 1
Ciclo metodológico para el desarrollo del sistema



Fuente: Portillo, R. y Ferrer, L. 2007.

servicios de información y calidad. La tercera etapa corresponde al proceso de creación y desarrollo del sistema, la cual se inicia con la identificación del problema y el análisis del dominio de aplicación (Centro de Estudios Geográficos, Centro de Investigación de la Comunicación y la Información y el Centro de Documentación e Investigación Pedagógica) en donde se estudian los referentes estructurales, humanos y de procesos, sigue la fase de elaboración (definición de requisitos y generación del prototipo), fase de construcción (diseño e implementación) y la fase de transición (sistema desarrollado y documentado).

3.1. Informática y conectividad

Del análisis de las metodologías para el desarrollo de sistemas de información se llega a la conclusión que la metodología a utilizar para el desarrollo del SIGEC, es la *Rational Unified Process* (RUP), debido a su dimensión, funcionalidad y alcance y por proporcionar las fases a seguir para obtener un sistema especificando el qué hacer y el cómo hacerlo.

RUP es aplicado en cuatro fases*: Inicio, elaboración, construcción y transición*, las cuales se desarrollan en iteraciones hasta cumplir con el objetivo de cada fase, logrando con esto reproducir el ciclo de vida en cascada a menor escala. Cabe destacar que en cada ciclo de iteración se construye una serie de artefactos que sirven de soporte al sistema. En la Tabla 1 se muestran las fases del RUP con un enfoque orientado a las características particulares del SIGEC, indicando roles de los participantes, las actividades realizadas y artefactos generados (Tabla 1).

3.2. Organización y representación del conocimiento

El subsistema comprende la conceptualización de un modelo de organización y representación del conocimiento y el desarrollo de tesauros y de mapas de conocimiento. La definición del modelo de ORC (Figura 2) incluyó las fases siguientes: a) Investigación documental sobre teorías, enfoques y tendencias y b) Conceptualización y diseño del modelo el cual consta de los siguientes componentes: Estructuras textuales e hipertextuales, estructuras de conocimiento (dominios de conocimiento de las unidades de investigación); objetivos y metas de los servicios de información; expectativas de analistas y usuarios; contextos de análisis de información (SERBILUZ, SIGEC, Universidad del Zulia y sector externo); estrategias, procesos y técnicas de análisis y síntesis de información

Tabla 1
Fases de aplicación de la *Rational Unified Process*

DESCRIPCIÓN	HITO
Fase de Inicio	Se comprende el problema y se determina su ámbito. Son definidos los requerimientos del sistema desde la perspectiva del usuario, los cuales son establecidos en los artefactos visión, glosario del sistema y plan de desarrollo.
Fase de Elaboración	Se analizan los requerimientos y se desarrolla un prototipo de arquitectura (incluyendo las partes más relevantes y/o críticas del sistema). Desarrollando los siguientes artefactos: Casos de uso, Modelos del sistema, y diccionario de datos. Permitiendo realizar una revisión general del estado de los artefactos y ajustar la planificación para asegurar el cumplimiento de los objetivos.
Fase de Construcción	Se terminan de analizar y diseñar los casos de uso, refinando los modelos del sistema. Desarrollando el sistema de acuerdo a las necesidades planteadas, para realizar a la par las pruebas funcionales de la misma. Se realiza el diseño e implementación del sistema y se obtiene la versión Beta del producto.
Fase de Transición	Se suministra el producto final (documentación, base de datos, sistema y el manual de usuario). Incluye el entrenamiento de los usuarios.

Fuente: Rational Software –IBM, 2001.

(incluye el desarrollo y aplicación de tesauros especializados, aplicaciones informáticas de gestión de contenido y el empleo del estándar de metadatas Dublín Core para la descripción de contenidos hipertextuales) y procesos y técnicas de recuperación (Moreiro y Marzal, 2001).

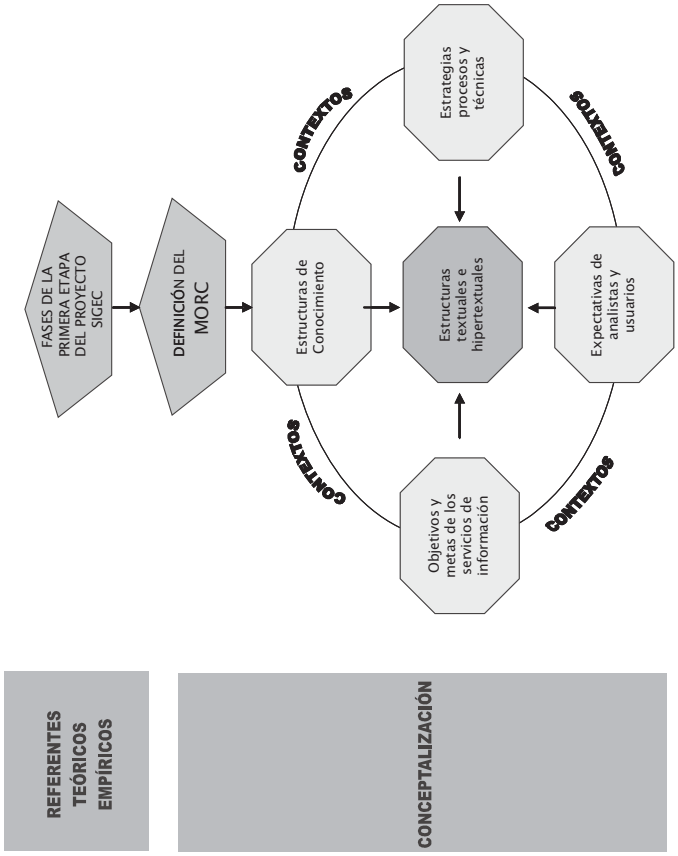
En el desarrollo de tesauros se adaptó la metodología propuesta por Van Slype (1991) para el diseño y construcción de tesauros, ajustadas a las Normas ISO 2788 1986 (E) "*Guidelines for the establishment and development of monolingual thesauri"*, para el desarrollo de tesauros monolingües. La metódica incluye las fases y actividades siguientes (Figura 3).

a) Recolección del vocabulario (mediante la indización de muestras representativas del conocimiento explicito).

b) Listado de microdisciplinas: Determinación de dominios de especialización de cada tesauro especializado.

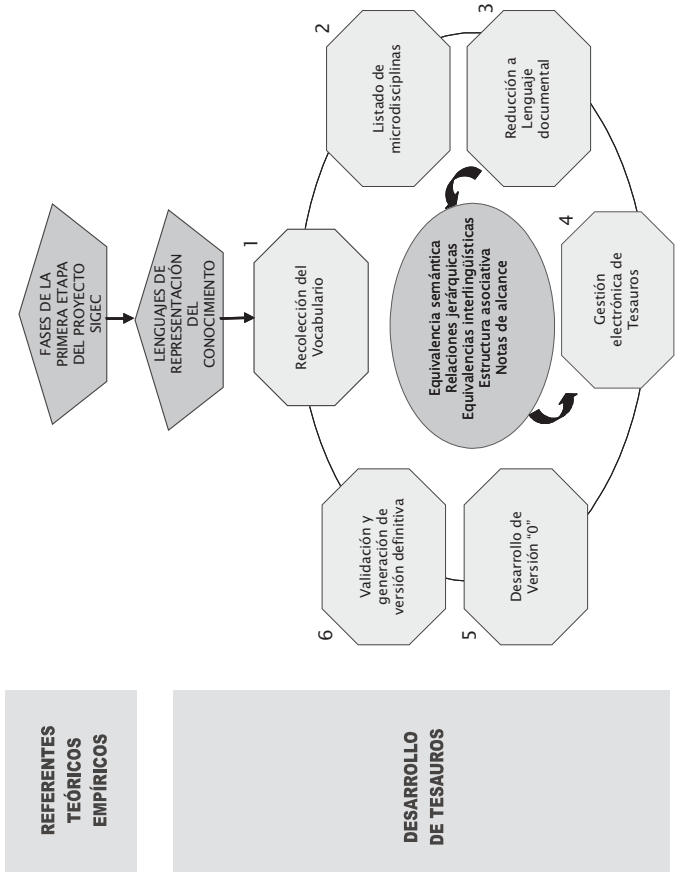
c) Reducción a un lenguaje documental a través del establecimiento de relaciones semánticas considerando los aspectos siguientes: Estructura de equivalencia semántica, estructura jerárquica, redacción de notas de alcance y elaboración de estructura asociativa.

Figura 2
Metódica de Organización y representación del conocimiento



Fuente: Ferrer, L. 2007.

Figura 3
Metódica empleada en el desarrollo de Tesauros



Fuente: Ferrer, L. 2007.

d) Aplicación del software Multites Pro 2005 para la gestión electrónica de tesauros.

e) Incorporación de los tesauros en el Sistema desarrollado.

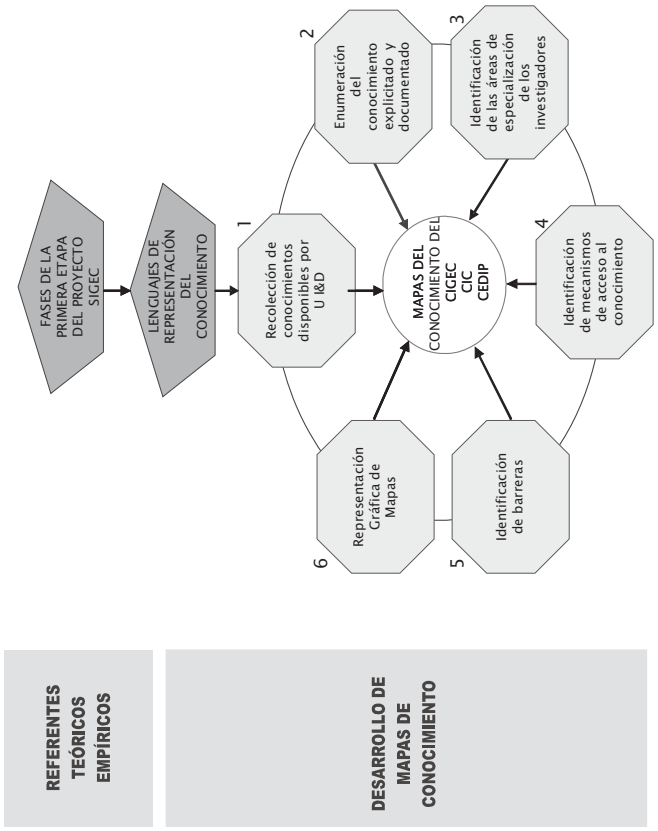
En el desarrollo de mapas de conocimiento se adoptó la arquitectura básica propuesta por Bueno Campos (2003) para la gestión del conocimiento en universidades y organismos públicos de investigación de la región de Madrid. Las actividades previstas y ejecutadas se ajustan a dicha arquitectura (Figura 4):

- Recopilación de conocimientos explicitados y documentados: Se refiere a la identificación y localización del conocimiento explícito generado por los investigadores en el marco de su actividad científica: Artículos publicados en revistas científicas, libros y capítulos de libros, actas y memorias de eventos, informes de investigación, proyectos de investigación, producción artística y musical, monografías y tesis generadas, etc.
- Inventario del conocimiento registrado y disponible en el portal.
- Identificación de áreas de especialización de los en atención al Sistema de Clasificación de la UNESCO, cuya estructura comprende áreas, disciplinas y especialidades.
- Identificación de mecanismos de acceso al conocimiento: Los mecanismos de acceso están determinados por el nivel de acceso a los servicios del SIGEC (servicios de acceso público y privado).
- Identificación de barreras que inhiben el acceso al conocimiento: Corresponden a los mecanismos que limitan el acceso al conocimiento (por ejemplo conocimiento no socializado, conocimiento no disponible, entre otras).

3.3. Servicios de información

A partir de la caracterización de las unidades de investigaciones, del análisis de las mejores practicas, de la evaluación de los portales académicos, del proceso de socialización del modelo propuesto y de la aplicación del instrumento "*Perfil de los Investigadores"* (estudio de usuarios) a los investigadores adscritos a los unidades pilotos (CICI, Centro de Estudios Geográficos y el Centro de documentación e investigación pedagógica) fueron definidos servicios de información de carácter público y privado los cuales se describen en el subsistema: Servicios de información.

Figura 4
Metódica empleada en el desarrollo de Mapas de Conocimiento



Fuente: Ferrer, L. 2007.

4. Configuración sistémica del SIGEC

El conjunto de funciones y relaciones del SIGEC determinó la definición de varios componentes o subsistemas: planificación, organización y representación del conocimiento, informática y conectividad, servicios, mercadeo, así como las funciones de cada uno de los elementos y los modos de gestión y colaboración que deben existir entre ellos. A través de esta estructura se establecen los mecanismos de trabajo necesarios para garantizar la coherencia y la convergencia de las acciones emprendidas (Figura 5).

Figura 5
Configuración sistémica del SIGEC

Fuente: Portillo, 2007.

4.1. Subsistema de Planificación y desarrollo

Estructura que permite el diseño y aplicación de estrategias y metodologías para la gestión general del sistema y la definición de la estructura funcional e institucional.

4.2. Subsistema de Organización y representación del Conocimiento

Subsistema que tiene como función la definición del modelo conceptual para la organización y representación del conocimiento explícito, construcción de mapas de conocimientos y el desarrollo de tesauros a

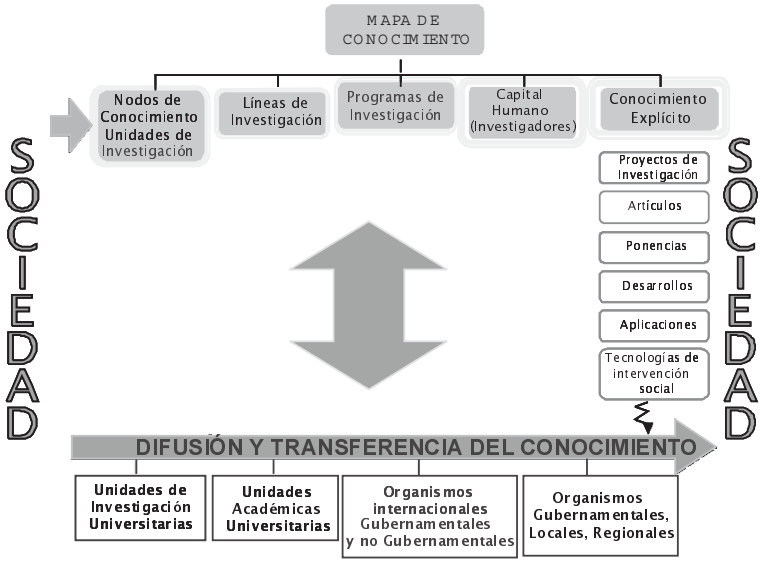
partir de las taxonomías de las diferentes especialidades y requerimientos informativos de los investigadores y usuarios del sistema en general. Al igual que el tratamiento técnico documental de las fuentes electrónicas que registran la productividad científica de las unidades de investigación universitarias.

La organización del conocimiento constituye uno de los componentes fundamentales del modelo de gestión del conocimiento desarrollado por el SIGEC. Se trata de potenciar un modelo que permita optimizar la organización de los repertorios de conocimientos generados en los ámbitos o dominios de especialización de las unidades de investigación en humanidades y educación. La organización del conocimiento plantea el desarrollo de sistemas orgánicos que reflejen por un lado la estructura del conocimiento y, por otro su codificación y clasificación con miras a alcanzar la difusión, transmisión e intercambio.

Según Bueno Campos (2003) los mapas de conocimiento son representaciones gráficas que permiten identificar qué conocimientos están disponibles en la organización, dónde están localizados y quiénes son los poseedores de los mismos. Propone una arquitectura básica de mapa de conocimiento para el desarrollo de la investigación sobre gestión del conocimiento en universidades y organismos públicos de investigación. En el caso de las UI&D de la Facultad de Humanidades y Educación (Figura 6), el conocimiento es agrupado en áreas, líneas, programas y proyectos de investigación, siguiendo el nivel de organización y sistematización establecidos por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico (CONDES) de la Universidad del Zulia.

Tal agrupación representa una gran ventaja para el proyecto SIGEC, por cuanto se perfila como una macroestructura inicial de organización semántica del conocimiento explícito generado y documentado, la cual sirve a la vez para el establecimiento de la base semántica de los tesauros que serán desarrollados como sistemas de representación del conocimiento, generado en los dominios de especialización de cada unidad de investigación.

Figura 6
Mapa de Conocimiento



Fuente: Portillo y Ferrer, 2007.

4.3. Subsistema de Informática y conectividad

Se centra en el diseño, programación y desarrollo del sistema de información soportado en software libre y cumplir las funciones de gestión, mantenimiento y seguridad de los recursos además de la protección de la información. La utilización de las herramientas de software libre se justifica por la amplia base de conocimientos existentes en lenguaje de programación para Web PHP, preprocesador de hipertexto. Herramienta en la cual se fundamenta la programación del eje principal del sistema de información propuesto.

El preprocesador de hipertexto es un lenguaje que es utilizado por el servidor, antes de ser despachado por el servidor web, y además incluye funciones integradas para la gran mayoría de los manejadores de bases de datos, entre las cuales se encuentra el motor de bases de datos MySQL, que es ampliamente soportado, favoreciendo la posibilidad de atender requerimientos de computadores, cuyos únicos dos requisitos son: estar conectados a la Intranet y permitir ejecutar un navegador.

Las herramientas seleccionadas, conjuntamente con el uso del servidor Web Apache - el servidor más utilizado en Internet - resume un sólido conjunto de herramientas para la producción de un sistema de información de alta eficiencia, que pueda soportar múltiples consultas con un alto desempeño a un bajo costo. Las herramientas están integradas en el sistema operativo Linux, el cual presenta la ventaja económica de ser desarrollado en su totalidad por software libre.

En el diseño de los servicios web se aplican los principios, normas, metodologías, técnicas y herramientas de la Ingeniería del Software de Sistemas Web (Pressman, 2001). Concretamente, se utiliza en el diseño la notación UML. Además, se tienen en cuenta las recomendaciones de diseño ergonómico de páginas y servicios Web establecidos por el consorcio WC3 (2002) que da pautas para sistematizar y estandarizar aspectos como la arquitectura de servicios, el lenguaje de descripción y los requisitos de diseño.

4.4. Subsistema de Servicios de información

A partir del estudio de las mejores prácticas de servicios de información nacionales e internacionales, del análisis de las demandas de los usuarios internos y externos, la caracterización de las unidades de investigaciones y del proceso de socialización del prototipo presentado a los investigadores adscritos a los centros pilotos (Centro de investigación de la Comunicación y la Información (CICI), Centro de Estudios Geográficos (CEG) y el Centro de Documentación e Investigación Pedagógica (CEDIP) se proponen dos tipos de Servicios*:* Públicos a los cuales podrán acceder la comunidad universitaria y la comunidad en general y los privados diseñados para dar soporte a las actividades académicas y de investigación. Entre los **Servicios Públicos** se cuentan: Formación y desarrollo del investigador, Memoria científica y tecnológica de LUZ, Proyectos de investigación en desarrollo y finalizados, Directorio de centros de investigación, Directorio de investigadores, Investigación documental en Internet, Financiamiento a la investigación, Investigación para la sociedad, Noticias y eventos y Protección de investigaciones y derechos de autor.

Los **Servicios Privados** han sido diseñados para dar soporte a las actividades académicas y de investigación de los profesores adscritos a las unidades de investigación. Se prevén algunos servicios colaborativos entre investigadores, de manera de contribuir con la socialización del conocimiento. Se incluye entre otros:

– **Sitio del investigador**: Permite la interacción y la compartición de conocimiento entre los profesores/investigadores con sus estudiantes y la sistematización de los recursos informacionales de apoyo a sus proyectos de investigación. Contempla los siguientes módulos:
  - *Ficha del investigador:* Muestra información tanto personal como del desarrollo profesional del profesor.
  - *Cátedra electrónica:* Proporcionar al personal docente y de investigación un medio electrónico de almacenamiento y difusión de los contenidos curriculares, que incluye:
    - Programas de cátedra: Descripción/justificación, programa, metodología, bibliografía.
    - Recursos digitales: Documentos generados por la cátedra.
    - Enlaces recomendados.
    - Foros de discusión.
    - Calendario de actividades.
    - Contacto.
– *Biblioteca Virtual:* Contendrá documentos cautivos agrupados por categorías a criterio del profesor.
– *Sitios de Interés*: Muestra enlaces de interés y bases de dato relacionados con su perfil: cátedras dictadas, proyectos de investigación y actividades de extensión.
– *Administración de la cuenta*: A través de la cual el investigador podrá modificar su cuenta de usuario.

4.5. Subsistema de Calidad

El subsistema de gestión de la calidad del SIGEC tiene su soporte en el "sistema documental", en donde se registra no sólo las formas de operar el SIGEC, sino toda la información que permite el desarrollo de los procesos y la toma de decisiones. Aplicando el enfoque de procesos se logró la caracterización de las fases de la documentación y se indican los pasos para implementar el "sistema documental". La calidad se verifica a través del control de cambio de cada uno de los artefactos generados a través de la metodología (archivos ejecutables y documentos como: plan de desarrollo del sistema, glosario, visión del sistema, casos de uso, modelos del sistema, manual del usuario) y a través de la ejecución de las pruebas del sistema, permitien-

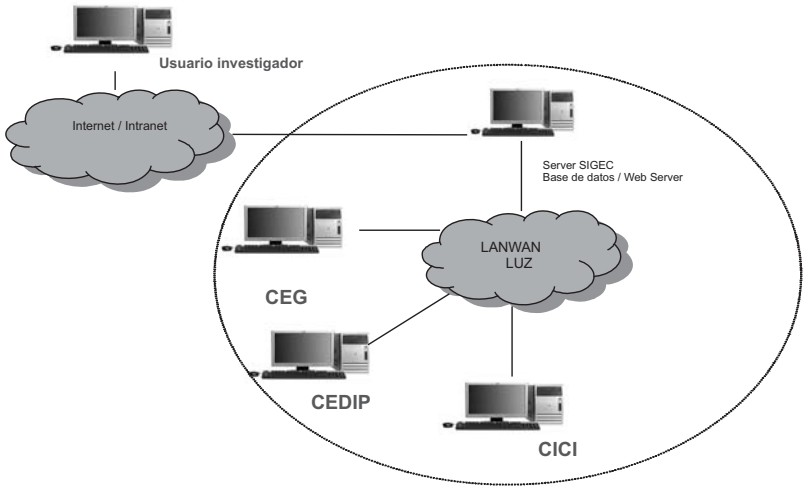
do verificar la calidad del software, tomando como base el estándar ISO 9126 (ISO, 2001) referente a los parámetros de evaluación del funcionamiento interno y externo del software.

5. Estructura de la Red

La red del conocimiento científico, soportada en las tecnologías telemáticas, va a permitir en una primera fase, no solo la comunicación, difusión y transferencia del conocimiento generado por las unidades de investigación de la Facultad de Humanidades y Educación, sino también la organización de la memoria científica de LUZ de mediante la incorporación progresiva del resto de las unidades de investigación.

De la coordinación del SIGEC emanarán directrices para la actuación de cada una de las unidades y para el seguimiento de los proyectos de investigación. Cada centro se constituye en una unidad de creación, producción, sistematización y transferencia del conocimiento generado, las cuales se soportaran en la tecnología Internet y la plataforma tecnológica de LUZ (red académica) y tendrá la facultad de incorporar, consultar y administrar los contenidos de su competencia (Figura 7).

Figura 7
Estructura de la Red del SIGEC



Fuente: Vílchez, G., 2006.

Los investigadores adscritos a los centros tendrán la responsabilidad de mantener actualizada la información relacionada con los avances y resultados de sus proyectos de investigación (conocimiento resultante del quehacer investigativo), perfil de los investigadores, para mantener al día su producción intelectual, proyectos y trabajos en desarrollo y la información actualizada en relación a sus sitios de interés.

Dada la heterogeneidad de las unidades de investigación (nodos del conocimiento), los mecanismos de coordinación y comunicación son vitales para el buen funcionamiento de la red. Y como soporte de la comunicación es necesario disponer de tecnologías de Internet que permitan la comunicación, el intercambio de información, difundir y proteger la información.

Una de las características resaltantes de este sistema, es la centralización desde un único punto de entrada (usando el concepto de "portal"), viene a ser una herramienta que crea un espacio para mantener y comunicar el conocimiento generado por las unidades de investigación e investigadores adscritos a este servicio dentro del ámbito de la Universidad del Zulia.

Estos servicios están pensados para ser administrados por el propio sistema de información, de forma de dar independencia sobre el control de todos los sitios creados, y que la fuente de ingreso de dicha información sean los propios entes que la generan (unidades de investigación e investigadores). Este esquema de actuación mantiene actualizada la información presentada al público en general y a los investigadores, y crea un dinamismo entre los entes participantes, lo cual beneficia a la comunidad que utiliza los servicios.

Una característica resaltante de este proyecto, es que cada unidad de investigación podrá contar con las herramientas y apoyo necesario para publicar su información y producción, usando para ello plantillas de fácil acceso, sin dejar a un lado su propia "personalidad", es decir, la flexibilidad de darle a cada unidad de investigación la posibilidad de configurar el sitio según su naturaleza.

6. Conclusiones y reflexiones finales

El SIGEC, como sistema de apoyo a la gestión del conocimiento requiere de una estructura organizativa que garantice la permanencia de la red y su evolución permanente en el tiempo, además de crear mecanismos eficientes para la captura, procesamiento, difusión y transferencia del conocimiento científico generado por sus unidades de investigación.

La estructura propuesta requiere la participación activa y el compromiso de las autoridades universitarias y la participación de los investigadores en los procesos de sistematización del conocimiento.

Hasta ahora la gerencia universitaria ha dado más importancia a la adquisición de tecnología que al desarrollo de contenidos y de sistemas de información integrados, sin ningún tipo de articulación de los procesos de desarrollo tecnológico y los procesos de gestión de contenidos.

El énfasis ha estado en la producción del conocimiento, y no en la sistematización del mismo. Prueba de ello es la inexistencia de programas, planes o políticas para la organización y representación del conocimiento en consecuencia se deben definir políticas de información que involucren a los diferentes actores del sector informacional y comunicacional con una visión a largo plazo para crear mecanismos eficientes para la captura, procesamiento y difusión de la información y el conocimiento generado en la universidad y desarrollar o adaptar tecnologías de información y comunicación que den soporte a la gerencia del conocimiento.

El desarrollo de la red soportada en un sistema de información va a permitir:

- Fortalecer el capital intelectual de las unidades de investigación, para generar conocimiento con pertinencia social y mostrar una comunidad científica integrada, a través de las redes internas (intranet) y a las más importantes redes del conocimiento universal, para asegurar su cohesión interna y su coherencia con el entorno, contribuyendo con el cumplimiento de su misión social.
- Mejorar los procesos de comunicación, difusión y transferencia del conocimiento generado desde las unidades productoras de conocimientos hacia las estructuras institucionales y sociales que requieren y necesitan de innovaciones y adecuaciones de desarrollos metodológicos, científicos y tecnológicos para su avance y progreso.

– Garantizar la organización de la memoria científica universitaria y la socialización de los saberes científicos y tecnológicos, los cuales forman parte del patrimonio científico universitario.
– Organizar y sistematizar los conocimientos generados mediante la utilización de sistemas lingüísticos de representación basados en los dominios de conocimiento de las especialidades temáticas de las unidades de investigación.
– Creación de un repositorio del conocimiento generado por la institución, y su debida administración.
– Mayores y mejores niveles de actualización de la información contenida en el portal, al tomar esta desde su fuente de generación.

Referencias

Alavi, Maryam y Leidner, Dorothy E. (1999). **Knowledge Management Systems: Emerging Views and Practices from the Field,** Proceedings of de 32nd Hawai International Conference on Systems Sciences.

Bueno Campos, Eduardo (2003). **Gestión del conocimiento en universidades y organismos públicos de investigación,** Madrid, Universidad Autónoma de Madrid, disponible en: http://www.uniknow.bs.ehu.es/cgs/content/docs/EduardoBueno.pdf (Consulta: 2006, marzo 05).

Chou, Shih-Wei (2003). Computer systems to facilitating organizational learning: IT and organizational context**,** en: **Expert Systems with Application**, Vol. 24 Nº 3 pp-273-280.

Davenport, Thomas y Prusak, Laurence (2001). **Conocimiento en acción: Cómo las organizaciones manejan lo que saben**, Buenos Aires, Prentice Hall.

Drucker, Peter (1996). **La Organización basada en la Información,** Bogotá, Editorial Norma.

International Organization form Standarization, ISO (2001). **Software Engineering-Product Quality-Part 1: Quality model**. ISO/IEC 9126-1: 2001.

International Organization form Standarization, ISO (1986). **Guidelines for the establishment and development of monolingual thesauri:** ISO 2788 1986 (E).

Meroño, Ángel Luis (2005). **Tecnologías de información y gestión del conocimiento: Integración en un sistema**, disponible en: http://dialnet.unirioja.es (Consulta: 2007, marzo 16).

Moreiro, José A. y Marzal, Miguél A. (2001). "Modelos teóricos y elementos funcionales para el Análisis de Contenido Documental: Definición y Tendencias", En: **Investigación Bibliotecológica**, Vol. 15 Nº 31.

Moscoso, Purificación (2003). La nueva misión de las bibliotecas universitarias ante el Espacio Europeo de Enseñanza Superior, Jornadas REBIUN, Palma de Mallorca, 7-9 de mayo de 2003, disponible en: http://biblioteca.uam.es/documentos/Jornadas_REBIUN/4%20-%20nueva_mision_bibliotecas.pdf (Consulta: 2007, abril 10).

Nonaka, Ikujiro y Takeuchi, Hirotaka (1998). **The knowledge –creating company: how japanese companies create the dynamics for innovation**, New York, Oxford University Press.

O´Dell, Carla y Grayson, Jack (1998). **If only we knew what we know: The Transfer of Internal Knowledge and Best Practice,** New York, Free Press.

Páez, Iraset (1992). **Gestión de la inteligencia, aprendizaje tecnológico y modernización del trabajo informacional: retos y oportunidades**, Caracas, Universidad Simón Bolívar, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas.

Portillo de Hernández, Ruby (2001). **La gestión del conocimiento en las unidades de investigación universitarias,** tesis doctoral presentada para optar al título de doctora en ciencias gerenciales. Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín, Decanato de Investigación y Postgrado, Venezuela.

Portillo de Hernández, Ruby (2000). **La Gerencia del Conocimiento en la Organización Universitaria**, trabajo de Ascenso presentado para optar a la categoría profesora Titular. Universidad del Zulia. Venezuela.

Pressman, Roger S. (2001). **Ingeniería del Software. Un enfoque práctico,** Nueva York, 5ª edición, Mc Graw-Hill.

Rational Software –IBM (2001). **Product: Racional Software Corporation.**

Ulrich, Frank (2002). "Estructuras multicapas en los sistemas de gestión del conocimiento" En Stuart Barnes (Ed.) **Sistemas de gestión del conocimiento: Teoría y Práctica**, (pp. 97-111), Madrid, Editorial Thompson.

Van Slype, George (1991). **Los lenguajes de indización: Concepción, construcción y utilización en los sistemas documentales.** Traducción del francés por Pedro Hípola, Felix de Moya, Madrid, Pirámide.

W3C (2002). **The Web Services Description Working Group. "Web Services Description Requirements"** Working Draft 2002-10-28, disponible en: http://www.w3.org/2002/ws/ (Consulta: 2007, junio 16).

QUÓRUM ACADÉMICO
Vol. 4, Nº 1, enero-junio 2007, pp. 72 - 86
Universidad del Zulia • ISSN 1690-7582

La posmodernidad televisiva y la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. Caso: Escuela de Comunicación Social de LUZ*

Johandry Hernández*

Resumen

El objetivo del siguiente artículo es analizar el grado de conocimiento de los profesores y estudiantes de los últimos semestres del Departamento Audiovisual de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia sobre la Producción Nacional contemplada en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión. El estudio se fundamenta en los aportes teóricos de Barbero y Rey (1999), Lanz (2000), Miliband (1997) y Barber (1984). Se seleccionó una muestra de 20 profesores y 30 estudiantes del Departamento de Audiovisual. Se diseñó un cuestionario para medir las variables de estudio. Los resultados muestran poco conocimiento sobre el tema. Se concluye que la falta de compromiso agudiza la incertidumbre de no saber si se producirán cambios reales, orientados a establecer un nuevo modelo de televisión en el país con la contribución de la academia.

Palabras clave: Producción nacional, responsabilidad social, posmodernidad televisiva, participación y ciudadanía.

Recibido: 13/04/07 • Aceptado: 04/06/07

* Este artículo fue el resultado de un estudio hecho en la cátedra Técnicas de Investigación aplicadas a la Comunicación, bajo la tutoría de la doctora Ana Irene Méndez, investigadora adscrita al Centro de Investigación de la Comunicación e Información (CICI).

** Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia, Departamento de Periodismo Impreso. Facultad de Humanidades y Educación.
Correo electrónico: johandryhernandez@hotmail.com.

Postmodern television and the Radio and Television Social Responsibility Law. A case study of the School of Mass Communication at LUZ

Abstract

This article aims to analyze the knowledge level of university professors and senior year students regarding the national production dispositions contained in the Venezuelan Radio and Television Social Responsibility Law. The study is based on Barbero and Rey (1999), Lanz (2000), Miliband (1997) and Barber (1984) theoretical contributions. A sample of 20 professors and 30 students of the Audiovisual Department, School of Social Communication of the University of Zulia Department was selected. A questionnaire was designed to measure the study variables. Results show that there is little knowledge about the topic. It is concluded that the lack of commitment makes worse the uncertainty of not knowing about the changes that are taking place, which in turn are oriented to establish a new television model; thereby, the sample ignores the contribution the academy can make to this process.

Key words: National production, social responsibility Law, postmodern television, participation and citizenship.

Introducción

Este trabajo parte de la preocupación por buscar formas concretas de superar la involución de la televisión como una entidad de las distorsiones sociales. Se apela al discurso de la posmodernidad televisiva para asumir su posible y verdadera transformación, enmarcada en un nuevo paradigma cultural. Tal corriente de pensamiento debe establecer otras entradas comprensivas a los problemas cotidianos, otras maneras de confrontar públicamente los asuntos que conciernen a los ciudadanos (Martín y Rey, 1999:54), y así refundamentar los presupuestos axiológicos y culturales de la sociedad actual.

A la luz de la aprobación de la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, se plantea la posibilidad de aprovechar las oportunidades que brinda este instrumento legal, en lo referido a la Producción Nacional, como una vía posible para propiciar un cambio a largo plazo en la televisión del país, al vincularla con conceptos de participación y ciudadanía.

La posmodernidad televisiva debe recurrir a un movimiento de des-construcción y desenmascaramiento de la razón ilustrada como respuesta al proyecto modernista y su consiguiente fracaso, y que esa desconstrucción expresa: a) un rechazo ontológico de la filosofía occidental, b) una obsesión epistemológica con los fragmentos y fracturas y c) un compromiso ideológico con las minorías (Epstein, 2004:88).

La Producción Nacional y la viabilidad del cambio

Lechner (2000:102) afirma que las identidades colectivas han perdido su anclaje material y simbólico; su lugar es ocupado por una retracción y un individualismo negativo. En gran parte, ese síntoma se le atribuye a la televisión. El resultado se traduce en una desorientación e incapacidad para manejar lo local con una visión de país.

La reorganización de la televisión y su adaptación al discurso posmoderno pasa por la instauración de formas novedosas de organización mediática. Miliband (1997) propone tres formas diferentes de clasificación. En primer lugar, habría un sector público en el que los organismos del Estado controlarían y manejarían el mundo de la radio y la televisión con alto grado de autonomía. En segundo lugar, habría un amplio sector cooperativo constituido por periodistas y otros miembros de escuelas, universidades y otros grupos, que se autofinancien pero que también pueda recibir subsidios. Y en tercer lugar, habría un sector privado, con límites estrictos en cuanto a lo que un individuo o una compañía podrían poseer, para evitar la monopolización, y por ende, la reducción de la libertad de expresión.

Esta estructura "reforzaría también el papel de los medios de comunicación como influencia educativa e ilustradora, y fomentaría una política de la verdad en la difusión y la discusión de los asuntos públicos (...) esto coadyuvaría a que se convirtiesen en aliados valiosos en la mejora de la civilidad democrática" (Ídem, 109).

Barber (1984:234) plantea la instauración de una Comunicación Cívica y Cooperativa que trabaje sobre los siguientes lineamientos: experimentación con formas innovadoras de televisión cívica, desarrollar normas para las discusiones regionales y nacionales, asambleas de ciudadanos para el acceso público e institucional, redes y otras formas de interacción pública y el establecimiento de normas para videos conferencias de eventos cívicos y de actividades públicas.

Las propuestas de establecer un nuevo orden comunicacional en Venezuela se basan en el predominio de la Producción Nacional en la programación de los medios de comunicación social.

La Ley delinea el concepto de Producción Nacional y determina explícitamente los aspectos que la involucran. El artículo 13 se dedica completamente a estipular los parámetros a cumplir para desarrollar este tipo de propuestas. En primer lugar, se explica que una producción nacional puede ser un programa de televisión variado, un corto de publicidad, un documental o una pieza de ficción, en cuya creación, dirección, producción y posproducción se puedan constatar la presencia de los siguientes elementos: capital venezolano, locaciones venezolanas, guiones venezolanos, autores venezolanos, directores venezolanos, personal técnico venezolano y valores de la cultura venezolana.

El cumplimiento de esas disposiciones debe ser superior al 70% para poder considerarse como una producción nacional. En segundo lugar, para que alguien pretenda ser un productor nacional independiente, debe inscribirse en el registro que controla la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel) y cuyas producciones hayan sido creadas de forma independiente. No obstante, también se cumplirán los siguientes requerimientos: estar residenciado en el país, no ser accionista, en forma personal ni por interpuesta persona, de algún prestador de servicios de radio o televisión; no ser accionista de personas jurídicas que a su vez sean accionistas, relacionados o socias de algún prestador de servicios de radio o televisión; no ocupar cargos de dirección o de confianza, de acuerdo con la Ley Orgánica del Trabajo, en algún prestador de radio o televisión; declarar si mantiene relación de subordinación con algún prestador de servicios de radio o televisión; no ser funcionario de alguno de los órganos y entes públicos.

Esas instrucciones garantizan que las producciones audiovisuales respondan a las intenciones individuales o grupales sin que medien las presiones de cualquier sector mediático. No se avizora algún elemento

que limite la selección de algún tópico en específico ni tampoco alguna intención o ideología determinada. La ausencia de vínculos con sectores mediáticos puede constatarse en este artículo cuando estipula que no debe existir ningún tipo de relación con algún prestador de servicio de radio y televisión. Así pues, a los ciudadanos interesados en adelantar sus propuestas les corresponde ejercer su derecho a participar en el establecimiento de un sector audiovisual nacional que cubra los severos vacíos de la televisión venezolana.

A efectos de vigilar y coordinar tales disposiciones, la Ley crea la figura del Directorio de Responsabilidad Social, una instancia conformada por el Director General de Conatel, un representante del Ministerio de Comunicación e Información, del Ministerio de la Cultura, del Ministerio de Educación y Deportes, del organismo con competencia en materia de protección al consumidor, del Consejo Nacional de los Derechos del Niño y del Adolescente, del Instituto Nacional de la Mujer, de las iglesias, dos representantes de las organizaciones de usuarios inscritos en Conatel y un representante de las escuelas de comunicación social de las universidades nacionales.

El Directorio de Responsabilidad Social funciona como una plataforma comunicacional en la que tanto el Estado como la ciudadanía podrán dirigir solicitudes, atender reclamos y provocar un reordenamiento de los servicios de radio y televisión. Entre unas de sus funciones más importantes están las señaladas en el numeral 5 del artículo 20, que reza: "Aprobar la erogación de recursos del Fondo de Responsabilidad Social".

El Fondo de Responsabilidad Social se encargará de administrar los recursos financieros provenientes de la contribución parafiscal, los aportes a título de donación que haga cualquier persona natural o jurídica, las multas impuestas de conformidad con la Ley, los intereses que se generen por los depósitos y colocaciones. Esos recursos estarán destinados a la financiación de proyectos para el desarrollo y fomento de la producción nacional, de capacitación de productores nacionales de obras audiovisuales, de educación para la recepción crítica de los mensajes difundidos por los medios de comunicación, y la investigación relacionada con la comunicación, tal como lo establece el artículo 24.

Justo en este punto es donde puede entenderse el alcance y la principal bondad de la Ley: involucrar a la sociedad organizada, a las escue-

las de comunicación social, a las instituciones educativas, científicas y culturales en el ejercicio real de sus virtudes ciudadanas.

Procedimiento metodológico

La investigación se fundamenta en los aportes teóricos de autores latinoamericanos como Martín Barbero y Rey (1999), Lanz (2000), conjuntamente con los de Miliband (1997) y Barber (1984), quienes relacionan la posibilidad de una televisión posmoderna con conceptos de participación ciudadana, para estructurar y diseñar medios de comunicación que atiendan a su función socializadora e integradora.

A su vez, se consideran los postulados de Morales y Parra (2005) y Buarque (2003) para incorporar al estudio el rol de la universidad dentro de ese discurso y su compromiso para adelantar esos cambios, por considerarse una institución cuya misión principal es producir conocimientos para la orientación social.

Se contempla también un análisis interpretativo de la Ley de Responsabilidad Social, enfocado básicamente en lo relativo a la Producción Nacional y a las oportunidades que brinda para impulsar y promover la ejecución de proyectos en la industria audiovisual del país.

En ese sentido, las preguntas de investigación se centran en medir el grado de conocimiento sobre la Producción Nacional, contemplada en la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, de los profesores y alumnos de los últimos semestres del Departamento de Audiovisual de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia , con el fin de propiciar el aprovechamiento futuro de sus ventajas, en cuanto a la planificación y desarrollo de producción de material audiovisual nacional de carácter independiente. Éste constituiría un primer paso, un efecto primario para asumir el discurso posmoderno de la televisión.

Con ese propósito, se diseñó un cuestionario para medir la relación entre las variables de estudio, que a su vez, permitió la construcción de una base de datos y su posterior tratamiento estadístico mediante el programa informático SPSS. Para la muestra de este trabajo se seleccionaron a 20 de los 22 profesores del Departamento de Audiovisual de la Escuela de Comunicación Social y se escogieron aleatoriamente a 30 estudiantes de la mención Periodismo Audiovisual, cursantes de los últimos semestres (octavo, noveno y décimo) para una muestra total de 50 personas.

Los resultados de esta investigación pueden constituirse en una posibilidad de propiciar un debate en las escuelas de comunicación del país para discutir e impulsar los cambios, para construir una televisión plural, tal como la plantean los autores citados en este trabajo.

Análisis de los resultados

Para el estudio del grado de conocimiento sobre Producción Nacional se indagó sobre tres categorías de análisis: a) cuáles requisitos debe reunir un trabajo audiovisual para que sea considerado como de Producción Nacional, b) si están al tanto de la existencia de un Fondo de Responsabilidad Social, y c) cuáles organismos pudieran brindar asesoramiento o financiamiento para adelantar un proyecto audiovisual. Una vez aplicado el tratamiento estadístico a la muestra escogida se pudieron constatar los siguientes resultados:

a) Requisitos para producción nacional

Todas las preguntas se basaron en lo establecido en el artículo 13 de la Ley. Se acota que en las categorías a y b se incluyeron respuestas falsas en un universo de 10 alternativas cada una, para que el encuestado hiciera su selección.

Al consultar cuáles requisitos debía reunir una producción para ser considerada como nacional, 60% de los profesores cree que sí debe haber capital venezolano frente a un 35% que dice que no y otro 5% que no sabe o no responde. Otro 55% se inclina por locaciones venezolanas, mientras que 40% piensa que no; 65% piensa que debe tener guiones venezolanos, otro 65%, autores venezolanos, y también 65%, por directores venezolanos; en contraposición, un 30% dice que no a las tres alternativas anteriores, ligado a un 5% que no sabe o no responde.

En el caso de los artistas venezolanos y técnicos venezolanos, 50% de profesores cree que sí en cada opción respectiva, mientras que un 45% establece que no y un 5% no sabe o no responde. Hay mayor claridad en cuanto a los valores venezolanos, pues un 70% piensa que sí deberían estar presentes en una producción, mientras que un 25% piensa que no y un 5% no sabe o no responde.

Tabla 1
Requisitos para que una producción sea considerada como nacional

		Capital venezolano	Locaciones venezolanas	Guiones venezolanos	Autores venezolanos	Directores venezolanos	Artistas venezolanos	Técnicos venezolanos	Valores venezolanos
Profesores	Sí	60%	55%	65%	65%	65%	50%	50%	70%
	No	35%	40%	30%	30%	30%	45%	45%	25%
	Ns/Nr	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%	5%
Alumnos	Sí	50%	77%	53%	80%	63%	53%	44%	66%
	No	50%	23%	47%	20%	37%	47%	56%	34%
	Ns/Nr	—	—	—	—	—	—	—	—

Fuente: Hernández, J. (2007).

Como se ha explicado, la Ley establece que deben estar presentes las ocho categorías anteriores en más de un 70% para ser considerada como una Producción Nacional. A pesar de que la mayoría de los profesores optó por incluirlas a todas, la variación de las cifras en algunos de los requisitos, tales como capital venezolano, locaciones venezolanas, guiones venezolanos y directores venezolanos, muestra que no hay suficiente claridad en cuanto a qué debe haber y qué no en una producción para considerarse como nacional. Se constata que no hay suficiente claridad sobre los requisitos que debe reunir un proyecto audiovisual para considerarse como producción nacional.

Por su parte, los estudiantes afirman en 50% que debe haber capital venezolano y otro 50% dice que no; 77% se inclina por las locaciones venezolanas y 23% la rechaza. En el caso de los guiones venezolanos, 53% piensa que sí, mientras 47% opina que no. Para los autores venezolanos, 80% cree que deben estar presentes y 20% opta por decir que no. La categoría de directores venezolanos obtuvo 63% a favor, 37% que piensa que no deben estar presentes necesariamente. Para los artistas venezolanos las cifras demuestran que 53% opina que sí y 47% que no, pero los valores se invierten en el rango de los técnicos venezolanos, pues 44% cree que deberían estar presentes y un 56% dice que no. Al igual que en el caso de los profesores, los valores venezolanos también obtuvieron un porcentaje superior en cuanto a los que 66% piensa que deben estar presentes frente a un 34% que opina que no.

Con estos resultados se usa el mismo criterio de los profesores. Es interesante ver que en el caso del capital venezolano, los resultados se parten a la mitad, seguidos muy de cerca de artistas venezolanos, donde la proporción fue de 53% frente a 47%. Esto reafirma el desconocimiento de los alumnos sobre el tema.

b) Fondo de Responsabilidad Social

Siguiendo con la variable conocimiento, se les preguntó a estudiantes y docentes si sabían algo sobre el Directorio de Responsabilidad Social y el Fondo de Responsabilidad Social. Los resultados fueron los siguientes: 20% de los profesores alega que sabe mucho, 55% poco, 15% casi nada y 10% no sabe nada. En el caso de los estudiantes, el desconcierto y el desconocimiento son mayores: 40% dijeron que saben poco, 33% casi nada y 27% no sabe nada.

Tabla 2
¿Qué tanto sabe sobre el Directorio de Responsabilidad Social y el Fondo de Responsabilidad Social?

	Mucho	Poco	Casi nada	Nada
Profesores	20%	55%	15%	10%
Alumnos	—	40%	33%	27%

Fuente: Hernández, J. (2007).

Estos resultados muestran que docentes y alumnos no tienen información sobre esas dos dependencias de Conatel, que se encargan de ofrecer financiamientos para iniciativas de concreción de proyectos audiovisuales.

Nótese que 80% sabe entre poco, casi nada o nada sobre el Directorio de Responsabilidad Social y el Fondo de Responsabilidad Social. Una clara deficiencia si se toma en cuenta que estas dos instancias constituyen un aspecto clave para desarrollar y promover -por medio del financiamiento- producciones nacionales independientes, además se ignora este aspecto tan novedoso en la legislación sobre el área en Venezuela.

En el caso de los estudiantes, 77% dijo que sabe poco o casi nada sobre el Directorio de Responsabilidad Social y el Fondo de Responsabilidad Social, frente a un 27% que no sabe nada al respecto. Se muestran así otros indicios de que no hay conocimientos firmes sobre Producción Nacional, desde el punto de vista normativo, legal.

c) Organismos que otorgan asesoramiento y financiamiento

Para hacer una comparación con esos resultados, se les consultó sobre los posibles organismos que pudieran brindar algún tipo de asesoramiento o financiamiento para un trabajo o proyecto de producción nacional. Ha de aclararse que según lo estipulado en la Ley, la instancia encargada de tales misiones es el Fondo de Responsabilidad Social por la intermediación del Directorio de Responsabilidad Social, tal como se explicó anteriormente. No quiere decir que otras instituciones no procuren objetivos similares, sino que a efectos de un tema tan específico como la Producción Nacional, la Ley establece un mecanismo de apoyo real y concreto para quienes se interesen en esa área.

Los resultados obtenidos en esta categoría se muestran a continuación: en el caso de los profesores, 60% dice que el Minci puede brindar

asesoramiento y financiamiento a proyectos audiovisuales y 40% dice que no. Sucesivamente, 85% se inclinó por el Conac, frente a 15% que no; 25% dice que el Minfra y 75% que no; las alcaldías 50% que sí y 50% que no; el Conicit 45% sí y 55% no; tanto el Banco Industrial como Conatel tuvieron la preferencia del 55% cada uno, frente a 45% que no cree que esos organismos pudieran brindar algún tipo de soporte o ayuda. La Gobernación del estado Zulia obtuvo 35% sí y 65% no. Las estaciones de radio y TV también pudieran financiar trabajos de este tipo según el 55%, frente a 45% que dice que no. Fundacite alcanzó 60% para el sí y 40% para el no.

En el caso de los estudiantes, los resultados fueron parecidos: en el caso del Minci, pues 50% cree que sí y 50% que no, 36% piensa que el Conac y 64% que no, 100% no cree que el Minfra pudiera prestar algún tipo de ayuda. En el caso de las alcaldías, las cifras son semejantes a las del Minci, ya que 50% dice que sí y otro 50% que no. El Conicit fue la instancia menos escogida, porque 4% dijo que sí y 96% no. El Banco Industrial obtuvo 24% para el sí y 76% para el no. En ese orden de ideas, el 36% piensa que Conatel pudiera proporcionar financiamiento, frente a 64% que dijo que no. La Gobernación arrojó un 44% por el sí y un 56% por el no. Las estaciones de radio y TV 40% y 60% y Fundacite alcanzó el 20% para los que opinan que sí y 80% para los que piensan contrariamente.

Tabla 3
Organismo para brindar financiamiento o asesoramiento

	Profesores		Alumnos	
	Sí	**No**	**Sí**	**No**
Minci	60%	40%	50%	50%
Conac	85%	15%	36%	64%
Minfra	25%	75%		100%
Alcaldías	50%	50%	50%	50%
Conicit	45%	55%	4%	96%
Banco Industrial	55%	55%	24%	76%
Conatel	55%	45%	36%	64%
Gobernación	35%	65%	44%	56%
Estaciones de Radio y TV	55%	45%	40%	60%
Fundacite	60%	40%	20%	80%

Fuente: Hernández, J. (2007).

Esta pregunta incluyó también categorías falsas, como Conac, Minfra, las alcaldías, Conicit, el Banco Industrial, la Gobernación del estado Zulia, las estaciones de radio y televisión y Fundacite. Los profesores creen que todas esas instituciones pueden brindar asesoramiento o financiamiento si se tienen intenciones de adelantar un proyecto de tipo audiovisual, a excepción de Conicit, Minfra y la Gobernación. De resto, las demás, agregando las verdaderas como Minci y Conatel, obtuvieron más del 50%. Hay, de esta forma, correspondencia de estos resultados con los de la Tabla 2, sobre el Directorio y Fondo de Responsabilidad Social. Como no hay certidumbre en que tales instancias existen y que tienen el propósito por ley de financiar cualquier iniciativa en producción, entonces por eso se inclinaron por otras alternativas.

Lo mismo ocurre en los estudiantes, pero más ostensiblemente. De las alternativas presentadas, sólo creen que el Minci y las alcaldías pueden brindar apoyo monetario. Las demás fueron descartadas, incluso, Conatel, ya que 64% de estudiantes que piensa que no proporciona ayuda. Se revela que ni alumnos ni profesores tienen conocimientos firmes sobre la Producción Nacional, contemplada en la Ley de Responsabilidad en Radio y Televisión.

Conclusiones

El estudio teórico y el análisis de los resultados de la investigación, permiten establecer las siguientes conclusiones:

1. La Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión ofrece posibilidades reales para propiciar una transformación de la televisión en el país, guiada por los postulados de posmodernidad televisiva esbozados por autores como Barbero y Rey (1999), Lanz (2000), Miliband (1997) y Barber (1984) y cuya propuesta es retomada en este trabajo.

2. Se debe apostar al éxito de este documento legal, sin obviar sus aspectos criticables, que los tiene. Pero, en este momento lo apremiante se centra en propiciar la evolución de la televisión para sumergirla en una nueva etapa, en la posmoderna, sin olvidar que cuando un cambio suscita un cierto debate es porque toca aspectos relacionados con el equilibrio del poder inmediato.

3. El advenimiento de la pluralidad mediática es posible gracias al apoyo (legal y de financiamiento) por parte de la Ley, con lo que la producción de material audiovisual independiente y nacional garantiza "una comunicación libre y plural (...) y podrá aprovecharse para disponer de espacios para la divulgación de programas educativos, informativos, de opinión que favorezcan el bienestar y el desarrollo de la sociedad" (Morales y Parra, 2005: 470).

4. Se deben explorar maneras novedosas y democráticas formas de participación social en la elaboración y conformación de una televisión plural, en la que se prevea una ciudadanía atenta a los desarrollos de la cosa pública.

5. En ese sentido, la Producción Nacional pueden enrumbarse y enfocarse como una actividad que involucra la creación de propuestas audiovisuales y de producción de material artístico, que refleje todo el potencial intelectual, técnico y cultural que hay en el país.

6. Aunque la Ley tiene poco tiempo de aprobada, la investigación se enfocó en medir el grado de conocimiento sobre la Producción Nacional y su vinculación con el cambio programático de las materias, como una manera de adelantar los primeros pasos para la consecución de una mejor televisión en el futuro, en la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia. Sin embargo, los resultados no son alentadores, pero hay indicios positivos.

7. Hay poco conocimiento sobre: Producción Nacional, los requisitos que debe poseer un trabajo audiovisual para que lleve ese sello, y los requerimientos que debe reunir una persona para convertirse en un productor nacional independiente.

8. La mayoría tampoco conoce nada sobre el Directorio de Responsabilidad Social y el Fondo de Responsabilidad Social, que son las instancias que se encargaran de hacer efectivo el heterocontrol en los medios y el financiamiento de propuestas audiovisuales. Por eso, no hay claridad en cuanto a qué organismo u institución pudiera brindar ayuda o asesoramiento para tal propósito.

9. Esos resultados son preocupantes, porque si se pretende crear un cambio en la televisión y en los medios en general, y no se conocen aspectos tan puntuales como conocer sobre Producción Nacional y las innovaciones y las alternativas que facilitan la Ley al respecto, entonces no

se podrán vincular los conceptos de participación y ciudadanía con televisión posmoderna. No pasaría nada, todo quedaría igual.

10. El camino que se vislumbra en el futuro es de incertidumbre: no hay indicios de que, por el hecho que la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión contemple vías para auspiciar una televisión modeladora de ciudadanía, se vayan a producir cambios reales, concretos. Sírvase, pues, este trabajo para inducir a una profunda reflexión y a un amplio debate que promueva la posibilidad de darle forma -al menos desde la academia- al discurso de la posmodernidad televisiva. Ése es el reto futuro: ver si hay capacidades de hacerlo o si por el contrario, se imponga, como siempre, la pasividad y el letargo ciudadano y académico.

Referencias

Barber, Benjamin (1984). **Strom Democracy. Participatory Politics for a New Age**, California, University of California.

Epstein, Mikhail (2004). "Lo hiper en la cultura del siglo XX: la dialéctica de la transición del modernismo al posmodernismo", **Quórum Académico** 1 (2): 83-105.

Lanz, Rigoberto (2000). "Pensar la ciudadanía después del fin de la política", **Relea** 11:123-138.

Lechner, Norbert (2000). "Desafíos de un desarrollo humano: individualización y capital social". En Bernardo Klisberg y Luciano Tomassini (Comp.), **Capital social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo,** (pp. 101-127), Argentina, Fondo de Cultura Económica, BID.

Martín-Barbero, Jesús y Rey, Germán (1999). **Los Ejercicios del ver. Hegemonía Audiovisual y Ficción televisiva,** Barcelona, Gedisa.

Martín-Barbero, Jesús (2002). "Tecnicidades, identidades, alteridades: des-ubicaciones y opacidades de la comunicación en el nuevo siglo", **Diálogos de la Comunicación**, 64: 8-23.

Miliband, Ralph (1997). **Socialismo para una época de escépticos**, México, Siglo XXI.

Morales, Elda (1999). "La Acción Comunicativa de Jürgen Habermas: Modelo Teórico y Proyecto Emancipador", **Utopía y Praxis Latinoamericana**, 4 (6): 67-81.

Morales, Elda y Parra Luz Neira (2005). "Los retos de la ciudadanía a los medios de comunicación social y a la formación profesional del comunica-

dor. Venezuela: Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión", **Espacio Abierto,** 14 (3): 459-471.

República Bolivariana de Venezuela (2004). **Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión**, Caracas, Imprenta Nacional.

Ensayos

QUÓRUM ACADÉMICO
Vol. 4, Nº 1, enero-junio 2007, pp. 89 - 99
Universidad del Zulia • ISSN 1690-7582

La Universidad del siglo XXI y la Formación en Comunicación*

Elda Morales Aldana** y Luz Neira Parra*

Resumen

En este trabajo se analiza en el contexto de la universidad venezolana del siglo XXI, la formación profesional de los comunicadores sociales frente a los cambios culturales, sociales y políticos que se producen en el país y en América Latina. Como referente teórico se han revisado las propuestas de los investigadores latinoamericanos sobre la enseñanza de la comunicación. Otro antecedente que orienta estas reflexiones es el resultado de un análisis comparativo de la oferta curricular de los programas de pregrado en comunicación social de Venezuela. Finalmente se concluye que: no existe un proyecto de formación que se sustente en un perfil profesional del comunicador social comprometido con su sociedad, con un claro componente ético, estético, político y ciudadano fundamentales para profundizar la democracia.

Palabras clave: Universidad, formación del comunicador social, perfiles profesionales, oferta académica.

Recibido: 11/04/07 • Aceptado: 30/05/07

* El trabajo es una versión revisada de la Conferencia presentada en el 1er. Congreso Venezolano de Investigadores de la Comunicación, Margarita-Venezuela, del 23-26 de mayo de 2007.

** Profesora Titular de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia. Doctora en Ciencia Política. Correo electrónico: emorales16@cantv.net.

*** Profesora Asociada de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia. Mg. en Desarrollo Social, cursa estudios en el Programa de Doctorado en Ciencias Sociales de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, LUZ. Correo electrónico: luzneira14@cantv.net.

The 21st. century university and the teaching in Communication studies

Abstract

This paper examines the context of the Venezuelan university of the 21st. century along with the vocational training of social communicants in relation with the cultural, social and political changes ocurring in the country and in Latin America. Related theoretical proposals on the teaching of communication by Latin American investigators have been revised. Another antecedent guiding these reflections is the result of a comparative analysis of the curricular offer of the Venezuelan undergraduate programs in social communication. It is concluded that it doesn't exist a formation project sustained in a professional profile of committed social communicants, with clear ethical, aesthetic, political components, which are fundamental to deepen democracy.

Key words: University, social communicant formation, professional profile, academic offer.

Una oportunidad para pensar el futuro de la Universidad

Participamos en pensamiento y acción de un período histórico inédito en nuestro país. En medio de una profunda recomposición de los modos de pensar la política, la relación Estado-ciudadano, la cultura y las instituciones en general, no podemos eludir la responsabilidad de interpretar cabalmente las dimensiones de una nueva realidad social que emerge, frente a las contradicciones propias de la radicalización de los cambios sociales en curso. Esto implica ensayar no sólo nuevos referentes y códigos de interpretación de esa realidad sino originales modalidades de participación en la reconstrucción del tejido social por mucho tiempo fragmentado y ausente del diálogo público político.

Este proceso de cambios enfrenta la resistencia de ciertos sectores sociales (medios de comunicación, organizaciones políticas y empresariales, iglesia, academia, gremios y asociaciones civiles), quienes no

comparten los objetivos del proyecto político que adelanta la actual gestión de gobierno.

La urgencia de las transformaciones en proceso interpela a la institución universitaria en sus valores y estructuras. Frente a estos retos la universidad ha enmudecido. Es pertinente preguntarse: ¿se produce hoy en la academia venezolana un debate profundo sobre los principios de un proyecto de revolución socialista?

La reflexión anterior tiene un doble propósito: 1) Exaltar los valores humanistas del conocimiento que debe producir la universidad, lo que implica impulsar la pluralidad de ideas, la diversidad y consistencia de los fundamentos teóricos, garantizar la transparencia y el respeto para gestar el diálogo público en respuesta a las demandas del contexto social. Si hay un logro que pueda derivarse de este proceso es que el debate en el marco de plenas libertades sociales y políticas vuelva a su escenario natural: la universidad; 2) Nadie puede pretender que los argumentos sean homogéneos, que no existan diferencias de posiciones frente al proyecto de sociedad que aspiramos. Las transformaciones en las estructuras sociales y en los sistemas políticos no se producen en condiciones de paz social, de equilibrio y de orden, al contrario son el resultado de extremas contradicciones. "*Un proyecto de democracia radical y plural, requiere la existencia de multiplicidad, de pluralidad y de conflicto, y ve en ellos la razón de ser de la política"* (Mouffe, 1999:39).

Lo que sí debe preocuparnos y nos debe mantener alertas es que nuestro quehacer académico ampara y legitima un proyecto de universidad en decadencia, incapaz de orientar en pensamiento y práctica a quienes desde la base del colectivo universitario puedan propiciar y hacer posibles los cambios. Las propuestas que surgen del seno de algunos grupos interesados en reproducir fragmentos de una desgastada concepción de la universidad se han impuesto y pretenden perpetuarse, negando la reflexión que permita a la institución retomar su reto histórico, ser vanguardia de un pensamiento emancipador. El futuro de nuestras instituciones universitarias es un hecho ético-político y como tal debe ser tratado. En síntesis, apostamos a un proyecto de universidad pensada desde la efervescencia misma de la acción política, desde los ideales de transformación que no es posible abandonar.

Un paso decisivo para que estas ideas no se sumen a incontables y bien intencionadas declaraciones de principios es comenzar a reconocer

los signos del fracaso de la universidad moderna: en su proyecto filosófico, en sus estructuras académicas, en los viejos modos de producción del conocimiento y en las prácticas que ella misma genera.

Buarque (2003) expresa con crudeza una realidad que los universitarios nos negamos a reconocer:

> No ha habido cambios estructurales en la universidad en los últimos mil años. El rol de la universidad ha cambiado muy poco. Sin embargo, la realidad de la situación social del mundo y los avances dinámicos hechos en términos de información y nuevas comunicaciones y de técnicas educacionales han puesto en claro la necesidad de una revolución en el concepto de universidad.

Admitir este fracaso no es un obstáculo, al contrario es un incentivo para promover el cambio. Un paso decisivo para encontrar una respuesta al por qué la universidad funciona maniatada y regida por un poder burocrático y personalista, que de ningún modo piensa, gesta o le interesa la transformación, es descifrar cómo la lógica del modelo neoliberal se desarrolló en las propias estructuras de la institución universitaria.

Santos (2005:29) señala que el modelo de desarrollo económico conocido como neoliberalismo o globalización neoliberal impuso internacionalmente en la década de los 80 la pérdida de prioridad de la universidad pública en las políticas públicas del Estado, y esto como consecuencia de la pérdida general de prioridad de las políticas sociales en las áreas de educación, salud y seguridad social.

No es extraño entonces que ante el enfriamiento de alguna idea de reformar la universidad surgiera la alternativa impuesta por la racionalidad del mercado, la producción de conocimiento como mercancía que se intercambia, que se negocia y pierde nexos vitales con las necesidades y expectativas de vastos sectores sociales.

Una realidad que ilustra a cabalidad esta afirmación -y aquí partimos del diagnóstico de la realidad venezolana- es cómo la universidad ha creado sus propios procesos de exclusión. No es difícil medir sus efectos en la ausencia de equidad de las políticas de ingreso de estudiantes y en los procesos de selección del personal docente. Un tema que define y articula el interés de este discurso es si es notable el debate epistemológico para mirar críticamente la calidad de la formación de los recursos humanos y el producto del conocimiento, y qué vínculos se establecen con la

nueva trama social, cultural y política que hoy se perfila y enciende -querámoslo o no- el debate público en el país.

Es pertinente preguntar: ¿es legítimo medir únicamente los efectos? Creemos que las posibles causas no deben estar fuera del orden de la discusión: a) la concepción instrumental de los sistemas de elección de las autoridades universitarias; b) el burocratismo de la gerencia universitaria en todas sus modalidades; c) las decadentes estructuras académicas y administrativas; d) la ausencia de fundamentos de una cultura de la reforma universitaria; e) la inconsistente evaluación de los productos de la investigación y sus mecanismos de difusión.

Un tema que resulta estratégico discutir es ¿cómo demostrar la pertinencia social del conocimiento que se produce en nuestras universidades? La razón es obvia: "Se desconocen los principios mayores de un conocimiento pertinente. La parcelación y la compartimentación de los saberes impide captar lo que está tejido en conjunto" (Morin, 2001:45).

Una señal de alarma que debe ser objeto de análisis en nuestras universidades es que el conocimiento que se produce es esencialmente disciplinar, con tendencia a la autonomía y a una relativa descontextualización con relación a las necesidades del mundo cotidiano de la sociedad (Santos, 2005).

Provocar estas reflexiones no es un problema opcional. El proceso político y social que se delinea, avanza y profundiza en Venezuela aún con pleno reconocimiento de sus tropiezos y errores, cuestiona irremediablemente un proyecto de universidad que perdió hace mucho tiempo su horizonte histórico. Por ello no es posible ignorar que la crisis de los paradigmas tradicionales de la investigación científica no deje huella en la calidad del conocimiento que se produce y en los cuestionados modelos educativos que a duras penas sostienen una concepción de la formación de profesionales universitarios.

¿Qué implican las reformas educativas en la universidad?

No es casual la coincidencia de posiciones que sustentan la idea de recuperar la relevancia del debate epistemológico como un paso decisivo para *recrear los presupuestos de otra manera de pensar. Es en el terreno*

epistemológico donde se juega buena parte del destino de la reforma universitaria (Lanz, 2005:8).

A riesgo de equivocarnos en el diagnóstico podemos afirmar que la significación y las repercusiones provocadas por una posición fundamentada en el principio de reformar profundamente el pensamiento para comenzar a tener una idea de cómo reformar la universidad (frase original de Edgar Morin) no es parte de la agenda de discusión de los expertos en educación y currículo en la instituciones de educación superior venezolanas.

Es frecuente en la experiencia docente y de investigación en comunicación en los distintos períodos de la historia de nuestras escuelas, ese apresurarse a concebir la reforma curricular como un problema técnico-instrumental. Con frecuencia se delibera sobre si necesitamos más la formación de un periodista o la de un comunicador, sin una visión de conjunto del problema. Se cree que es necesario privilegiar las unidades curriculares que contribuyan a las destrezas y conocimientos en la formación específica profesional en detrimento de la formación general o básica profesional; pero no somos capaces de dar respuesta al por qué, más allá de legitimar la lógica del mercado. Esto ratifica la posición de Morin (2002:26) al señalar *que nuestra civilización y por consiguiente nuestra enseñanza privilegia la separación en detrimento de la unión, el análisis en detrimento de la síntesis.*

Con este precedente no es posible escapar a la reflexión que confirma la conexión entre la reforma de la universidad fundada en una reforma del pensamiento, señalando así por qué es necesario detectar que la crisis se concentra en los modelos educativos aplicados. Un signo de la crisis de los modelos educativos es identificado singularmente en el discurso de Morin (2002) como la incapacidad de *desarrollar la aptitud para contextualizar y totalizar los saberes.*

Aquí entramos en un tema que compartimos con otros pares investigadores y que ha sido una constante en nuestros discursos: la necesidad del debate epistemológico. Si definimos la epistemología como un sistema de condiciones del pensar, que constituye "la vida misma" y el "modo de ser", que da origen a una mentalidad e ideología específica, a un espíritu del tiempo, a un paradigma científico, a un grupo de teorías para investigar la naturaleza de una realidad social o natural (Martínez, 1997:228), no creemos que se le dé relevancia en nuestras escuelas a la

discusión de los contenidos del conocimiento que integrarían una matriz epistémica en el amplio campo de los fenómenos comunicativos.

Aun cuando nos movemos en un ámbito académico donde las discusiones sobre la orientación de la formación se diluyen en diálogos estériles sobre estructuras axiológicas que se legitiman en la administración de las cátedras (currículum oculto), si es pertinente establecer que no es de cualquier paradigma epistemológico del que estamos hablando. En otras áreas del conocimiento en ciencias sociales quizás el debate sea prolífico y encontremos enfoques y posturas contradictorias, pero en el caso de nuestras escuelas de comunicación vivimos *una posmodernización sin posmodernidad* (Lanz, 2005). Esto explica la defensa más individual que colectiva de una concepción de la comunicación entrampada en la lógica mediática, que reproduce un presentismo que se alimenta de la fragmentación de la información y sobrevive bajo la magia deslumbrante de la tecnología.

Por ello no es neutra la discusión cuando se habla de uno u otro paradigma. Morin (2002) señala que desarrollar una actitud para contextualizar permite producir un pensamiento "ecologizante" que implica situar todo acontecimiento, información o conocimiento en una relación inseparable con el medio cultural, social, económico y político. Indudablemente estamos hablando del paradigma de la complejidad que proviene -según el autor- de un conjunto de nuevos conceptos, de nuevas visiones, de nuevos descubrimientos, de nuevas reflexiones que van a conectarse y reunirse. A diferencia del paradigma de la simplificación que domina nuestra cultura y se funda sobre dos operaciones lógicas (disyunción, reducción) ambas con efectos mutilantes y brutalizantes (Morin, 2003:110).

Retos en la formación de comunicadores

La constante renovación de los planes de estudio, los cambios cíclicos de los diseños curriculares que orientan la formación de los comunicadores sociales en el país, es un claro indicador de la complejidad de los saberes constitutivos en el campo de la comunicación. Un aspecto importante siempre presente en cada escenario de discusión sobre revisión curricular, es la "tensión teoría-práctica" cuya resolución es solapada y omitida con serias consecuencias en las alteraciones de los diseños curriculares, al mantener las mismas estructuras académi-

cas, con el mismo pensamiento, sin posibilidad real de comprender que es necesario transformar los modelos de formación.

Otro aspecto imperante a considerar en esta perspectiva de debatir sobre la formación es esforzarse por pensar de manera absolutamente consciente acerca del contexto sociocultural en el cual vivimos hoy. Todos los grandes acontecimientos que sacuden al país a partir de la década de los noventa, los cambios políticos, económicos, sociales, con los cuales podríamos estar de acuerdo o no estarlo, han generado un juego de interacciones y retroacciones en el tejido social, en las representaciones sociales de un colectivo que día a día demanda más cambios de las instituciones, de los liderazgos políticos y de los liderazgos educativos. Principalmente demanda cambios profundos en la conducción de los medios de comunicación, en sus contenidos y en la forma como ha operado el paradigma massmediático en los distintos dominios de la comunicación.

Se percibe un nuevo orden que responde a una racionalidad mercantil que interepela -a diferencia de otros tiempos- a los profesionales que egresan como comunicadores de las distintas universidades, porque su práctica hoy tiene mayor visibilidad e influencia en las empresas, en los negocios. En contraste con esta visión, desde otro sector de la academia se espera que los profesionales de la comunicación asuman la responsabilidad histórica de ofrecer la información verídica de los hechos y reivindicar el principio de mediación que han perdido en su constante afán de desconocer desde sus prácticas el derecho a la comunicación que tienen todos los ciudadanos.

Este antecedente nos obliga a señalar la necesidad de superar otro de los clásicos problemas que se derivan de la concepción tradicional de los planes curriculares para formar comunicadores, esto tiene que ver con la orientación y reducción de su objeto de estudio al ejercicio profesional en los medios. El reto hoy puede consistir en pensar un perfil de egreso con saberes que pongan el acento fuerte en la formación teórica crítica, sin menosprecio de la formación práctica, de lo cual resulta la articulación de dos conjuntos de competencias, a saber: lograr el equilibrio entre la formación general, la formación básica y la formación profesional (Vílchez, 2005).

Se propone un modelo de formación fundamentado en el debate sobre la pertinencia social de la carrera, con contenidos que incorporen la dimensión de los cambios contextuales que se dan y con saberes que con-

juguen el pensamiento crítico con las destrezas esenciales en la competencia de un buen comunicador, esto es: pensar, hablar y escribir. De no asumir el reto de plantear la discusión en los escenarios de la academia, se corre el gran riesgo de navegar en la incertidumbre y bajo la égida de coordenadas externas (mercado de trabajo, expansión de la mediática, intereses políticos) tal como ha sucedido en los últimos veinte años con la explosión de nuevas escuelas de comunicación social en el país, que no proponen nuevos perfiles, ni alternativas para el futuro de la carrera. Mientras esto ocurre, en el mundo académico de las viejas escuelas persisten las disputas entre profesores que detentan posiciones ancladas en los encierros disciplinares (Morín, 2002:122), sobre determinado perfil (el periodista- reportero o el comunicador-publicista-relacionista), incapaz de mirar hacia el presente y mucho menos hacia el futuro más allá de las disciplinas y los saberes fragmentados.

Consideraciones finales

- En un modelo deseable de formación de un profesional de la comunicación social, el área de formación básica profesional debe tener el mayor peso en los contenidos, y la formación general, por su carácter formativo, debe estar presente a lo largo de la carrera, vinculada estratégicamente a la formación básica profesional.
- La formación general debe proveer al futuro egresado de los conocimientos que refuerzan su compromiso con el contexto social. La formación específica implica desarrollar las destrezas y habilidades que debe poseer un profesional para el ejercicio de la profesión; no obstante, esto no significa que debería tener el mayor peso en los contenidos. Lamentablemente en algunas escuelas de comunicación la tendencia en los últimos años es suprimir del plan de formación, unidades curriculares vinculadas a la formación general y básica profesional, acentuando con un enfoque instrumentalista la formación profesional específica. La falla fundamental de la oferta educativa de las Escuelas de Comunicación Social se refleja en los criterios de instrucción, en el desequilibrio entre las materias teóricas y las materias prácticas, la escasa formación general frente a la formación profesionalizante, y en la tendencia a privilegiar uno u otro tipo de formación: la

instrumental y la teórica (Morales y Parra, 1997). Si se quiere ser coherente con el perfil académico y profesional de un comunicador social debe lograrse un balance entre la formación general, la básica profesional y la específica profesional.

– Una conclusión que no puede soslayarse es que el eje de ciencias de la comunicación es un referente fundamental en el área de formación básica profesional del comunicador social. Este eje curricular orienta la discusión epistemológica vital para ubicar la comunicación como fenómeno cultural y social en un contexto de profundos cambios, y permite identificar la emergencia de los nuevos campos ocupacionales y analizar críticamente las prácticas profesionales vigentes. Esto ratifica lo que se observó en los resultados de una investigación reciente que analizó cualitativamente los perfiles profesionales, destacándose la ausencia notoria de los fundamentos epistemológicos en los diseños curriculares de las escuelas y facultades de comunicación en Venezuela (Morales y Parra, 2006).

– Los ejes de formación humanística y formación sociopolítica, al igual que el eje de ética y legislación, ambiente, idiomas instrumentales y computación forman parte esencial de la formación general. En el análisis citado se enfatiza en los ejes de formación humanística, sociopolítica y ética considerando que son fundamentales para el ejercicio de la formación del comunicador social. No se trata simplemente de incorporar materias de cultura general al azar, sino que estas áreas de conocimiento le permitan al futuro profesional contextualizar las habilidades y destrezas adquiridas en su área de formación específica. Se puede afirmar que esta dualidad en el perfil de un comunicador social es lo que le permitiría interpretar la preocupación del ciudadano medio y afianzar su compromiso con la defensa de sus derechos cívicos y políticos, económicos y sociales en democracia.

– La incertidumbre y el desconcierto en nuestras escuelas es real pero su impacto puede crear oportunidades para promover los cambios en la orientación de la formación profesional de comunicadores. Entender este proceso implica reconocer la urgencia de sustituir los viejos paradigmas del conocimiento desde donde se nutre la enseñanza y la investigación en comunicación. Si acudimos a la tesis de Morin (2003) se debe aspirar siempre a un

pensamiento multidimensional. Esto implica no aislar los fenómenos de su contexto, de sus antecedentes, de su devenir.

– Los efectos de la incertidumbre presente deben provocar una conmoción profunda en nuestras instituciones, que permita remover los cascarones teóricos que hoy sirven de fundamento para justificar una visión instrumental de lo comunicativo asociado al mundo de la tecnología y la mediática. Una nueva concepción de la comunicación y en consecuencia el redimensionamiento de la enseñanza en este campo depende del reconocimiento de sus esenciales vínculos con el tejido social, con las nuevas identidades y prácticas culturales que le sirven de sustento.

Referencias

Buarque, Cristovam (2003). "La Universidad Global", Ponencia presentada en la Conferencia Mundial sobre Educación Superior, UNESCO, París, Junio.

Lanz, Rigoberto (S/F). "En verdad la Universidad no se reforma". En Rigoberto Lanz (Comp.), **La universidad se reforma III,** (pp. 5-12), Caracas, UCV, ORUS, IESAL, UPEL, MES.

Morales, Elda y Parra, Luz Neira (1997). **La Enseñanza de la comunicación: dilema entre currículo y mercado,** Maracaibo, Astro Data.

Morales, Elda y Parra, Luz Neira (2006). "Perspectivas de la formación del comunicador social en Venezuela", **Comunicación** 135: 58-70.

Morin, Edgar (2001). **Los siete saberes necesarios para la educación del futuro**, Buenos Aires, Nueva Visión.

Morin, Edgar (2002). **La cabeza bien puesta. Repensar la reforma. Reformar el pensamiento**, Buenos Aires, Nueva Visión.

Morin, Edgar (2003). **Introducción al pensamiento complejo**, Barcelona, Gedisa.

Mouffe, Chantal (1999). **El retorno de lo político,** Barcelona, Paidós.

Santos, Boaventura de Sousa (2005). **La Universidad en el siglo XXI. Para una reforma democrática y emancipadora de la universidad**, México, UNAM.

Vilchez, Nerio (2005). **Fundamentos del currículo,** Maracaibo, Fondo Editorial Urbe.

QUÓRUM ACADÉMICO
Vol. 4, Nº 1, enero-junio 2007, pp. 100 - 114
Universidad del Zulia • ISSN 1690-7582

Cine y tecnologías: nuevas formas de consumo de la industria de imágenes*

Romina De Rugeriis**

Resumen

Este artículo tiene como objetivo principal revisar las principales teorías que sustentan los cambios que se están produciendo vertiginosamente en la manera de ver y disfrutar el cine por parte de los espectadores. Yendo al cine, haciendo click de archivos compartidos en Internet, o alquilando la película, el espectador tiene varias alternativas al producto cinematográfico. A partir de los postulados de Székeli y Arce (2005), Elsaesser (1998), Swartz (2005), Martìn-Barbero (2003, 2003b), Ramonet (2002), se trató de argumentar las perspectivas de dichos autores en lo que se refiere a las tendencias en la exhibición cinematográfica. Este artículo es el producto de una investigación realizada en la línea de investigación de Nuevas Tecnologías de la Maestría en Ciencias de la Comunicación.

Palabras clave: Cine, tecnologías, sala de exhibición.

Recibido: 11/11/06 • Aceptado: 04/06/07

* Artículo presentado como requisito del seminario dictado por Jesús Martín Barbero "Arte y tecnicidad: mutaciones comunicativas y nuevos espacios de creatividad y visibilidad social" coordinado por el Doctorado en Ciencias Humanas de la Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela, abril-julio de 2006.

** Tesista de la Maestría en Ciencias de la Comunicación, mención Nuevas Tecnologías de la Información de Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.
Correo electrónico: rominaderugeriis@hotmail.com

Cinema industry and Technologies: new ways of image consumption

Abstract

This article aims to review important theories that sustain the rapid changes occurring in the way people watch and enjoy movies. Going to a movie theater, clicking on shared documents on the Internet, or renting the movie, the spectator has several choices to the cinematographic product. Based on Székeli and Arce (2005), Elsaesser (1998), Swartz (2005), Martìn-Barbero (2003, 2003b), Ramonet (2002) postulates we argue about those authors perspectives regarding the movies exhibition tendencies. This article is a partial result of a New Media Technology research for the author's Master Degree in Communication Science.

Key words: Cinema, technologies, movie theatre.

Introducción

Mientras la maquinaria de la fábrica de sueños holywoodense continúa produciendo incansablemente productos cinematográficos, el área de la ciudad de San Francisco (U.S.A.) llamada Silicon Valley, propone a través de sus industrias tecnológicas dispositivos digitales que plantean nuevos modos de consumir dichas mercancías culturales.

El espacio del cine de exhibición ha cambiado drásticamente en sus propuestas espaciales. Mientras antes había una sola película en cartelera esperando a que el cine fuera llenado por espectadores, ahora se tiende a las salas multicine con una mayor variedad de ofertas cinematográficas para ver. La idea es dividir el público por sectores, más salas de cine, menos butacas en todas.

Por otro lado, el espectador tradicional ha cambiado su manera de consumir cine mano a mano, pues la tecnología ha puesto a su disposición nuevos equipos para su disfrute y visualización. Básicamente a la opción de ir al cine, se le ha añadido la posibilidad de descargar directamente de la Internet las películas que se deseen, disponibles en grandes archivos de documentos en la red (música, videos, programas, etc.) donde los usuarios, ponen a disposición los contenidos de sus archivos personales en un sistema de base de datos colectivo.

Así mismo, incluso mientras una película está en cartelera en su fase de estreno, la industria cinematográfica se enfrenta entre otros fenómenos: al de la piratería que merma grandes cantidades de dinero a la industria, por un lado, y por otra, al de encontrar dicha obra, directamente en la tienda de alquiler de videos.

Metodología

Se revisó bibliografía relativa al tema sobre salas de exhibición y disfrute de la experiencia cinematográfica en autores como Martín-Barbero (2003, 2003b), Székeli y Arce (2005), Elsaesser (1998), Swartz (2005), Hoffmann (1998), Ramonet (2002), y el director cinematográfico James Cameron (2005), se trató de argumentar las perspectivas de dichos autores en lo que se refiere a las tendencias en la exhibición cinematográfica. Lo que se presenta forma parte de una investigación que fundamenta la Tesis de grado que estudia la población de las salas cinematográficas en Venezuela como: Cines Unidos, Cinex y Circuito Gran Cine.

Del Nickelodeon al clic

La experiencia del disfrute de la obra cinematográfica ha evolucionado con la introducción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs). A inicios de siglo XX, la gente se trasladaba hasta el teatro, los llamados Nickelodeons, ahora el traslado físico no es necesario pues podemos disfrutar la película en casa. Computadora y banda ancha, se unen para acceder haciendo un simple clic en el vínculo de la película que se quiera descargar (además gratuitamente) directamente desde sitos Web como *E-mule, Ares* o *Lime Wire*. Por ejemplo, al hacer clic sobre el buscador de E-mule de las cuatro películas analizadas para esta investigación, sólo la película "Secuestro Express" de Jonathan Jakubowicz (2005) aparece para ser descargada de la carpeta de archivos de más de 200 usuarios conectados a la gran red en formato VCD, AVI, MPG (E-Mule, 2006).

Interviene así mismo el clic que podemos hacer a los botones del control del DVD. Actualmente en esta zona del país, se puede ver la película directamente en la comodidad de la casa siendo posible su alquiler incluso antes del estreno formal en los cines.

Como citan Székeli y Arce (2005:77) de la revista Popular Mechanics, en su entrevista a Rick Dean, Director de desarrollo de negocios de la compañía THX en California, éste explica la importancia de renovar los locales de exhibición cinematográfica:

> "Con la competencia que habrá en Internet, nuevos formatos de CD y DVD e incluso videos y programas de televisión en dispositivos como el iPod, los dueños de las pantallas gigantes deberán ofrecer innovaciones atractivas a su público; de lo contrario, lo perderán sin remedio".

La modalidad pay-per-view de la televisión, en la que el usuario desde casa podía por medio de su tarjeta de crédito acceder a comprar una película a través de sus canales por cable, empieza a ser incorporada a Internet, ofreciendo una opción más para el usuario, quien con la utilización de "plugs" para conexiones PC-TV, puede pasar de la computadora a la pantalla de la televisión. Así lo indica el sitio "Noticias de Argentina en Internet", "CinemaNow", una de las más importantes distribuidoras de películas en Internet en modo llamado video-on-demand, quien anunció que posee películas para descargar en su sitio, siempre sobre la base de pay-per-view (pague para ver).

> "Esta nueva forma de ver cine se debe a **dos fenómenos recientes**: el crecimiento de las conexiones de banda ancha y las nuevas técnicas de compresión. (…) Para acceder la película en cualquiera de los dos formatos disponibles, el usuario debe adquirir una clave para abrir el contenido protegido. (…) Una tecnología fantástica, obviamente odiada por la MPAA, la asociación estadounidense de películas, del mismo modo como la industria discográfica odia el formato MP3" (Terra Argentina, 2005: 26).

Las salas de cine: del Nickelodeon a lo digital

Una de las primeras salas de cine que se inauguró en USA fue el Teatro Nickelodeon de la ciudad de Pittsburg en USA, por su dueño, John Harris en 1905.

Nickelodeon toma su nombre del níquel, es decir, la moneda de 5 centavos de dólar, que los espectadores pagaban para ver pequeños cortos sobre diferentes temas en ese teatro.

Aunque ha transcurrido un siglo desde el bautizo de este tipo de salas, la idea de tener la gente cautiva para ver un mensaje de diferente duración, sigue estando vigente como lógica de consumo de dicho arte, como cita Jesús Martín Barbero (2003b) sólo que esta vez este fenómeno se ve amenazado por la presencia de nuevos modos de disfrute del producto cinematográfico.

Por los momentos las salas de cine se encuentran en fase de experimentación en países como Estados Unidos, pues explican los autores Székeli y Arce (2005:77) de la revista Popular Mechanics, en su entrevista a Rick Dean, Director de desarrollo de negocios de la compañía THX, expresa:

> Antes de que lleguen extraordinarias salas de cine donde, de acuerdo con los laboratorios Dolby, será posible sentir, oler y tocar los elementos que haya en la película, es necesario primero digitalizarlas, concepto que ha comenzado su fase de experimentación a partir de este año en diversas salas alrededor del mundo. (…) En el futuro cercano este proceso ahorrará el costo de la distribución física de cada filme y permitirá un mejor control de calidad en cada proyección y en cada local desde un centro de control maestro. Existen ya varias salas con proyectores digitales, pero no se ha dado la distribución vía satelital, a través de Internet o mediante discos duros.

Béla Balázs (1972), ya en los años treinta fue capaz de pronosticar la importancia del sonido y su manipulación por parte del director, así mismo encontramos que lo sonoro sigue siendo un elemento capital para las salas de cine. Como él afirmaba, el sonido debe ser una nueva esfera en la experiencia humana, y tal visión no ha sido modificada en el tiempo, sino por el contrario sigue consolidándose imprescindible, pues como lo aseveran Székeli y Arce (2005:79), en la entrevista que los autores realizaron a Víctor Sotomayor, Promotor del Audio DTS, la tendencia es hacia la mejora de la experiencia sonora, con nuevos altoparlantes distribuidos estratégicamente dentro de la sala de cine para "dar más vida … y mayor dimensión dentro del teatro". Así mismo Sotomayor (citado por Székeli y Arce, 2005:79) relató sobre la butaca en el cine: "de igual manera, las butacas serán más parecidas al sillón de la sala de tu casa, porque la meta, aparte de hacer sentir cómodo al espectador, es no distraerlo y sumergirlo de lleno en la película".

Elsaesser (1998), coincide en sostener que el sector de la exhibición cinematográfica requiere de un mejor sonido y mejores equipos de proyección.

Por otra parte, explica el director cinematográfico de la película Titanic, James Cameron (citado por Székeli y Arce, 2005:75), que los proyectores cinematográficos actuales de 35mm, estarían por debajo del potencial que ofrece los proyectores digitales pues:

> El cine en tercera dimensión ha entrado a una etapa de renacimiento en los últimos cinco años. Los proyectores de cine tradicionales están limitados por su propio mecanismo, pues su velocidad de proyección es de 24 cuadros por segundo. Los proyectores digitales, que conforman el siguiente paso en la exhibición de filmes, pueden hacerlo a 96, e incluso a 120 cuadros por segundo. Tal capacidad permite a un proyector emitir una imagen estéreo de mejor calidad.

La simulación, por su parte, continúa siendo hoy un ideal que no ha cambiado. Según el autor Lastra (2000), la percepción y las tecnologías de representación gráfica (como las imágenes 3-D y los sonidos estéreos) aún toman el cuerpo humano y la experiencia de la percepción humana como condición *sine qua non*.

Según Swartz (2005:1), en esencia el proceso de distribuir y exhibir una película ha cambiado muy poco desde que los hermanos Lumiére presentaron su primera película a una audiencia en 1895. Se usa un negativo, se exponen y se revelan las imágenes en 35mm, luego se envían a los teatros, donde las imágenes se proyectan en la pantalla. Sostiene que sólo recientemente la industria ha apuntado hacia la tecnología digital y su potencial aplicación a la distribución y exhibición, porque el distribuir archivos digitales teóricamente produciría grandes beneficios en términos de imagen clara y de calidad, bajo costo, gran seguridad, y mayor flexibilidad en el cine.

Sin embargo, este autor asevera que en lo que se refiere a salas de teatro para cine, el paradigma digital para que sea incorporado, aún presenta algunas dificultades:

> "Necesitamos estándares globales de operabilidad; necesitamos un sistema que nos permita obtener un color de referencia original, que nos asegure que las imágenes en el teatro se vean exactamente como la decisión creativa que tomaron quienes las originaron, esto sin importar la tecnología de la

> proyección disponible; y necesitamos un despliegue extensible y escalable que anime a los propietarios de teatros a adoptar el sistema y no penalizarlos con la calidad que se perfecciona mano a mano" (Swartz, 2005: 2).

Kodak: la cinta de ayer, el byte de hoy

La empresa Kodak Digital Cinema, se expresa muy comprometida a asumir el nuevo reto que se despliega para la industria del cine digital, corroborando la ya preexistente relación de proveedora para la misma. En una entrevista realizada a Glenn Kennel, director de programas de Kodak Digital Cinema, se obtuvo información más detallada.

> "Este mercado no es nuevo para nosotros. Nuestra iniciativa de cine digital es una continuación de nuestro compromiso histórico con los clientes en todos los sectores de la industria cinematográfica, que incluye a creadores, distribuidores y exhibidores. Nuestro objetivo a largo plazo es ayudar a que los distribuidores y exhibidores se den cuenta de la flexibilidad y las potenciales ventajas económicas del cine digital, al mismo tiempo que mejoramos la experiencia de ir al cine" (Kodak, 2004:2).

Durante el Festival de Cine Venezolano realizado en Mérida (Julio 2005), la Kodak realizó unas presentaciones a través del director de la División Cinematográfica de Kodak Latinoamérica, Nicolás Casolino (2005), quien relató cómo la empresa entra de lleno en la era digital y deja de hacer inversiones en la cinta de película en 35mm que desde hace 100 años produce.

Agregó que un fotograma del formato de 35mm corresponde a 12 mega pixels, lo cual si se traduce en términos de espacio físico dentro de un PC, resulta evidente que se hace necesario un tipo de formato que ayude a la compresión de la imagen, para ello utilizan el formato DPX.

Agregó que la empresa está trabajando en la creación de software, como la Kodak Look Manager System, que consiste en previsualizar las escenas usando diferentes filtros o efectos de postproducción de la gama ofrecida por la Kodak.

Aseguró que los colores en el mundo fotoquímico resultan diferentes en lo digital, "hay que emularlos" (Casolino, 2005).

Las tecnologías en la industria del cine

Ignacio Ramonet (2002:1), director del importante periódico "Le Monde Diplomatique", destaca la importancia que cubre en la cotidianidad las Nuevas Tecnologías de la Información:

> "Las tecnologías pues, todo el mundo lo sabe, es lo que se ha llamado las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación que se han desarrollado a partir de los finales de los años 80 y, en particular que han invadido sobre todo nuestra manera de comunicar desde hace cinco o seis años, estamos hablando por consiguiente de Internet, estamos hablando de lo que llamamos la revolución digital".

De manera que la introducción de la informática a los procesos económicos y sociales, ayudó a llevar al sector cinematográfico la digitalización de las imágenes que son el factor clave para el desarrollo del cine digital. El cine así, incorpora en su producción las herramientas producto de la entrada plena en la sociedad del conocimiento, que es la tecnología de los nuevos medios de comunicación. Así lo describe Neüman (1997: 17):

> "La televisión, el cine, la radio y la prensa se han visto beneficiadas por las nuevas dimensiones que la digitalización de imágenes y texto le han conferido a la creación, manipulación y almacenamiento de los mensajes que se transmiten por estos medios de difusión masiva; las telecomunicaciones le han ampliado además las posibilidades de expandir esa difusión globalmente."

Así mismo el Ministerio de Educación y Ciencia de España, en el artículo "*Cine digital y electronic cinema (E-Cinema*)" (2005), contenido en el sitio web de su "Proyecto Media", reitera cómo lo digital se ha ido incorporando en todos los aspectos clave de la industria cinematográfica: "la convergencia digital ha ido afianzándose en las dos últimas décadas y el poder de las técnicas digitales se ha permeabilizado en todo el sistema de producción cinematográfico desde el rodaje hasta la postproducción."

También Kindem y Musburger (2001:36, 37), expresan así la presencia de lo digital en el cine:

> "Las computadoras digitales están siendo usadas para la escritura y la revisión de los guiones, calendario de trabajo, presupuesto, así como el preplan de la iluminación e incluso para explorar locaciones a través de la Internet y el World Wide Web durante la preproducción. (…) La tecnología digital ha abierto una amplia gama de fascinantes efectos especiales y ha alterado las nociones convencionales de historia y realidad". Así mismo Kindem y Musburger, vaticinan que durante el siglo XXI todos los medios convergerán al dominio del formato digital.

Por otro lado, los media son motivo de reflexión para el teórico Lev Manovich (2002), que es uno de los autores contemporáneos que piensa que lo nuevo en los media es sólo más de lo viejo. De hecho, para el autor sólo se puede hablar de un retoque de lo que ya preexistía. Así manifiesta su tesis sobre la supuesta novedad de los media:

> "Los nuevos *media* introducen un conjunto de técnicas igualmente revolucionarias. De hecho, este conjunto de técnicas representa una nueva vanguardia, y sus innovaciones son al menos tan radicales como las innovaciones formales de los años veinte. Pero si buscamos estas innovaciones en el reino de las formas, esa área tradicional de la evolución cultural, allí no las encontraremos".

De esta manera Manovich expone sus razones sobre el por qué la nueva vanguardia es esencialmente diferente de la vieja:

> 1. "La vanguardia de los viejos *media* de los años veinte trajo nuevas formas, nuevas maneras de representar la realidad y nuevas maneras de ver el mundo. La vanguardia de los nuevos *media* trata de nuevas maneras de acceder a la información y de manipularla. Sus técnicas son los sistemas hipermedia, las bases de datos, los motores de búsqueda, el análisis de datos, el tratamiento de imágenes, la visualización o la simulación.
> 2. La nueva vanguardia ya no se ocupa de ver o representar el mundo de nuevas maneras, sino más bien de acceder y usar de nuevas maneras los *media* previamente atesorados. En este sentido los nuevos *media* son *postmedia* o *metamedia*, ya que utilizan los viejos *media* como materia prima" (Manovich, 2002).

El cine y todos los escenarios que se ven implicados en este mundo, están cambiando rápidamente. Las reglas de consumo que antes se imponían al usuario van adaptándose a la par del paso de la incorporación de las nuevas tecnologías en la vida cotidiana. Esto significa cambios en el comportamiento del consumidor. Ahora nos enfrentamos a un usuario de las TICs cada vez más preparado para su manejo y que aprende a descubrir el potencial aún oculto que ello comporta en todos los aspectos del conocimiento, y sobre todo en el tema que se toca en este artículo, que es el consumo de productos cinematográficos.

Véase, por ejemplo, el presente inmediato, la gente sigue el patrón "funcional" de ir al cine específico donde se transmiten las películas de su agrado, teniendo que trasladarse de su casa a la sala de exhibición, en el horario propuesto por la misma. Ahora bien, el mismo espectador que ahora posee un computador con una conexión banda ancha en su hogar, puede descargar de la red la misma película y verla en el horario que más le sea cómodo, sin tener que moverse de su casa. Si el espectador posee un DVD, puede bien ir a las tiendas especializadas y alquilar la misma película que se estrena en la cartelera por un precio muy inferior de la entrada de cine. Así lo expresa la revista electrónica Mundogar (2004:4), en su sección "Hogar y gestión", al reflexionar sobre la introducción del DVD, donde indica:

> "Actualmente en los hogares españoles hay aproximadamente unos 130.000 lectores DVD Vídeo, además de las 150.000 unidades de DVD-ROM de ordenador que permiten ver películas de vídeo en la propia pantalla del ordenador. Esta forma de ver cine en el ordenador personal, es una manera de introducir el sistema del DVD Vídeo en los hogares. Muchos de los que empiezan a aficionarse al DVD lo hacen porque su ordenador viene equipado con un DVD-ROM y de éste pasan a comprarse el DVD Vídeo para el televisor. De una u otra manera, el DVD Vídeo se está introduciendo en las vidas de los consumidores de todos los países desarrollados. Si se tienen en cuenta las cifras de venta en todo el mundo, éstas son espectaculares, desde su comercialización en 1996 hasta agosto de 1999, se habían vendido 3,5 millones de lectores DVD en el mundo".

Todo esto comporta cada vez menos certezas sobre qué es lo que funciona en este mercado, y cuánto, bien sea la industria como a nivel del

consumidor, deban adaptarse a nuevas reglas, las cuales aún no están claras ni para uno ni para el otro.

Sobre todo vemos una profunda preocupación de la industria cinematográfica por detener la avalancha de reproducciones piratas de sus productos y la descarga ilegal desde la Internet. Esto se manifiesta en las salas de exhibición, donde antes de la presentación de la película hay publicidad de 20 a 30 segundos de duración donde recuerdan al espectador sobre la ilegalidad de las descargas de las cintas en la red. De igual manera, en la entrega de los premios Goya, en España, en el 2005, se aprovechó de ese escenario de plataforma mundial para recordar a los espectadores de todas partes del mundo el apoyo que se debe dar a la industria para seguir garantizando puestos de trabajo, diciéndole no a la piratería. "La gala (...) sirvió como marco para que los actores y cineastas se pronunciasen en contra de la piratería" (Educared, 2005:1).

Así mismo, en España, el sitio del Ministerio de Educación y Ciencia Español (2005), destaca la revolución digital como otro paso importante en la historia del cine. En el "Proyecto Media" que desarrolla este Ministerio, se señala en su sección de *Tecnología en el cine*, que con respecto a la incorporación de lo digital: "No es exagerado decir que cuando el proceso termine, la tecnología y la industria del cine tendrán muy poco que ver con la que conocieron nuestros padres."

Además en el sitio se afirma cuál será la prospectiva más probable del rumbo del celuloide tal y como hoy lo conocemos, con la influencia y el progreso de la parte tecnodigital: "Ciertos sectores auguran que su acelerada progresión y gran potencial provocarán la desaparición, en plazo no establecido, del modelo de celuloide fotoquímico en beneficio de la grabación y reproducción digital." (Ministerio de Educación y Ciencia Español, 2005:23)

Hoffmann (1998:242), cita un discurso muy evocador que sostuvo el director Francis Ford Coppola, en la Ceremonia de los Premios Awards en 1979:

> "Puedo ver que la revolución de la comunicación será sobre todo en las películas y el arte y la música y lo electrónico digital y los satélites, pero sobre todo, será sobre el talento humano – y hará que lo que los gurús del cine, de quienes heredamos este negocio, crean en cosas que ellos hubieran creído imposibles de realizar".

Coppola citado por Hoffmann (Ibid), dice que vio la computadora como una oportunidad para optimizar la organización de las escenas de las películas, y que ésta estaba al centro de la producción: desde la escritura del guión al primer revelado. La computadora según Coppola sería para centralizar y manejar toda la información relativa al film.

Otro autor coincide con la visión que tuvo Coppola, Swarz (2005:2), el cual, sobre las ventajas y los retos de la tecnología digital en el cine, sostiene que éstas son esencialmente cuatro:

> 1. "*La copia*: en el dominio digital, podemos copiar sin deterioro del material, porque cada copia es un perfecto clon del original.
> 2. *La modificación*: Podemos transformar fácilmente la forma y el color, con más precisión que en el mundo fotoquímico. Y podemos unir varias imágenes en una, bien sea en la copia original cinematográfica que en la del *computer generated imagery* (CGI).
> 3. *El control*. La tecnología digital nos permite hacer que la película esté a salvo de la piratería, permitiéndonos encriptar el archivo digital y a desencriptarlo en el teatro -sólo por usuarios autorizados- con las llaves apropiadas.
> 4. *La Entrega*: Lo digital nos permite la entrega virtual al telespectador, p. ej., cine digital y video a la carta. No hay necesidad de manufacturar copias a menos que así se desee".

Elsaesser (1998:215), también ve en el cine digital, la oportunidad para las películas no hechas por Hollywood, pues según él, "un ambiente físico más atractivo, gracias a las teatros multicines, con sonido y equipo de proyección que se lucen con las nuevas tecnologías de la imagen, se provee la condición física incluso para películas menores".

Sin embargo a pesar del optimismo que reina en general por la potencialidad de lo digital en lo relativo a la industria cinematográfica, otro autor, Béla Bálazs (1972:268), nos da otra visión reveladora del uso de tales tecnologías en el cine, refiriendo que "Hollywood no trata de hacer películas, trata más bien de no hacerlas, como un millonario: un millonario trata de no trabajar y ganar lo más posible. Hollywood, que es millonario en espectadores, trata de hacer las menos películas que sea posible, ganando al tiempo miles", dicha tesis estaría sustentada en la reducción de costos que permiten las producciones de películas utilizando el recurso digital.

Mitry (1963:233), dice en vez de los avances en la industria cinematográfica que: "este progreso estrictamente tecnológico ha sido una condición sine qua non para que el cine adquiera una mayor sutileza de lenguaje y una más rica complejidad narrativa".

Cine pinchando en ventanas

Si el cine de antes se hacía en la medida de las masas, ahora es a medida de la experiencia y gusto personal del espectador. Un poco imitando la lógica del video juego, el cine se parece más a éste en varios aspectos. Así como en el videojuego va avanzando a medida que el usuario ejerce sus destrezas al superar los niveles, una nueva práctica de consumo podría orientarse hacia la personalización del final de la película por el espectador, siendo el target de este tipo de cine alternativo el mismo que comprende el del videojuego, es decir, el juvenil, pues como cita Martín-Barbero (2003b) "los jóvenes responden con la cercanía hecha no sólo de facilidad para relacionarse con las tecnologías audiovisuales e informáticas sino de *complicidad expresiva*: es en sus relatos e imaginerías, en sus sonoridades, fragmentaciones y velocidades donde encuentran su ritmo e idioma". Martín-Barbero (2003b:15) cita así mismo, el rol fundamental que juega en estas experiencias audiovisuales la empatía tecnológica de las generaciones nacidas dentro de esta era de nuevas tecnologías: "Empatía que se apoya en una *plasticidad neuronal* que se manifiesta en la enorme capacidad de absorción de información vía televisión o videojuegos computarizados y la facilidad para entrar y navegar en la complejidad de las redes informáticas".

Consideraciones finales

La revisión del pensamiento de los varios autores en esta investigación, nos lleva a considerar al cine como un fenómeno audiovisual que desde siempre, pero sobre todo ahora en este siglo XXI se nutre de las posibilidades expresivas y artísticas de la nueva generación de tecnologías de la información.

Desde la importación de los datos de una cinta de película comprimida en bytes en una computadora para ser alterada con los diferentes tipos de software, hasta la digitalización de su consumo final, bien sea a través de proyectores digitales en cine, o a través de la descarga en Inter-

net, el proceso entero de producción y exhibición cinematográfica, apunta hacia el estrechar lazos cada vez más unidos empáticamente con todo el aparataje digital de las nuevas tecnologías de la comunicación, posiblemente incluso hacia fronteras ni siquiera imaginables en este momento histórico.

Sin embargo queda cada vez más evidente la necesidad profunda de utilizar y experimentar, tanto con la alteración y concepción de nuevas e impactantes imágenes axiales, como en el trasporte de estas imágenes en los nuevos dispositivos que la industria tecnológica produce, mano a mano con la ingeniería y la electrónica que van superando los conceptos de espacio y tiempo.

Referencias

Bálazs, Béla (1972). **Evolución y esencia de un arte nuevo**, Barcelona, Gustavo Gili.

Casolino, Nicolás (2005). (Director de la División Cinematográfica de Kodak Latinoamérica) Conferencia de la Kodak durante Festival de Cine Venezolano realizado en Mérida, Venezuela del 5-9 de junio.

E-Mule (2006). "Secuestro Express" visto en: http://www.figator.com/file/05e6da2bb892d1fa8b2f2124362c1455/Secuestro%20Express%20Esp%20VO%20venezuela%20Xvid%20mp3%20ART (consulta: 2006, agosto 5).

Educared (2005). "*Mar adentro acapara los Premios Goya"*. Sección de Cultura. Disponible en: http://www.educared.net/primerasnoticias/hemero/2005/enero/cult/goyas/goyas.htm (consulta: 2005, febrero 03).

Elsaesser, Thomas (1998). **Cinema Futures: Cain, Abel or Cable?. The Screen Arts in the Digital Age.** Chapter: Digital Cinema: Delivery, Event, Time. Amsterdam, Amsterdam University Press.

Hoffmann, Kay (1998). **Cinema Futures: Cain, Abel or Cable? The Screen Arts in the Digital Age.** Chapter: Electronic Cinema – On the Way to Digital. Amsterdam, Amsterdam University Press.

Kindem, Gorham y Musburger, Robert (2001). **Introduction to Media Production: From Analog to Digital. Second Edition,** Massachusetts, Focal press.

Kodak digital cinema (2004). Disponible en http://www.kodak.com/ES/es/motion/digital/top. (consulta: 2004, Octubre 9).

Lastra, James (2000). **Sound Technology and the American Cinema,** New York, Columbia University Press.

Manovich, Lev (2002). La vanguardia como software. Disponible en: http://www.uoc.edu/artnodes/esp/art/manovich1002/manovich1002.html

Martín-Barbero, Jesús (2003). **De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía,** Santafé de Bogotá, Gustavo Gili, Convenio Andrés Bello.

Martín-Barbero, Jesús (2003b). "Estética de los medios audiovisuales" en Xiraux, Ramón y Sobrevilla, David. *Estética*. Enciclopedia Iberoamericana de Filosofía, Madrid, Trotta.

Ministerio de Educación y Ciencia español, (2005). "*Cine digital y electronic Cinema (E-Cinema)"*. Disponible en: http://iris.cnice.mecd.es/media/cine/bloque7/pag10.html (consulta: 2005, Enero10).

Mitry, Jean (1963). **Estética y psicología del cine. 2. Las formas,** Madrid, Siglo Veintiuno.

Mundogar (2004). "Llega el DVD, cine a la carta". En: Revista Mundogar [versión digital]. Disponible en: http://www.mundogar.com/ideas/reportaje.asp?FN=4&ID=5180 (consulta: 2005, febrero 14).

Neúman, María Isabel (1997). **Generación de capacidad tecnológica en la industria informativa. El caso del diario Panorama**, Maracaibo, Fondo editorial Facultad Experimental de la Comunicación y la Información.

Ramonet, Ignacio (2002). "El tratamiento de la información económica en el periodismo de hoy", en Analítica. Disponible en: http://www.analitica.com/bitblioteca/ramonet/fogade.asp (consulta: 2005, febrero 08).

Swartz, Charles S. (2005). **Understanding Digital Cinema**. **A Professional Handbook,** Massachussets, Focal press.

Székeli, Mario P. y ARCE, Hugo (2005). "Innovaciones del séptimo arte", En **Revista Popular Mechanics en Español,** Diciembre, 58/12, México, Edición Venezuela.

Terra Argentina, entrevista a Oliver Stone, reseñada el 5-01-2005 en la sección Cine, Tv y Video, realizada por EFE (agencia de noticias española). Disponible en http://www3.terra.com.ar/canales/cine/105/105158.html, (Consulta: 2005, febrero 03).

QUÓRUM ACADÉMICO
Vol. 4, Nº 1, enero-junio 2007, pp. 115 - 127
Universidad del Zulia • ISSN 1690-7582

Medios digitales y espacios culturales divergentes en los albores del siglo XXI*

Maryalejandra Montiel de Rodríguez*

Resumen

Desde los años 90 hasta nuestros días, el desarrollo de Internet, desencadenó la aparición de un nuevo medio de comunicación conocido como Cibermedio. En su contenido hay un proceso híbrido donde confluyen las tradicionales prácticas comunicacionales con nuevas formas de hacer periodismo. El gran reto es que ellos permiten, como nunca antes lo hizo la comunicación, la verdadera democratización entendida como inclusión y posibilidad de participar en su contenido. Esta novedosa visión de la comunicación emerge en un mundo fragmentado, desacostumbrado a estas prácticas, con desigualdad en el acceso a Internet y con mutaciones sociales que demandan nuevas concepciones del mundo y del hombre. El resultado puede ser la posibilidad de espacios para la interacción, la cultura, la trascendencia del hombre en su contexto histórico.

Palabras clave: Cibermedios, tecnicidad, democratización de la información.

Recibido: 21/11/06 • Aceptado: 01/06/07

* Este es un trabajo producto del seminario doctoral denominado "Arte y tecnicidad: mutaciones comunicativas y nuevos espacios de creatividad y visibilidad social", impartido por el Dr. Jesús Martín Barbero y ofrecido por el Doctorado de Ciencias Humanas de la Universidad del Zulia, Maracaibo-Venezuela. Abril-julio 2006.

** Profesora Asociada de la Escuela de Comunicación Social de LUZ. Magíster en Ciencias de la Comunicación y la Información, mención Nuevas Tecnologías. Cursa el programa de Doctorado de Ciencias Humanas, ofrecido por la Universidad del Zulia.
Correo electrónico: maryalejandra@cantv.net

Digital media and divergent cultural space in the beginning of the 21st century

Abstract

The development of Internet since the 1990s has unleashed the appearance of a new communication media known as Cybermedia. Within its context there is a hybrid process where traditional communicational practices converge with new ways of making journalism. The great challenge is that they allow, like communication never did, true democratization understood as inclusion and possibility of participating in its content. This original vision of communication emerges in a fragmented world, unaccustomed to these practices, with inequality on the access to Internet and with social mutations that demand new conceptions of the world and man. The result could be the possibility of space for interaction, culture and the transcendence of men within their historical context.

Key words: Cybermedia, technicity, information democratization.

"En la técnica hay un pensar", Heidegger

1. Improntas tecnológicas y medios de comunicación

En los últimos 6 siglos, la historia del hombre, su relación con el mundo y muchas de las percepciones, pensamientos y personalidades de la sociedad están atravesadas e intervenidas por los medios de comunicación social, por el uso que se hace de ellos y por los contenidos transmitidos en sus distintos formatos. En este contexto, las innovaciones tecnológicas han sido un factor de primer orden para su desarrollo, expansión, penetración social y, sobre todo, para la creación de nuevos modos culturales. Así el periódico del siglo XV constituyó una nueva forma de relación social apoyada técnicamente por la invención de la imprenta que suministró el instrumento necesario para lo que más tarde sería el periódico y la nueva forma de dar la noticia. Entre el siglo XV y el XVIII se produjeron importantes acontecimientos entre la técnica, los medios y el hombre cuyo resultado, entre otros aspectos, fue la aparición, a principios del

siglo XIX, de la radio y, posteriormente, a mediados del mismo siglo, de la televisión.

De manera vertiginosa la tecnología de la información y la comunicación -ligada al desarrollo de redes globales de comunicación- permitió a finales del siglo XX la aparición de un nuevo medio de comunicación social soportado ya no por la tinta y el papel, ni por ondas hertzianas, ni por la imagen y el sonido de la televisión, sino por los sistemas digitales, globales apoyados por la conocida red Internet. La adaptación, expansión y desarrollo de este nuevo Cibermedio ha sido acelerada pero, al igual como lo fueron los medios dominantes tradicionales, han surgido imprecisiones y confusiones referidas a las potencialidades y uso de lo que ofrece esta innovación digital. Así, hay medios que trasladaron su versión impresa a la digital pero sin incorporar los grandes beneficios representados por la tecnología. Como hay otros que ofrecen pluralidad informativa, acceso a ediciones anteriores, blogs temáticos, ediciones personalizadas y una serie de nuevos servicios que no dependen ahora de un potencial económico, sino de ingenio, conocimiento y creatividad para abrir el acceso a quienes por muchos años estuvieron excluidos de los medios tradicionales y de la forma como presentaban la visión del mundo las grandes empresas de comunicación.

Sin lugar a dudas lo anterior demuestra que los procesos de transición de un mundo al siguiente están alineados por las innovaciones tecnológicas de todo tipo y por revoluciones científicas (término acuñado por Tomás Kuhn, 1975) que, de algún modo cambiaron las estructuras y dinámicas sociales. De allí que históricamente se conozcan varias revoluciones científicas y tecnológicas, pero hay tres que han sido fundamentales para abrir las puertas al progreso y al cambio en el mundo y, sobre todo, la que hoy estamos viviendo podría crear espacios para una nueva forma de relación social, de visión del mundo y de inclusión social.

La primera de esas revoluciones fue **la Industrial** (último tercio del siglo XVIII) donde la mano de obra es desplazada por el trabajo mecánico, comienza la modernidad y la tecnología libera al hombre del trabajo físico; **la segunda fue la Revolución Eléctrica,** a finales del siglo XIX, por cuanto aquí la energía y la electricidad son el motor del desarrollo; y, finalmente, la tercera, -donde estamos en este momento- **la Revolución Digital**, mediados del siglo XX donde la computadora y el microchip transformaron todas las distintas y disímiles tareas del hombre.

Todas ellas, de alguna manera, propiciaron nuevas formas de organización del trabajo y de la producción. Así se llegó a la modernidad y, para mediados del siglo XX, se comienza a transitar por el paradigma de la postmodernidad ligado a las consideraciones de la historia y de las ciencias humanas contemporáneas (Lyotard, 1998). Estas revoluciones demuestran que el diferencial de permanencia de una tecnología específica en el tiempo, ha ido decreciendo conforme la evolución sigue su rumbo. En lapsos cada vez mas cortos, las tecnologías pierden su compatibilidad con el entorno tecnológico que las envuelve y surge una ruptura, un cambio tecnológico que demanda nuevas formas de producción, de relaciones y de reordenamiento social. Así, la producción de una determinada tecnología en un momento histórico condiciona su contenido y los usos que se hacen de ella en su desarrollo futuro (Castells, 2001).

El pensar la relación entre la tecnología y medios de comunicación permite hacer algunas reflexiones: Por un lado, la técnica está ligada a un proceso histórico inmanente al hombre donde no sólo se ha manipulado algo, sino también se ha producido, innovado, y, a partir de esto, se ha dado una evolución que -indiscutiblemente- como dice Heidegger (1994:10) "en la técnica hay un pensar"; por la otra, los medios construyen percepciones y pensamientos, transmiten contenidos, cultura, formas de ver la vida y de concebir el mundo en un tiempo determinado. Hay en éstos una combinación de dos elementos de vital importancia: técnica y contenido.

Sin embargo, como nunca antes, la aparición de medios digitales impone una nueva forma de socialización con una técnica muy distinta a la tradicional. Por un lado, millones de personas se conectan diariamente en el ámbito mundial y tienen acceso a estas tecnologías (aunque un gran número de personas no), y, por la otra, la producción de contenidos propios no está determinada por las grandes cadenas económicas que financian la producción de un periódico, una televisión o una estación de radio, además de imponer una forma de ver el mundo de manera determinada.

Ahora es posible crear contenidos sin la mediación de los sistemas de producción tradicionales, abrir espacios para la participación, la inclusión, la diversidad, éste es el gran reto: entender que efectivamente se puede hacer un periodismo distinto a través de los medios digitales donde se incluyan a los excluidos, a los invisibles, a la cultura propia, al hacer colectivo de una sociedad , sustituir la apropiación de contenidos fo-

ráneos por la producción de los propios, representar el hoy de la ciudad, la vida cotidiana, la verdadera heterogeneidad.

Lo importante es hacer uso de las grandes potencialidades que ofrecen los Cibermedios para escribir una nueva historia donde lo humano figure en la primera página.

2. Los medios en el contexto social

El entretejido cultural y social de un país se debate en el contenido expuesto en los medios de comunicación, en los mensajes, las visiones del mundo, los aspectos que se seleccionan como noticia, información, acontecer local, nacional e internacional, en esa visión del mundo seleccionada como "Lo actual", sin considerar otras historias que son parte de ese mundo cotidiano.

Vattimo (1989) señala que la llegada de los medios masivos de comunicación fue tan importante históricamente que marcó un hito entre el fin de la modernidad y el comienzo de la postmodernidad, pues los medios caracterizan a la sociedad, presentan las concepciones del mundo, transmiten la subculturas y hacen la sociedad más compleja. Pero el hecho de que haya surgido la sociedad de los mass media, no hace que ella sea más transparente, sino que la transforma en algo mucho más complejo y caótico, porque, a diferencia de lo planteado por Adorno (1977), la sociedad no se estereotipó ni homologó debido a los medios, sino que ellos dotaron al mundo de una pluralidad absoluta, con diversas visiones del mundo, surgidas de la libertad de expresión.

Esta diversificación de la información deja de ser objetiva porque cada uno informa, emite, quiérase o no, una opinión, que desemboca en tantas visiones de la realidad que hace que ella misma parezca mentira, hay una multiplicidad de expresiones que pudiera finalmente minar la cooperación. La difusión de la comunicación viene a banalizar todo mensaje pues los medios confieren un carácter de precariedad y superficialidad a los contenidos, "su profundidad y autenticidad son cosas que no se pueden esperar de la experiencia estética tardo-moderna dominada por la potencia de los mass-media, ellos debilitan la realidad" (Vattimo, 1989:150).

Vattimo (1989) menciona como una de las patologías producidas por los medios de comunicación en la postmodernidad el estándar estético antinatural donde las mujeres tienen cuerpos increíblemente delgados

o voluptuosos en demasía, gracias a la cirugía plástica, u hombres musculosos y fornidos sin el menor atisbo de gordura. Destaca que cada vez son más jóvenes los que tienen una visión distorsionada de la realidad. Esta patología postmoderna es la enfermedad que surge de un trastorno social generado por los *mass media*, entre ellas están: la bulimia, la anorexia y la vigorexia (trastorno en el que hay una obsesión por la masa muscular).

En esa interrelación de visiones y relativo caos, Vattino (1989:152) dice que es donde está "la esperanza de liberación basada en la oscilación, la pluralidad, el desarraigo, la liberación de las diferencias", y, acorde con lo expuesto por Benjamín (citado por Vattimo, 1989:142) afirma que "la experiencia estética está relacionada con el desarraigo, el extrañamiento que exige una labor de recomposición y readaptación cuyo elemento nuevo para comprender la experiencia estética es la oscilación". Sobre este aspecto coincide, Castells (2001) al plantear que el arte es cada vez más una expresión híbrida de materiales virtuales y físicos y puede convertirse en un puente cultural fundamental entre la red y el yo.

Para Castells (2001:231) la comunicación depende principalmente de la existencia de protocolos de significados y, el más importante de ellos es el arte en todas sus manifestaciones. "El arte ha sido siempre un protocolo de comunicación para restaurar la unidad de la experiencia humana por encima de la opresión, la diferencia y el conflicto, es un instrumento de reconstrucción social". Vattimo (1989) concibe este proceso como la oportunidad para la creación de un nuevo ser, quizá por fin humano.

Tres aspectos fundamentales menciona Vattimo (1989) relacionado con los medios de comunicación: El aplastamiento del arte como producto de los mass media; el sentido del ser (Heidegger, 1991) como experiencia estética, refiriéndose a que el encuentro con la obra de arte es hallarse con una persona que tiene una visión propia del mundo con la cual la nuestra ha de confrontarse, a través de ella se funda un mundo como una apertura histórica del ser; y, como tercer punto, el problema del arte, refiriéndose a Benjamín (1989) quien plantea que el significado estético se identifica con la historia, su fortuna, la recepción en la cultura y en la sociedad y no en función del valor de uso y de cambio. Lo anterior plantea el problema del arte en la sociedad postindustrial.

Para Colom y Melich (2005:57), la postmodernidad sigue teniendo sentido porque está ligada al hecho de que la sociedad en que vivimos es una sociedad de la comunicación generalizada, la sociedad de los medios de comunicación. "Estos medios indudablemente son factores determinantes de la transmisión y reproducción de los esquemas de los no valores".

En el tema del papel de los medios de comunicación en la sociedad el cambio de actitud juega un papel primordial en el sentido de ver más allá de un simple sistema técnico y entender las mutaciones sociales y las dimensiones que ellos producen, aquí se combinan tres elementos fundamentales: la tecnología, la cultura y lo social, como diría Wolton (2000), lo esencial está en la relación entre un sistema tecnológico, el modelo cultural individualista y la realidad social de la democracia de masas.

3. Medios digitales y democratización de la información

La democratización de la comunicación no se decreta. La sociedad de la información abre puertas para que un verdadero proceso democratizador pueda darse en el ámbito de la comunicación, de manera natural, sin imposiciones legales u acuerdos internacionales que han demostrado poca eficacia para esta materia. La posibilidad de crear contenidos no mediatizados por las grandes empresas de comunicación, sino a través de páginas Web, leídas en el mundo por más de 800 millones de usuarios, crea posibilidades y campos distintos a los tradicionales en esta materia. El Banco Mundial (2005) señala que aquello que diferencia realmente a los países ricos de los países pobres, no es el mayor ingreso por persona de recursos, sino el acceso que tienen sus pobladores al conocimiento útil para el mejoramiento de la calidad de vida.

Internet es el resultado de la apropiación social de su tecnología por parte de usuarios/productores y es posible que la interacción entre los medios de comunicación e Internet siga un curso similar, ella es un medio privilegiado para la transformación de las prácticas culturales (Castells, 2001).

Hoy la red más grande de todas las redes (Internet) tiene más de 100 millones de Host en todo el mundo; unos 888 millones de usuarios y un crecimiento en los últimos años de 146%. Hay servicio de compra, educación, entretenimiento, información, actualidad, moda, religión, los más diversos y plurales temas. Allí hacen vida medios digitales que ahora no son vistos como una comunicación uno a muchos (medios tradicio-

nales) sino de muchos a muchos cambiando radicalmente la forma de relacionarse los individuos, los ciudadanos y, sobre todo, la expresión cultural de un contexto determinado. A través de los medios se expresa las distintas formas de hacer gobierno, se visualiza lo que cada ciudadano pueda decir como emisor, sin restricción alguna. Una gran promesa de la tecnología digital es romper con el monopolio jerárquico de los medios tradicionales en el que un pequeño grupo controla la producción y la tecnología y abrir espacios para la diversidad y la participación.

En la recién finalizada década de los noventa esto era impensable, muchos persiguieron el sueño de la convergencia entre el computador, los medios e Internet y quizás uno de los mayores logros fue el hipertexto, la creación de las páginas Web -aún sin videos- y el crecimiento exponencial de la red a nivel mundial.

Hace menos de 5 años era poco probable la convergencia de medios: la confluencia del impreso con el audiovisual era algo irreal puesto que las características técnicas de Internet permitían el manejo del audio (radio) pero con condiciones muy limitadas para el video. La profunda reestructuración de la comunicación en los últimos años, la amplitud del ancho de banda, la velocidad de transmisión, el crecimiento de la infraestructura tecnológica -dominada por un pequeño grupo de empresas a nivel mundial- y la misma digitalización hizo que todo esto cambiara. Hoy hay una abierta libertad de expresión por la red, un crecimiento exponencial en cuanto a su uso que no puede ser controlado por las grandes empresas de comunicación, además de la fusión de todos los medios de comunicación más las posibilidades que ofrece este mundo digital. Estamos viviendo una nueva era en las comunicaciones, en el reordenamiento social y cultural del mundo. Nuevas formas de sociabilidad, de participación ciudadana y movilidad social basada en la interactividad, la globalización, la instantaneidad informativa.

Castells (2001) afirma que el mundo de la comunicación está atravesando una extraordinaria transformación a nivel *glocal* (transmitiendo para lo global y lo local al mismo tiempo). Los departamentos de redacción de los periódicos están siendo transformados debido a Internet, no sólo por tener que incluir información instantánea y actualizada en sus distintas páginas, sino también por tener variadas y distantes fuentes de información a la mano, lo que lleva a un procesamiento continuo de información. No son noticias de ayer, sino de ahora, del momento, con la voz en vivo, el texto ampliado, distintas referencias, amplitud de datos,

gente opinando a través de los blogs, imágenes en movimiento. Una nueva forma de comunicación impensable, pero real.

El cambio socio-técnico ha sido acelerado en los últimos años, aunque muchos contenidos parecieran reproducir la vieja guardia de los medios masivos, hay intentos novedosos de conglomerar las posibilidades de los medios tradicionales con las ofertas digitales. Si bien es cierto que de manera tímida los tradicionales medios incursionaron en el formato digital, entre otras razones, por no creer en su potencialidad y en los cambios paradigmáticos que están imponiendo, además de no ver rápidamente la rentabilidad del negocio, hoy pareciera existir un proceso más híbrido que totalmente digital. El gran temor es conseguir más de lo mismo en un formato dispuesto a transformar las tradicionales formas de hacer comunicación, la manera en que cada cultura pudiera hacer suya la tecnología con relación a su universo social, mental y cultural.

Se está hablando de modos de comunicación diferentes donde lo importante tiene que ver con los contenidos, con los estilos y la esencia de los medios digitales más que con la técnica. Ésta última avanza en los países desarrollados, en las principales potencias económicas y financieras del mundo quienes son propietarias de las industrias de la comunicación y la información, sin embargo, los contenidos deben producirse en sus respectivos contextos para evitar las transferencias culturales, la asimilación de situaciones y patrones distintos a los propios, fortalecer la identidad, abrir espacio para nuevos modos de saber y de producir de manera innovadora.

El tipo de comunicación que prospera en los medios digitales está relacionada con la libertad de expresión en todas sus manifestaciones, se utilizan fuentes abiertas, emisión libre de mensajes, interacción continua. Hoy se puede satisfacer la demanda latente más importante que existe en el contexto mundial: la demanda de expresión libre interactiva y creación autónoma, frustrada por la visión del sector tradicional de los medios de comunicación.

Castells (2001) señala que el surgimiento de nuevos modelos de comunicación, de una nueva cultura, puede identificarse gracias al funcionamiento simultáneo de cinco procesos: **Integración**: la combinación de formas artísticas y tecnología para establecer una forma híbrida de expresión. **Interactividad**: la capacidad del usuario para manipular e influir directamente en su experiencia con los medios de comunicación y

de comunicarse con los demás a través de estos mismos medios. Los **Hipermedios**: la interconexión de elementos mediáticos para crear un rastro de asociación personal. **Inmersión**: capacidad para entrar en la simulación de un entorno tridimensional. **Narratividad**: Las estrategias estéticas y formales que se derivan de los conceptos anteriores y que dan como resultado formas y presentaciones de medios no lineales. Quizá la transformación cultural sea más compleja de la que nosotros pensamos.

En el contexto de los medios digitales, la democratización se transforma hoy en la posibilidad de alcanzar un desarrollo aceptable para todos y lograr que se respeten las libertades y los derechos humanos a través del acceso a la educación, la salud, la alimentación, el empleo, la aceptación de las diferencias, tener mayor libertad de expresión, facilidades para exponer distintos y diversos puntos de vistas, incluir a quienes por muchos años no han tenido la mínima esperanza de participación y de opinión.

Piscitelli (2000) afirma que en las sociedades democráticas la comunicación entre ciudadanos y sus representantes es una columna vertebral que ha sido directamente afectada por las transformaciones de las tecnologías de la comunicación. Cuánto saben los ciudadanos de lo que sus representantes hacen y en qué medida la eficacia de sus comportamientos puede ser reorientada por aquello que está directamente ligado a la cantidad y calidad de información que circula en la esfera pública. Una de las grandes promesas de los medios digitales es cuestionar el monopolio jerárquico de los medios masivos buscando revitalizar la democracia ciudadana.

Si el verdadero sentido democrático implica el derecho a la libertad de expresión, la tolerancia y la igualdad de acceso a las oportunidades de la información, pero, sobre todo, si la democracia implica la participación y la corresponsabilidad en la toma de decisiones, la tarea como ciudadanos es trabajar para conquistar esos derechos. Es, de alguna manera, entender que la participación, el respeto a los derechos y la posibilidad de que la gente de alguna manera exprese sus ideas libremente, favorecerá cualquier sistema.

La democratización no puede concebirse sólo con mejoras en servicios, salud, educación, infraestructura sino, sobre todo, con la posibilidad de acceso a Internet a los ciudadanos, porque esta red no es sólo tecnología, es la forma organizativa que distribuye el poder de la informa-

ción, la generación de conocimientos y la capacidad de conectarse en red en cualquier ámbito de la actividad humana. El desarrollo sin Internet sería equivalente a la industrialización sin electricidad durante la era industrial. "Sin una economía y un buen sistema de gestión basados en Internet, es prácticamente imposible que un país sea capaz de generar los recursos necesarios para cubrir sus necesidades de desarrollo, sobre una base sostenible", esto lo demuestra el informe de desarrollo humano de las Naciones Unidas de 2001 (Castells, 2001:298).

La participación democrática es la única vía de insertar al individuo en el mundo, como forma válida de reconocer al sujeto en tanto sujeto. Es el único mecanismo para avalar al ciudadano y dotarlo de los derechos y obligaciones que le permiten participar en la toma de decisiones siendo corresponsable de los destinos del pueblo o de la comunidad de la que forma parte.

4. Piedras en el camino

Para nadie es un secreto que todas las actividades humanas están siendo modificadas por el fenómeno tecnológico desencadenado por las redes de comunicación a nivel global. Hay nuevas estructuras sociales conformadas en todo el planeta que de alguna manera permean la historia del hombre, de las ciudades, de las instituciones. Al igual que otros cambios estructurales anteriores dados en la humanidad éste está sometido a contradicciones y diferencias surgidas no solamente por los que tienen o no acceso a la red, sino por una serie de acciones que subyacen en este proceso, como aquellos que aspiran y quieren mantener el dominio y la opresión sobre los otros. Crear una mejor sociedad pareciera verse como una utopía, aunque en estos albores de la era de la comunicación serán muchas las utopías que podrán alcanzarse, así como también se abrirán espacio para otras nuevas.

Encaminarse hacia la democratización de la información, a la igualdad, la participación, al uso mayoritario, a los modos de relación de la gente con la tecnología es un trabajo donde deben confluir decisiones políticas y sociales. Los medios digitales abren espacio para esta tarea pero es necesario vencer algunas barreras y limitaciones que hoy hacen vida con el fin de mantener viejas prácticas comunicacionales, una de ellas es, en primer lugar, solucionar el problema de acceso a las tecnologías en cuanto a permitir socializar la posibilidad de que más ciudadanos

puedan conectarse a las redes de comunicación, esto último requiere políticas públicas, inversiones significativas y decisión por parte de los entes gubernamenatales. También es importante reducir las inequidades y desajustes presentes hoy de una manera decidida y comprometida -por parte de los gobernantes- como única forma de avanzar en el desarrollo social y humano del cual gozan hoy otros países.

La brecha digital debe ser entendida como expresión y resultado de las demás brechas sociales, pero es el factor que podría unir y desencadenar el verdadero camino hacia el desarrollo y el avance de los pueblos. Hace falta una política de Estado para reducirla, no sólo con la dotación de equipos tecnológicos, sino, sobre todo con una educación orientada al uso de la tecnología, a la producción de contenidos, al crecimiento ciudadano ligado a esta nueva forma de concebir y relacionarse con el mundo. No deben ser decretos, sino acciones y convicciones.

Por otra parte, la educación debe considerarse en este proceso como una forma de reorientar el pensamiento, las nuevas formas de trabajo, las posibilidades de ascenso social y, sobre todo, de desarrollo local a través de la interacción social y educativa. Es fundamental generar contenidos propios, utilizar la red como forma de visibilidad colectiva y no sólo como búsqueda y consumo de información. Debe existir un plan generalizado de alfabetización digital, en el sentido de enseñar el uso de la tecnología como algo cotidiano en todos los órdenes sociales.

Hay una gran posibilidad de democratizar la información y abrir espacios de participación ciudadana, de confluencia de ideas y de apertura para conocer los más distintos y plurales problemas. El arma está en conquistar los espacios públicos de expresión frente a los grandes conglomerados de información global; aprovechar la tecnología para eliminar las barreras de acceso a los medios, a la producción y construcción de sus contenidos, esto permitirá expandir y profundizar los derechos humanos a la vez que se reconocerá la libertad de expresión, de información y de comunicación como la mejor forma de organizar a los ciudadanos y de hacer mejor democracia.

Bibliografía

Banco Mundial (2005). "Informe sobre el desarrollo mundial". Disponible en: www.wds.worldbank.org (Consulta: 2005, mayo 25).

Benjamín, Walter (1989). **Discursos Interrumpidos I**. Buenos Aires, Taurus.

Castells, Manuel (2001). **La Galaxia Internet**. España, Plaza Janés.

Colom, Anthony y Melich Joan (2005). **Después de la Modernidad. Nuevas filosofías de la educación,** España, Paidós.

Heidegger, Martín (1994). **Conferencias y artículos**. Barcelona, Ediciones del Serbal.

Heidegger, Martín (1991). **Ser y Tiempo**. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

Kuhn, Thomás (1975). **La estructura de las revoluciones científica**s. Madrid, Fondo de Cultura Económica.

Lyotard, Jean (1998). **La Condición Postmoderna**. Madrid, Cátedra.

Piscitelli, Alejandro (2002). **Ciberculturas en la era de las máquinas inteligentes.** Buenos Aires, Paidós.

Vattimo, Gianni (1989). **La Sociedad Transparente**. Barcelona, Editorial Paidós.

Documento

QUÓRUM ACADÉMICO
Vol. 4, Nº 1, enero-junio 2007, pp. 131 - 135
Universidad del Zulia • ISSN 1690-7582

InveCom: sin relevo y sin testigo*

María Isabel Neüman*

Luego de 15 años de inactividad grupal en Venezuela, una muy nueva generación de investigadores de la comunicación se reúne para reconocerse dentro de esta actividad y fundar una organización que los agrupe. Sin embargo el escenario en el cual debuta ha cambiado sensiblemente desde que cesaron las actividades de asociaciones previas de la misma naturaleza e intereses.

Por un lado la actividad de investigar se encuentra en plena transformación por la gran turbulencia que se observa al principio del Siglo XXI en la práctica de producción de conocimientos. Los sistemas científicos y humanísticos están bajo revisión desde mediados del Siglo XX y este cuestionamiento se ha profundizado sobre la idea del progreso infinito, la pertinencia del método científico y la aplicación de sus resultados al bienestar de la humanidad.

Frente a la certeza del método científico tradicional surge la crítica a la objetividad y externalidad del investigador. Frente a la pretensión de explicar el mundo, surge la demanda de comprender los fenómenos estudiados y frente a la universalidad de las leyes y teorías, se comienza a reconocer los límites de esas teorías y la imposibilidad de generalizar. Es decir, un cuestionamiento a los fundamentos clásicos de la ciencia que a su vez lleva a la incertidumbre en el pensamiento moderno.

Por otro lado también el proceso de la comunicación humana ha cambiado bajo los influjos de la denominada revolución de las tecnologías de la comunicación. Desde el invento del alfabeto, la humanidad ha producido herramientas para ampliar sus capacidades comunicativas y

* Conferencia dictada en ocasión de la fundación de la Asociación de Investigadores Venezolanos de la Comunicación, Isla de Margarita, Mayo 26 de 2007.

** Presidenta de InveCom. Directora del Centro de Investigación de la Comunicación y la Información, CICI. Correo electrónico: mneuman@cantv.net

superar los límites físicos de tiempo y espacio. Las tecnologías de la información y la comunicación vienen a representar un salto cuántico en la superación de esas limitaciones dejando anacrónicas a las teorías clásicas de la comunicación y abriendo las puertas a nuevas oportunidades y también a nuevos problemas.

Estos escenarios son diferentes como lo es la emergente generación de investigadores de la comunicación en Venezuela. La actividad de investigación de la comunicación en el país ha tenido poca visibilidad por más de quince años pero la trayectoria y continuidad del postgrado en comunicación, especialmente en el occidente del país, comienza a hacer notar sus resultados, formándose la masa crítica necesaria para dar respuesta a una convocatoria como la de InveCom 2007.

Sin embargo, no se podría afirmar que los nuevos investigadores representan el relevo de la anterior generación por la gran discontinuidad que éstos presentan con los fundadores de la investigación de la comunicación en el país y tampoco parece evidente que exista una generación de investigadores intentando pasar el testigo a otra que le sucede.

Breve recuento del desarrollo de la investigación de la comunicación en Venezuela:

El desarrollo de la investigación de la comunicación en Venezuela data de los años 60 y ha ido evolucionando cercanamente al resto de la práctica investigativa en comunicación de Latinoamérica.

Antes de la década de los sesenta aparecieron algunas investigaciones de carácter histórico como fueron los trabajos de Pedro Grases, Jesús Rosas Marcano y Humberto Cuenca, entre otros. Pero luego, el interés se centró en los estudios sobre los medios de comunicación y sus efectos.

Los años setenta representan la década más productiva de la investigación de la comunicación pues surgen investigadores que como Antonio Pasquali, producen una obra de repercusión en toda Latinoamérica y la actividad se institucionaliza agrupándose los investigadores en la Asociación Venezolana de Investigadores de la Comunicación, AVIC, y celebrándose reuniones y encuentros periódicos en los cuales participan las universidades más representativas.

En esta década surgen los estudios sobre políticas comunicacionales logrando influir en las decisiones de planificación de políticas en el sector con repercusiones internacionales como fueron los aportes de los grupos de investigación de Caracas en la formulación de políticas de co-

municación en Nicaragua durante el primer gobierno de Carlos Andrés Pérez.

El primer Encuentro de Investigadores de la Comunicación se lleva a cabo en 1971 en la Universidad del Zulia; la AVIC se funda en 1976 y en 1978, con el impulso de Antonio Pasquali, el boliviano Luís Ramiro Beltrán y el español-colombiano Jesús Martín Barbero, entre otros, se crea la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación.

La década de los ochenta arrastró una depresión económica en Latinoamérica que se reflejó en el decaimiento de las organizaciones que promocionaban la investigación en Ciencias Sociales, como la UNESCO. Surgen regímenes autoritarios en varios países de la región y la investigación de la comunicación en Venezuela queda reducida al área privada orientada especialmente a los estudios de audiencia y de opinión pública. Contrapuestos a esta tendencia aparecen a finales de la década los estudios sobre los medios alternativos que lamentablemente no tuvieron continuidad.

Entre el 4to Encuentro de Investigadores y el 5to, pasaron 10 años (1981-1991) y finalmente las manifestaciones de la investigación de la comunicación se tornaron esporádicas y limitadas regionalmente.

Una muestra de la escasa visibilidad de esta actividad es que por muchos años sólo circuló con periodicidad una revista especializada en comunicación: la revista Comunicación del Centro Gumilla.

En la década del noventa se comienza a sembrar lo que para el presente siglo puede significar la reactivación de la actividad de investigación de la comunicación en el país: los postgrados en comunicación social que básicamente se desarrollan en instituciones universitarias de la ciudad de Maracaibo. Estos programas ya cuentan con una trayectoria continua de más de 10 años y han formado un grupo de nuevos docentes e investigadores en comunicación.

La investigación en los postgrados sigue tres líneas principales: Tecnologías de la Información y Comunicación, Sociosemiótica de la Comunicación y Gerencia de la Comunicación. Pero la vigencia de la temática comunicacional a nivel mundial hace posible que surjan nuevos discursos y saberes desde miradas inter y transdisciplinarias.

Como hechos puntuales de esta década destacan además de la creación de los postgrados: la reorganización de la ALAIC en Caracas en 1996; la fundación del Centro de Investigación de la Comunicación y la

Información (CICI), en la Universidad del Zulia en 1997, el cual se ha convertido en el centro de investigación del país con más proyectos de investigación y más investigadores adscritos al Programa de Promoción al Investigador y la reactivación de la participación de los investigadores en los eventos internacionales.

¿Cómo surge InveCom?

La trayectoria de más de 10 años de los postgrados en comunicación comienza a dar sus frutos. Son los egresados de esos postgrados los que responden a la convocatoria de la ALAIC, en la persona de su presidente, Erick Torrico, para constituir una asociación de investigadores en Venezuela. Esa convocatoria se realiza en el 2005 en una reunión entre los investigadores de las cuatro universidades de Maracaibo que ofrecen programas en Comunicación Social y el presidente de ALAIC. Los docentes-investigadores son egresados de los postgrados y su práctica de investigación no es de larga data, pero ya constituyen la masa crítica necesaria para dar inicio a este movimiento.

En octubre de 2006 se concreta la propuesta y se acuerda convocar a un primer congreso fundacional designando al Comité Organizador. El Centro de Investigación de la Comunicación y la Información se encuentra celebrando su décimo aniversario y se acuerda apoyar e impulsar la iniciativa en el marco de esa celebración. En diciembre se invita a presentar las experiencias de investigación.

En la convocatoria para las ponencias se dejó abierta la temática para captar los intereses en curso de los participantes de lo que resultó que se aceptaron 51 ponencias de 64 investigadores que luego se agruparon en las siguientes áreas: 32% en Tecnologías de la Información y la Comunicación, 20% en Comunicación, Cultura y Sociedad, 18% en Comunicación y Comunidad y 10% respectivamente en Sociosemiótica, Gerencia del Conocimiento y Epistemología y Enseñanza de la Comunicación.

Hemos abierto un espacio especial para los investigadores de trayectoria e inauguramos InveCom con cuatro investigadores que han aceptado fundarla en condición de Investigadores Eméritos: Eleazar Díaz Rangel, Director del diario Ultimas Noticias; Emperatriz Arreaza, Presidenta de la Fundación Manuel Trujillo Durán y Elda Morales y Ana

Irene Méndez, reconocidas investigadoras de la Universidad del Zulia. Ellos nos honran con su confianza y solidaridad.

En este 1er Congreso de InveCom todos los participantes son ponentes y el 71% pertenecen a la nueva generación de investigadores de la comunicación. Realmente el futuro de InveCom como organización se encuentra en las manos de Ustedes, de su interpretación de estos tiempos y de su grado de compromiso con los emprendimientos grupales. ¡Éxito!

Reseña Bibliográfica

QUÓRUM ACADÉMICO
Vol. 4, Nº 1, enero-junio 2007, pp. 139 - 142
Universidad del Zulia • ISSN 1690-7582

Nubiola, Jaime y Zalamea, Fernando.
Peirce y el mundo hispánico.
Eunsa, Pamplona, 366 págs. 2006

En muchos aspectos, este libro puede leerse como una muy profesional obra de *scholarship*. Ciertamente, su público inmediato reside en el conjunto de estudiosos castellanohablantes del pensamiento de Charles S. Peirce (1839-1914), científico y filósofo fundador del pragmatismo. Además, el libro mismo está planteado a modo de informe y recopilación histórica y bibliográfica, tanto del viaje que Peirce realizó a España en 1870 como de la extensa colección de libros, artículos y traducciones en castellano sobre Peirce desde finales del siglo XIX hasta finales del siglo XX (de ahí el oportuno subtítulo "Lo que C. S. Peirce dijo sobre España y lo que el mundo hispánico ha dicho sobre Peirce"). No obstante, y sin salir del terreno escolar, el libro tiene su propia personalidad en que representa "la primera percepción de conjunto, *realizada en cualquier idioma*, sobre las relaciones *detalladas* entre Peirce y una comunidad académica *específica*" (p. 10).

La obra, escrita por un filósofo y un matemático, se divide en dos partes. En la primera ("Peirce y España), tras una sumaria presentación de la figura de Peirce y del pragmatismo –resumido en la máxima evangélica "por sus frutos los conoceréis" (pp. 29-31)–, Nubiola se sumerge en la tarea arqueológica de reconstruir el paso de Peirce por España (pp. 33-68), que llegó a Andalucía buscando asentamientos donde observar un eclipse de sol a cargo del *United States Coast Survey*, y salió dos semanas después por Irún. Fascinado por la Alhambra de Granada y por los cuadros y esculturas que vio en Madrid, no obstante, "su impresión gene-

ral de España no debió de ser particularmente positiva y guarda relación con el retraso cultural y económico de nuestro país a lo largo del siglo XIX respecto de las potencias europeas" (p. 61). Esta impresión negativa es corroborada en la siguiente sección (pp. 69-95) por varios extractos de recensiones y cartas al director publicadas en la revista *The Nation* y por la escasez de españoles entre las listas de grandes hombres que Peirce elaboraba periódicamente. Aunque, por contrapartida, Peirce prestó una atención considerable a la gramática española e investigó algunas peculiaridades del vascuence o euskera. A continuación (pp. 97-113), Nubiola detalla las relaciones de Peirce con tres científicos españoles: el general Ibáñez de Ibero, que presidía la Asociación Geodésica Internacional ante la cual Peirce presentó sus trabajos sobre la oscilación del péndulo; el matemático Reyes y Prósper, primer lector hispánico de Peirce, con el que mantuvo correspondencia; y el premio Nobel Ramón y Cajal, que impartió una serie de conferencias en 1899 a las que casualmente Peirce asistió.

Esta primera parte se cierra con una sección dedicada a detallar los autores de origen hispánico que aparecen en la obra de Peirce (pp. 115-134) y otra en la que se discuten dos "enigmas" peirceanos (pp. 135-143). Respecto a los autores hispanos, Nubiola destaca, entre otras cosas, lo bien que comprendió Peirce el supuesto papel del averroísmo en el declive de la Escolástica, subrayando cómo "para Peirce, admirador de la Escolástica primera, la decadencia del pensamiento se produce por el agotamiento de las consecuencias deductivas de la teoría si no se aportan nuevos datos experimentales" (p. 124). La última sección a cargo de Nubiola expone las dudas sobre si realmente Peirce añadió el "Santiago" a su nombre en los últimos años de su vida como homenaje a su amigo William James y, seguidamente, rebate la tesis sobre el origen gitano de Juliette Froissy, segunda esposa de Peirce. Finalmente, como anexo a esta primera parte se incluyen una traducción parcial de "Garrulities of a Vulgar Arithmetician" (1892-1894), donde Peirce alude a la España medieval, y el primer artículo en castellano dedicado específicamente a Peirce, escrito en 1892 por Reyes y Prósper.

La segunda parte del libro ("Bibliografía peirceana hispánica (1883-2000)") consiste en una concienzuda revisión bibliográfica a cargo de Zalamea, compuesta por un estudio crítico (pp. 169-204) y un catálogo razonado de la producción hispánica sobre Peirce (pp. 205-359). Así, su análisis de los textos revela que la recepción inicial de Peirce en el

mundo hispánico fue muy pobre prácticamente hasta la década de 1980, en que empiezan a publicarse –sobre todo en España– el resultado de investigaciones serias, tesis doctorales y traducciones de textos peirceanos. Dicho "despegue" continua y se amplía en la siguiente década, gracias también a la conexión de investigadores españoles e iberoamericanos a través del Grupo de Estudios Peirceanos (pp. 171-179). Pero, sin duda, la estrella de esta parte está en lo que su autor denomina "espectro correlativo de la bibliografía peircena hispánica", donde, reduciendo cada texto sobre Peirce a una serie de palabras clave, Zalamea concluye cómo "la recepción en español de la obra de Peirce repite así los mismos cánones de la recepción peirceana allende el mundo hispánico: Peirce entendido sobre todo como 'padre' genérico del pragmatismo, como fundador moderno de la semiótica y como un 'gran' lógico" (p. 184). Asimismo, el análisis de Zalamea destaca la atención prestada al realismo como una característica propia del mundo hispánico (p. 187) y señala que la recepción hispánica de Peirce se dio sobre todo desde las ciencias humanas (filosofía, semiótica, literatura), descuidando con ello el acercamiento al Peirce más científico (p. 193). El catálogo razonado con el que prosigue esta segunda parte constituye una herramienta utilísima para cualquier investigador que busque bibliografía específica, pues incluye más de 130 entradas –brevemente comentadas– de textos en castellano de autores hispánicos sobre Peirce, así como las traducciones de Peirce disponibles y una muestra representativa de traducciones al castellano de textos de autores no hispánicos.

Al margen de su interés puramente académico y "técnico" para los iniciados en Peirce, quizá lo más llamativo del libro es el atractivo que muchas de sus páginas tienen también para lector culto. A este propósito ayudan, en primer lugar, la profusión de fotografías, manuscritos y gráficos que ilustran cada sección del libro; en segundo lugar, la acertada indicación de que el interés general del viaje de Peirce a España reside en los comentarios "que un joven americano culto de 31 años puede hacer al descubrir Europa y comprobar sus notables contrastes respecto de la cultura norteamericana de su tiempo" (p. 36); y, en tercer lugar, lo mucho que sus autores dejan de sí mismos. Es imposible no reconocer al Zalamea de *Ariel y Arisbe* (2000) o de *Ariadna y Penélope* (2004) en su afición por los "péndulos" y "vaivenes", así como en su mirada matemática –incesante rastreadora de patrones y relaciones– al problema bibliográfico. De hecho, para el neófito resultan cuanto menos asombrosos los re-

sultados que obtiene Zalamea al reducir a unas cuantas *variables* los textos de la bibliografía peirceana hispánica. Asimismo, toda la parte de Nubiola está marcada por la convicción de su autor de que la articulación razonable y armónica de pensamiento y vida es en si misma una exigencia filosófica. De ahí que, en el fondo, esta parte pueda leerse como una manifestación del estilo "cuenta historias" tan característico de la actividad docente de Nubiola.

Juan Pablo Serra
Profesor de la Universidad de Navarra
jserra@alumni.unav.es

DIRECTORIO DE AUTORES

Olga Bravo

Profesora de la Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda, Coro, Venezuela.
Correo Electrónico: olgabravo@unefm.edu.ve.

José Ignacio Sánchez Vergara

Profesor de la Facultad de Arquitectura y Diseño. Universidad de Los Andes, Mérida, Venezuela.
Correo electrónico: ignaciosanchez3@gmail.com

Ruby Portillo

Profesora Titular de la Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.
Correo electrónico: rportillo@cantv.net

Lilia María Ferrer Morillo

Profesora Instructora de la Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela. Correo electrónico: lizferrer@gmail.com

Johandry Hernández

Estudiante de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.
Correo electrónico: johandryhernandez@hotmail.com

Elda Morales

Profesora Titular de la Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.
Correo electrónico: emorales16@cantv.net

Luz Neira Parra

Profesora Asociada de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.
Correo electrónico: luzneira14@cantv.net

Romina De Rugeriis

Maestrante de Ciencias de la Comunicación, mención Nuevas Tecnologías de la Información de la Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela. Correo electrónico: rominaderugeriis@hotmail.com

María Alejandra Montiel

Profesora Asociada de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.
Correo electrónico: maryalejandra@cantv.net

María Isabel Neüman

Profesora Titular de la Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.
Correo electrónico: mneuman@cantv.net

Juan Pablo Serra

Profesor de la Universidad de Navarra, España.
Correo electrónico: jserra@alumni.unav.es