

● Alejandra Phillippi y Claudio Avendaño
Santiago (Chile)

Solicitado: 14-12-2009 / Recibido: 15-10-2010
Aceptado: 12-11-2010 / Publicado: 01-03-2011

DOI:10.3916/C36-2011-02-06

Empoderamiento comunicacional: competencias narrativas de los sujetos

Communicative Empowerment: Narrative Skills of the Subjects

RESUMEN

El presente trabajo analiza las consecuencias educomunicativas de las transformaciones en la comunicación mediada por el proceso de digitalización. Se presenta una constatación empírica de carácter cualitativo en el uso de los medios masivos y las tecnologías digitales desde la convergencia digital de los soportes, la industria y la consecuente complementariedad de los formatos. En este sentido la televisión ha vivido un proceso de cambios de sus contenidos expresivos, entre otros aspectos al entregar interactividad, facilita la expresión de los sujetos, desde los distintos dispositivos tecnológicos. Así a nivel de los sujetos se observa que los nuevos dispositivos tecnológicos y sus nuevas gramáticas son usados en la medida que asumen un sentido en sus prácticas cotidianas y trayectorias biográficas. No obstante, las políticas de inclusión digital solo se han centrado en la maximización del acceso a equipamiento y en una alfabetización digital asociada a aplicaciones y no a las competencias narrativas de los sujetos. Por tanto, es necesario generar nuevas conceptualizaciones que permitan nuevas orientaciones metodológicas formativas en comunicación y educación que promuevan el uso de los nuevos espacios digitales emergentes como ciudadanos empoderados comunicacionalmente, es decir, competentes para relatar (habilidades expresivas) más específicamente relatarse (como individuo) y relatarnos (colectivamente). Finalmente, estos serán los espacios expresivos de la nueva televisión con sus expresiones ciudadanas, propiciados por los elementos convergentes de la tecnología digital.

ABSTRACT

This paper analyzes the educommunicational consequences of the transformations of mediated communication in the process of digitization. We present qualitative empirical evidence on the use of mass media and digital technologies from the digital convergence of media, the industry and the resulting complementary formats. Television, in particular, has experienced a process of changing its formats and expressive content by delivering interactivity, facilitating the expression of subjects by means of different technological devices. So from the perspective of the subject, it is observed that the new technological devices and their new grammars are utilized provided they contribute with meaning to his daily practice and biographical trajectory. Nevertheless, digital inclusion policies have focused only on maximizing access to equipment and digital literacy associated to technology applications and not to the narrative skills of the subjects. It is therefore necessary to generate new concepts that allow new methodological guidelines, in communication and education academic processes, to promote the use of new emerging digital spaces for communicational empowered citizens, that is, from competent to tell (expressive skills) to more specifically, tell oneself (as an individual) and tell us (collectively). Finally, these will be the expressive spaces of the new television with citizens' expressions, fostered by converging elements of digital technology.

PALABRAS CLAVE / KEYWORDS

Convergencia, políticas de comunicación, ciudadanía, empoderamiento, competencias narrativa.
Convergence, communicational policies, citizenship, empowerment, narrative competences.

◆ Alejandra Phillippi Miranda es Profesora de la Escuela de Periodismo de la Universidad Diego Portales de Santiago (Chile) (alejandra.phillippi@udp.cl).

◆ Claudio Avendaño Ruz es Profesor de la Escuela de Periodismo de la Universidad Diego Portales de Santiago (Chile) (claudio.avendano@udp.cl).

1. Introducción

Identificar los factores estratégicos de las directrices que orientan los futuros avances en el campo de la comunicación y educación, supone hoy comprender tres ejes fundamentales: la complejidad y el permanente cambio del sistema infocomunicativo, caracterizar a los «prosumidores» del mismo sistema y proponer posibles estrategias para potenciar las competencias narrativas (mediante los medios masivos y tecnologías de la información y comunicación) de los ciudadanos, partiendo por los niños y adolescentes.

El presente trabajo intenta dar cuenta de la necesidad de poder contar con una política de comunicación integral que aborde, desde el estado, las distintas dimensiones que implica el desarrollo de la industria infocomunicacional y, especialmente, las competencias narrativas que requieren los sujetos, para participar en la sociedad de la información. Lo anterior se fundamenta en investigaciones cualitativas que relatan, desde los propios sujetos, lo estratégico del sentido de los usos de los medios masivos y TIC en sectores excluidos socialmente.

2. De los medios industriales al sistema infocomunicativo

Aguaded (1999) señalaba que los cuatro elementos estratégicos a incluir en la educación para la televisión son: la familia, por constituir el espacio natural de uso de la televisión; la escuela, por su central función formadora; la sociedad civil, por la capacidad para «presionar» por una televisión para los ciudadanos; y los propios medios de comunicación, en tanto responsables de los contenidos y continentes que emiten. Probablemente estos cuatro elementos mediadores continúan siendo fundamentales, en tanto, desafíos para investigar los factores dinamizadores de la educación de la televisión. Sin embargo, el escenario ha cambiado, la complejidad que ha ido adquiriendo, en poco más de quince años, el sistema de medios masivos transformados por la digitalización de muchos procesos, situación que también afectó las instituciones básicas: desde la política a la escuela, desde la entretenimiento a la economía. Castells (1996) señala que se trata de cambios estructurales y no simplemente de innovaciones tecnológicas cosméticas.

Así hoy es posible constatar que existe una convergencia tecnológica desde las plataformas digitales que han modificado la industria y el consumo mediático. También aparece la inminente necesidad de comprender, en este nuevo contexto, las formas de uso y apropiación de los tradicionales soportes como la televisión y las instancias de participación simbólica que

adquieren las audiencias convertidas en «prosumidores», a partir de las opciones interactivas que ofrecen incluso los mismos canales en sus versiones en la web. En este sentido, es necesario considerar que los sujetos integran en una sola dieta, los «nuevos y viejos» dispositivos de comunicación (Tudela, Tabernero & Dwyer, 2008).

Por otra parte, los niños y los jóvenes han sido clave en la instalación y comprensión de dichos cambios a nivel cultural y no solo comunicacional. Constituyen, en muchos casos, la vanguardia en la adopción de las innovaciones sociales más amplias y también a nivel comunicativo. Mead (1971) indicaba que comienza a generarse un grupo etéreo de menor edad que produce sus propios sistemas simbólicos-culturales, incluso sin considerar totalmente las propuestas de las tradicionales agencias de socialización como la familia y la escuela. Probablemente, en este principio de siglo caracterizado por la velocidad de los cambios son precisamente los jóvenes y los niños los protagonistas de muchas propuestas simbólicas. Sin embargo, a esto también coadyuva el marketing y publicidad que amplifican su «protagonismo».

La complejidad creciente del fenómeno pone en cuestión las categorías usadas hasta el momento y que tienen –obviamente– validez para ciertos periodos históricos. Es razonable comenzar a reflexionar en nuevas categorizaciones para comprender desde una perspectiva derivada más desde lo cultural/comunicacional que desde lo etéreo (Saintout, 2006).

Las TIC tienen una creciente centralidad en la cotidianidad de los sujetos sociales de este siglo, las diferencias que provoca la brecha digital son todavía insuperables en muchos casos. Esto no es más que la expresión de diferencias estructurales que tienen su origen en lo sociocultural; entonces, deberíamos hablar más bien de una brecha social digital, de ahí la acción de casi todos los estados por diseñar e implementar programas a nivel de escuelas y las propias comunidades carenciadas que ayuden a minorizar las diferencias en el acceso y usos de las TIC. La brecha digital en su versión unidimensional, limitada al acceso, ha ido cambiando por una perspectiva multidimensional (Villanueva, 2006) lo que permite pensar el tema desde lo socio-comunicacional.

Ford (1999) ya utilizó el concepto de info-comunicación para describir que las TIC, así como los medios tradicionales constituyen un sistema integrado de creciente importancia no solo en la comunicación sino también como sector económico estratégico. Los nuevos dispositivos comunicacionales comprenden un conjunto de recursos digitales que pueblan la cotidiana-

neidad de los sujetos. No obstante, las diferencias sociales en que se instala lo info-comunicativo son múltiples y no solo se limitan al acceso al equipamiento, se relaciona con factores culturales. Ford (1999: 162) señala que «en el centro de todo esto está la diferencia abismal entre el poder cultural, tecnológico y económico de los 'mergers' y de la norteamericanización frente a las diversas y múltiples culturas».

3. De receptores a «prosumidores»

Diferentes estudios (UNICEF, 2010; Robinson, Ketsnbaum, Neustadt & Álvarez, 2002) indican que los dispositivos digitales tienden a tener similar importancia que la televisión en las prácticas cotidianas de niños y adolescentes. No obstante, si este fenómeno lo asociamos a las diferencias socioeconómicas, observamos que los niños y jóvenes de estratos de menos ingresos tienen bajo acceso a las TIC que los de sectores medios y altos. Estos parecieran seguir utilizando en forma relevante la televisión justamente por la falta de opción para usar los dispositivos digitales (Consejo Nacional de Televisión de Chile, 2009). Esto es especialmente relevante porque los usos sociales de lo infocomunicativo constituyen probablemente un cambio relevante. Jenkins (2008: 14) propone que la convergencia cultural es uno de los atributos de las prácticas comunicacionales emergentes. Entiende por tal «el flujo de contenidos a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y el comportamiento migratorio de las audiencias mediáticas dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento».

Esto sitúa a las prácticas comunicacionales en un plano simbólico-cultural, en el que los sujetos utilizan los dispositivos tecnológicos como una forma de poder simbólico (Lull, 2000), pero con una distinción central; ya no se trata solo de construcciones de significados a partir del visionado/lectura/escucha de los medios de comunicación industriales, la convergencia plantea la posibilidad de generar propuestas simbólicas que den cuenta de la experiencia de los propios sujetos, productos comunicacionales que en «forma y fondo» expresan sus particulares puntos de vista, sen-

saciones, que componen afectos e ideas para ser compartidas.

Lo relevante, además, es que dichas expresiones pueden ser compartidas no solo a nivel local/nacional sino en espacios regional/globales o más precisamente lo que Sinclair (2000) denomina las «regiones geolinguísticas».

Los sujetos tienen posibilidades de recibir y generar propuestas de sentido, a partir de la utilización de dispositivos del sistema info-comunicativo, son capaces de generar «relatos» o «micro-relatos» que les vinculen a preocupaciones y temáticas que involucren la propia experiencia como la de otros. No es solo expresar sino expresar con otros. En otras palabras, im-

Aparece la inminente necesidad de comprender, en este nuevo contexto, las formas de uso y apropiación de los tradicionales soportes como la televisión y las instancias de participación simbólica que adquieren las audiencias convertidas en «prosumidores», a partir de las opciones interactivas que ofrecen incluso los mismos canales en sus versiones en la web.

plica relatar desde sí mismo en un espacio en que se incluye la «otredad».

Estos espacios simbólicos de conversación son evidentemente de distinta naturaleza, van desde los «issues» propuestos por los medios masivos hasta los problemas del barrio; desde la percepción de lo medioambiental hasta la precariedad del empleo, desde críticas al sistema educacional hasta las propias experiencias afectivas.

Sin embargo, en todos estos planos no solo es necesario disponer de la «experiencia» a partir de la cual «relatar», ni de los dispositivos y la «alfabetización digital» que se necesita, es necesario disponer de un cierto capital cultural (Bourdieu, 1997). Si bien es cierto hoy es posible —a partir de las tecnologías digitales disponibles para algunos—, participar en experiencias comunicacionales más allá de sus territorios cotidianos, del aquí-ahora del día a día, no necesariamente implica tener «dominio» de la comunicación, dadas las diferencias de capital cultural y competencias narrativas. Tudela, Tabernero y Dwyer (2008: 103) indican dos ca-

tegorías al respecto: por un lado, el «nivel inicial» de uso que implica manejar el correo electrónico y la navegación por red y, por otra parte, hay un nivel «avanzado», lo que involucra la participación activa en la generación, producción, edición y distribución de contenidos.

No obstante, aunque se disponga de acceso a equipamiento computacional no necesariamente esto implica el manejo de recursos expresivos que los transforme en sujetos activos comunicacionalmente. En un trabajo realizado en Santiago de Chile, el PNUD

(Avenidaño & Phillippi (2009) sobre usos y valoraciones de las tecnologías digitales en sectores populares, mediante grupos focales y entrevistas etnográficas. Se constata que el sentido que los sujetos dan a Internet y a otros dispositivos digitales genera diferencia en cuanto al uso más allá de la comunicación (mail, chat) y «entretenimiento» (juegos), en otras palabras «nivel inicial».

Por otra parte, Phillippi y Peña (2010)¹, en un trabajo en desarrollo con mujeres usuarias de telecentros de acceso público, emerge la tendencia a un uso más intensivo por parte de aquellas mujeres que dan sentido a Internet, al mismo tiempo que manejan mayores distinciones en sus formas de navegación.

Entonces, en los usos que hacen los sujetos lo necesario es tener acceso, manejar elementos básicos de alfabetización digital, pero es especialmente relevante haber construido un sentido del uso de Internet, es decir, el pretexto que establecen los sujetos para relacionar su propia biografía (domiciliada socioculturalmente) a unos usos determinados. El concepto de usos sociales, en términos comunicacionales, se deriva de los trabajos de Lull (1999) con familias en Estados Unidos y el trabajo de Martín Barbero (1992) en Colombia a partir de las telenovelas. En ambos casos, los usos sociales

son determinados por el sujeto y su contexto micro/macro social, lo que permite la construcción de significados específicos.

Para ilustrar el concepto de sentido de los usos de Internet, se presentan cuatro casos que se derivan de los trabajos enunciados y de la experiencia de los autores en talleres de perfeccionamiento con docentes de aula:

a) Sentido: promesa de superación y anclaje. En la comuna de Lo Prado, al norponiente de Santiago en una población que fue construida durante el gobierno de Salvador Allende como resultado de una toma de terrenos por parte de personas sin casa, conviven tres familias: los suegros que habitan desde la construcción del inmueble, Evelyn, su marido e hija de 13 años y el otro hijo de los dueños se casa con su mujer. A la casa original se han ido acoplado una serie de habitacio-

Las políticas de comunicación de este siglo deben incorporar nuevas dimensiones en sus diseños, de manera de recoger los desafíos que plantean no solo los cambios tecnológicos y los nuevos modelos de negocio de la industria. Es imprescindible que se incorpore la nueva mirada, desde la comunicación y educación, que dé cuenta de la formación de un sujeto que participe comunicacionalmente en las nuevas posibilidades que ofrece la televisión digital y los diversos dispositivos en que es posible acceder a ella, desde los tradicionales aparatos al móvil, en las casas, desde la oficina y en el aula.

(2006) constata las limitaciones al acceso/usos, y los límites que impone a lo simbólico la precariedad de las condiciones materiales de vida. Aunque esto, por cierto, no implica un determinismo, sí da cuenta de un «contexto» que afecta las competencias comunicacionales de los sujetos. Se concluye que «los jóvenes de bajos ingresos, una vez desvinculados de sus liceos, reducen fuertemente el uso de Internet. Ello unido a las altas tasas de desempleo, generaría en el tiempo una falta de oportunidades para aplicar lo aprendido y una dificultad para reintegrarse al mundo de las tecnologías de la información y la comunicación en el futuro» (PNUD, 2006: 98). Esto demuestra cómo el uso de las TIC está asociado a la posición y al contexto del sujeto, o sea, a las condiciones estructurales de sus vidas, abriendo además otras interrogantes: ¿para qué usar las tecnologías? Esta idea se refuerza en otro estudio

nes para los hijos que, por falta de opciones, se fueron quedando en la casa.

El marido de Evelyn trabaja en una empresa que instala TV cable, pasa la mayor parte del día fuera de casa, ya que también debe viajar fuera de Santiago. La preocupación central de este matrimonio es que su hija reciba una buena educación y no se relacione tanto con los otros pre-adolescentes del barrio, ya que piensan que solo va a aprender «malas costumbres», en este caso asociadas a la delincuencia y drogas que, según ellos, abundan en la calle. Así, han invertido en un televisor grande y han comprado al comienzo del año escolar un computador para que su hija realice sus tareas. Para Evelyn y su marido, el computador y la televisión son factores que retienen a su hija en la casa, de tal modo que se pueda concentrar en sus estudios, sin necesidad de salir a la calle. No obstante, la hija de Evelyn ha logrado, además, desarrollar un cierto dominio de Internet: tiene su propio Fotolog, comenta sitios de interés y se vincula a personas de otros ámbitos geográficos, culturales, diferentes a su condición cotidiana. El problema central ha sido pagar las mensualidades del servicio de Internet; como siempre, el dinero es escaso, han decidido con su cuñada pagar a medias el servicio. Esto ha significado no atrasarse mucho en las cuotas, aunque no siempre con mucho éxito.

b) Sentido: desarrollo de nuevas habilidades. Rolando vive a unas pocas «cuadras» de la casa de Evelyn, cursa sexto de enseñanza básica, tiene 13 años y desde hace un par tiene un computador que le regaló un tío que vive en otro barrio y que cambió su PC por uno más nuevo. Cuando se lo entregó le comentó que tenía algunos problemas menores pero no sabía cómo solucionarlo; fue en ese momento que por necesidad se dedicó a «reparar» computadores con aquellos desperfectos menores. Así se convirtió en el experto del barrio. Si bien, no es tanta la demanda por sus servicios, cuando sale algún «arreglo» que le toma no más de 30 a 45 minutos solucionar, invita a sus amigos a tomar helados y gaseosas. Como sabe que los software y las aplicaciones están en constante renovación se ha hecho muy amigo del profesor que administra el laboratorio de computación de la escuela en que estudia, para mantenerse al día y tener un interlocutor válido. Aquí se ha abierto un horizonte de potenciales nuevas prácticas profesionales y de búsqueda de información especializada, funcionales a su «oficio».

c) Sentido: ventana a la diversidad. Carolina es profesora de Educación Básica en un colegio particular en un barrio muy exclusivo de Santiago. Hace años está trabajando en el área de lenguaje y tiene a su cargo cursos para adolescentes que –según su opinión–

no están muy relacionados con lo que pasa más allá de sus casas y barrio. Considera que el verdadero proceso educativo no se limita a desarrollar los contenidos programáticos sino también formar personas conscientes de la realidad compleja del país en que viven. Debido a esto tiende a fomentar el pensamiento abierto y autónomo de sus estudiantes y al uso de las herramientas de la comunicación mediada, para acceder a situaciones ajenas al cotidiano de sus estudiantes. Los medios de comunicación como la televisión e Internet le facilitan tal labor ya que el análisis de la agenda televisiva y la información que les pide que busquen, les permite establecer puentes necesarios de cruzar para formarse una idea más comprensiva del país. Ha generado un trabajo de construcción de blog y utilización de redes sociales «on-line» para favorecer el diálogo sobre temas de interés público.

d) Sentido: herramienta de comunicación y pertenencia. María vive en una comuna popular del sector poniente de Santiago. Su población fue construida hace pocos años por el estado, consiste en bloques de departamentos de cuatro niveles, con un metraje mínimo para albergar una familia de cuatro a cinco personas. Sin embargo, diversas circunstancias llevan a muchos pobladores a recibir a otros parientes o aceptar hijos con sus familias. Desde hace algunos años María se ha convertido a una iglesia cristiana (evangélica dirán otros) a partir de conversaciones con una vecina. Además de ir a la iglesia los días domingos, escucha frecuentemente los programas de radios cristianas y, especialmente, visita el ciber que está a un par de «cuadras» de su casa. Utiliza las herramientas de comunicación que ofrece Internet para mantener contacto con su propia comunidad de iglesia.

En este sentido Internet le ha permitido sentirse que forma parte de un grupo con un alto sentido de pertenencia. Aunque también se ha ido abriendo a otros temas sociales y de actualidad, lo que ha generado un mayor compromiso e involucramiento con la situación de su propio barrio, asumiendo incluso un cierto liderazgo informal.

Las dimensiones convergentes en estas sintetizadas pinceladas de la relación que establecen las personas con la comunicación mediada (medios de comunicación y TIC) permiten establecer lo siguiente:

- En todos los casos (saturación) los usos de los dispositivos comunicacionales y digitales ayudan a desarrollar formas de comunicación con individuos que conocen previamente y que buscan intensificar. Así también les permite superar los límites de sus propias experiencias cotidianas, desterritorializando la comunicación.

- Hay un «para qué» en el uso de los dispositivos comunicacionales. Los sujetos presentados dan cuenta de un antes (Orozco, 1996) a partir del cual construyen una dieta medial/digital desde la propia subjetividad.

- Así también el desarrollo de competencias gramaticales y tecnológicas les permite participar en un proceso comunicativo interactivo –prosumidores– que implica el desarrollo de habilidades comprensivas y expresivas.

- Existe convergencia entre el «off» y el «on» entre la comunicación mediada y los procesos comunicativos interpersonales y grupales. No hay un foso que separe lo digital de lo analógico y éstas de las prácticas cotidianas. Las prácticas comunicativas están insertas en sus vidas.

- Existe una interrelación entre la biografía/contexto/texto. Los textos apropiados y generados por los sujetos no solo se relacionan con el contexto socioeconómico y cultural sino también con las trayectorias de sus propias biografías.

- Por lo anterior se observa que las categorías duales que se han utilizado: digital/analógico; on/off; receptor/emisor no tienen sentido en casos de sujetos que a pesar de condiciones materiales limitadas, son capaces de utilizar su poder simbólico para dar a conocer sus puntos de vista, establecer relaciones, en definitiva, usan sus capacidades comunicacionales para proyectar sus vidas.

No obstante, estas microhistorias de vida son excepciones en el contexto de las investigaciones referidas, en que tienden a primar los usos de «nivel inicial».

4. El quinto elemento: las políticas de comunicación

Aguaded (1999) afirmaba razonablemente que las mediaciones por definición de la televisión eran cuatro: la familia, la escuela, la sociedad civil y los propios medios de comunicación. Sin embargo en este comienzo de siglo y finales del XX ha vuelto a tener una importancia estratégica las políticas de comunicación, surgidas preferentemente a partir del proceso de digitalización y la necesidad de regular el desarrollo de la industria info-comunicativa. Este quinto elemento ha significado que los distintos gobiernos han generado sus propios programas de inclusión digital, a partir de la constatación de la brecha social digital, en especial en países del hemisferio sur. Programas que van desde una subvención a la demanda de equipos computacionales hasta los telecentros, pasando por el gobierno digital y la incorporación de las tecnologías digitales en las escuelas. Así se han multiplicado los esfuerzos por cumplir con el acceso universal, lo que ha ocurrido

casi al mismo tiempo de la digitalización de la televisión.

En Chile desde el «Libro Azul», publicado (1999) por el gobierno del presidente Frei, hasta la «Estrategia digital» del gobierno de Michelle Bachelet (2008) es posible reconocer la progresión de las políticas públicas en esta materia. Sin embargo, si bien se ha avanzado en desarrollar programas que maximicen el acceso universal y la alfabetización digital, específicamente en los espacios de participación ciudadana queda mucho por avanzar en el desarrollo de las competencias comunicacionales y narrativas. El informe del PNUD (2006: 192) señala «al respecto aparecen usuarios escépticos, que señalan los límites de Internet para incidir en lo público, así como las características del orden social chileno que disminuyeron su incidencia». Esto señala el déficit comunicacional de Internet y por extensión a los medios de comunicación que tienen un alto nivel de concentración (Sunkel & Geoffroy, 2001).

Desde la perspectiva comunicacional y, específicamente, desde la Comunicación y Educación es necesario revisar las conceptualizaciones y especialmente hacer propuestas que contribuyan a la formación de ciudadanos críticos, conscientes y con competencias narrativas que les permitan participar en los espacios públicos info-comunicativos tanto en forma individual como colectiva. El desarrollo de la televisión digital terrestre puede ser una instancia para preguntarse por la dimensión de lo público y las abiertas posibilidades de participación que ofrece este nuevo avance tecnológico. Para esto se requiere fortalecer las habilidades en los sujetos para ofrecer mayores opciones en la construcción de nuevos sentidos.

Las políticas de comunicación de este siglo deben incorporar nuevas dimensiones en sus diseños, de manera de recoger los desafíos que plantean no solo los cambios tecnológicos y los nuevos modelos de negocio de la industria. Es imprescindible que se incorpore la nueva mirada, desde la comunicación y educación, que dé cuenta de la formación de un sujeto que participe comunicacionalmente en las nuevas posibilidades que ofrece la televisión digital y los diversos dispositivos en que es posible acceder a ella, desde los tradicionales aparatos al móvil, en las casas, desde la oficina y en el aula.

En síntesis, una televisión que viene y que, en cierto modo, ya está instalándose tiene un carácter cada vez más interactivo, desplazando la antigua televisión fordista que solo facilitaba apropiación simbólica. Ahora ya no solo se puede visionar y significar desde nuevos espacios físicos (móviles), es también posible crear y distribuir material, en definitiva construir «mi televi-

sión». Estos cambios a nivel de los usos de los sujetos deben incluirse en las políticas de comunicación, en tanto en cuanto son parte de un derecho a la comunicación del siglo XXI. Para esto no es suficiente exigir pluralidad a nivel de comunicación mediada, sino también disponer de programas públicos de formación ciudadana en comunicación.

Hoy es ya un lugar común señalar que los avatares de la política están mediatizadas y que la democracia de las encuestas pasa por lo que agendan los medios; por tanto, es necesario que los sujetos no solo dispongan de las elecciones y las encuestas para opinar, sino que comiencen a poblar el espacio público con sus propios relatos. Esto ya ha comenzado como lo ha señalado Castells (2009: 395), «el espacio público es el espacio de la interacción social y significativa donde las ideas y los valores que se forman, se transmiten, se respaldan y combaten; espacio que en última instancia se convierte en el campo de entrenamiento para la acción y reacción».

El desafío es la institucionalización de estas prácticas desde la Comunicación y Educación y, más específicamente, de una educación para la comunicación que obviamente incluye la televisión y las TIC.

5. Hacia el «empoderamiento comunicacional»

Bauman (2002: 37) señala que los procesos sociales de esta modernidad líquida tienden a «transformar la identidad humana de algo dado en una tarea, y en hacer responsables a los actores de la realización de esta tarea y de las consecuencias (así como de los efectos colaterales) de su desempeño»; es lo que Beck (2001) llama individualismo institucionalizado. En este sentido no es extraño que las tecnologías digitales y las transformaciones de los grandes medios industriales como la televisión tengan que acomodarse al nuevo sujeto e incluso ir hacia donde se encuentre el individuo. Las grandes audiencias localizadas socioculturalmente en un espacio y tiempo, corresponden a otro momento, fordismo pesado que ha sido reemplazado por el nomadismo y la movilidad. Esto no significa la desaparición de lo social, sino más bien una eclipse de las categorías para comprender lo social, así transitamos de la identidad a identidades en contextos sociales cada vez más cambiantes y «líquidos» (Touraine, 2005).

Así también las sólidas industrias mediáticas se deben adaptar en forma más veloz a sujetos y colectivos que tienen mayores posibilidades, no solo de elegir contenidos sino también de interactuar en los espacios públicos. Durante muchos años la gran tarea de la comunicación y educación especialmente en el contexto

latinoamericano fue «multiplicar voces», en un espacio público secuestrado por unos pocos (Kaplún, 1985). Las propuestas analíticas y metodológicas tendían, por un lado, a generar una visión consciente y crítica de los medios masivos y, por otro lado, buscaban crear espacios y dispositivos comunicacionales para la expresión de los grupos excluidos. Aunque la concentración mediática sigue siendo una realidad, tener capacidades críticas sigue siendo un factor relevante; hoy día disponemos de dispositivos info-comunicativos que incluyen las posibilidades de expresar el punto de vista de los sujetos. Tal vez una expresión individualizada que opaca lo grupal, pero justamente desde ahí parten los nuevos desafíos ya que como decíamos anteriormente, la ciudadanía se vive hoy a nivel de la comunicación mediada, una experiencia tanto individual como colectiva.

La propuesta del «empoderamiento comunicacional» busca recoger los nuevos desafíos que plantean los cambios en los sujetos, los procesos sociales y los nuevos dispositivos y gramáticas en que están incluidos «los nuevos y viejos medios». Son tres las dimensiones desde las cuales se define y construye esta perspectiva educacional.

En primer lugar, se genera desde la ciudadanía y la sociedad civil. Tanto el mercado como el Estado disponen de los recursos, conocimientos y tecnologías para dar a conocer sus puntos de vistas y ejercer presión simbólica. Incluso el ámbito de la comunicación estratégica, surgida primariamente en las empresas, se ha ido adoptando por el estado y la política. Hay algunos casos relevantes de uso de la comunicación estratégica en el tercer sector pero no generalizado. Lo necesario es que la ciudadanía se potencie comunicacionalmente.

Un segundo aspecto es que se orienta hacia el desarrollo de las competencias narrativas de los sujetos, en otras palabras, fomenta las habilidades expresivas para construir relatos. Esto está asociado a un cierto capital cultural ya que entendemos que comunicación y cultura son dos dimensiones inseparables. Por tanto, se asume también como una tarea de las instituciones escolares, en cuanto reproductoras del capital cultural de los sujetos. Las competencias narrativas implican la capacidad crítica y reflexiva, pero no solo de la comunicación mediada sino del contexto social de los sujetos. Además, supone no solo la familiaridad tecnológica, sino el manejo de las gramáticas emergentes que permiten que un sujeto, por ejemplo, relate en 140 caracteres. Esto, obviamente tiene que ver con matrices culturales, el manejo de la lengua, estrategias discursivas, entre otros factores.

En tercer lugar, se busca la coordinación entre los propios sujetos para organizarse en función de objetivos comunes o movimientos sociales. Obviamente también es posible participar en los diálogos que se dan entre los espacios mediáticos (como la televisión y las redes sociales). Los diálogos intertextuales son hoy una práctica frecuente, periodistas de televisión usan las redes sociales online no solo para exponer sus puntos de vista, sino que también usan temas agendados por los ciudadanos. Es evidente el diálogo que se produce entre, por ejemplo, los «twitteros» y ciertos comunicadores que, aunque todavía débil, tiende a incrementar. Estas son las nuevas realidades comunicativas convergentes. Espacios de coordinación social. No son casos puntuales, dan cuenta de un fenómeno más amplio de experiencias colectivas en que «on» y «off» se entrecruzan.

El «empoderamiento comunicacional», como espacio socio-comunicativo en que se hibridan lo subjetivo y lo social, el análisis crítico y la expresión implican también una orientación metodológica que recoge las tradiciones activo-participativas latinoamericanas que se remontan desde hace 40 años y aún antes con los conceptos de Paulo Freire. Estas siguen siendo funcionales si se reapropian en este nuevo siglo, en el marco del nuevo paisaje tecnológico y las dinámicas sociales emergentes, justamente porque se enfocan a un trabajo con sectores socialmente excluidos pero que, como se veía en los cuatro casos presentados, son comunicativamente activos si encuentran un sentido más allá de la «entretenimiento»... Aunque por cierto esto es parte integral del placer de la comunicación.

Empoderamiento comunicacional implica aprender a relatar el nuevo contexto social con las tecnologías comunicacionales disponibles (nueva televisión y TIC) para que ayude al sujeto a relatarse y relatarnos colectivamente.

Notas

¹ PHILLIPPI, A. & PEÑA, P. (2010). *Mujeres y nuevas tecnologías en Chile: el impacto del acceso público a las TIC, la inclusión digital de género*, corresponde a un trabajo en desarrollo en el contexto de Amy Mahan Fellowship Program 2010 Impacto CAPTics. El trabajo se desarrolla en sectores populares de la Región Metropolitana y la Región de O'Higgins en la instalación de la Red de Telecentros Quiero Mi Barrio. Lo señalado responde a los resultados de una encuesta y primeros Focus Group desarrollados en un barrio del sector sur de Santiago.

Referencias

AGUADED, J.I. (1999). *Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva*. Barcelona: Paidós.

- AVENDAÑO, C. & PHILLIPPI, A. (2010). *Internet desde los pobres*. Santiago de Chile: Corporación Vida Buena.
- BAUMAN, Z. (2002). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica; 118-122.
- BECK, U. & BECK-GERNISHEIM, E. (2001). *La individualización. El individualismo institucionalizado y sus consecuencias sociales y políticas*. Barcelona, Paidós; 69-97.
- BOURDIEU, P. (1997). *Razones prácticas sobre la teoría de la acción*. Barcelona: Anagrama.
- CASTELLS, M. (1996). *La era de la información, I. La sociedad red*. Madrid: Alianza; 59-110.
- CASTELLS, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- COMISIÓN PRESIDENCIAL DE TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (Ed.) (1999). *Chile: Hacia la sociedad de la información*. Santiago de Chile.
- COMITÉ DE MINISTROS DESARROLLO DIGITAL (Ed.) (2008). *Estrategia Digital 2008-12* (www.estrategiadigital.gob.cl/files/Estrategia-DigitalChile2007-2012.pdf) (06-09-2010).
- CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN DE CHILE (Ed.) (2009). *Televisión y jóvenes* (www.cntv.cl/medios/Publicaciones/2009/Estudio_Televisión_y_Jovenes.pdf) (06-09-2010).
- FORD, A. (1999). *La marca de la bestia*. Buenos Aires: Norma; 95-112.
- JENKINS, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- KAPLÚN, M. (1985). *El comunicador popular*. Buenos Aires: Lumen; 63-104.
- LULL, J. (1999). *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television Audiences*. London: Routledge.
- LULL, J. (2000). *Media, Communication, Culture. A Global Approach*. New York: Columbia University Press: 160-188.
- PNUD (Ed.) (2006). *Informe sobre Desarrollo humano. Las nuevas tecnologías: ¿un salto al futuro?* Santiago de Chile: PNUD; 98.
- MARTÍN-BARBERO, J. (1992). *Televisión y melodrama. Géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo.
- MEAD, M. (1971). *Cultura y compromiso*. Buenos Aires: Granica.
- OROZCO, G. (1996). *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. Madrid: De la Torre-Universidad Iberoamericana; 82-83.
- ROBINSON, J.; KETSINBAUM, M.; NEUSTADTL, A. & ÁLVAREZ, A. (2002). The Internet and Other Uses of Time, in WELLMAN, B. & HAYTHORNTHWAITE, C. (Ed.). *The Internet in Everyday Life*. Malden, MA. Blackwell; 250-253.
- SAINTOUT, F. (2006). *Jóvenes: el futuro llegó hace rato. Comunicación y estudios culturales latinoamericanos*. La Plata: Ediciones Periodismo y Educación; 31-40.
- SINCLAIR, J. (2000). *Televisión: comunicación global y regionalización*. Barcelona: Gedisa; 130-142.
- SUNKEL, G. & GEOFFROY, E. (2001). *Concentración económica de los medios de comunicación*. Santiago de Chile: Lom.
- TOURAINÉ, A. (2005). *Un nuevo paradigma para comprender el mundo de hoy*. Buenos Aires: Paidós.
- TUDELA, I.; TABERNERO, C. & DWYER, V. (2008). *Internet y televisión: la guerra de las pantallas*. Barcelona: UOC/Ariel/Generalitat de Catalunya; 147-160.
- UNICEF (2010). *La voz de los niños 2010* (www.unicef.cl/pdf/La_voz_de_los_ninos.ppt) (06-09-2010).
- VILLANUEVA, E. (2006). Brecha digital: descartando un término equívoco. *Razón y Palabra*, 51 (www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n51/evillanueva.html) (06-09-2010).