

Este texto examina el documento de los CBO para la Educación Polimodal, con la finalidad de aportar reflexiones en torno al área Comunicación, Artes y Diseño. Parte de revisar las propuestas básicas de dicho documento, y ofrece sugerencias y análisis en torno a ellas, que alertan sobre los problemas de combinación de saberes y de las posibles prácticas que se dan en una alternativa tan compleja.

CONTENIDOS BÁSICOS ORIENTADOS PARA LA EDUCACIÓN POLIMODAL

Síntesis del documento base

Este texto tiene por propósito aportar algunas reflexiones sobre el documento de los CBO para la Educación Polimodal, en lo que se refiere a Comunicación, Artes y Diseño. Procederemos en primer lugar a una revisión de las propuestas básicas del material y luego ofreceremos nuestros puntos de vista.

En la introducción se plantea lo siguiente:

- Una red de múltiples lenguajes, en un conjunto interrelacionado de códigos de significación que hacen posible la expresión, la comunicación y la interacción.
- Contenidos organizados alrededor de imágenes, lenguajes y contextos en el marco de una cultura.
- Producción de imágenes con materiales, soportes, técnicas, herramientas y tecnologías; concepto de mundo diseñado.
- Contenidos procedimentales organizados por medio de proyectos de producción y/o gestión.

La propuesta se organiza en dos capítulos: Lenguajes y Cambios Culturales, y Materiales, Soportes, Recursos y Tecnologías de las Imágenes.

Capítulo 1:

- Comunicación, artes y cultura.
- Imágenes y contextos.
- Los lenguajes.

Capítulo 2:

- Materiales, soportes y técnicas del texto verbal.
- Materiales, soportes, técnicas y recursos de las imágenes fijas y en movimiento.
- Diseño.

→ Proyectos de producción y gestión en comunicación, artes y diseño.

En la introducción al capítulo 1 se propone el concepto de "imagen" de una comunidad para aludir a una compleja trama que da respuesta a múltiples demandas a través de obras de muy diverso tipo. Se afirma que la "imagen" puede ser reconstruida en un espacio y en tiempo determinado, producida a partir de los elementos de uno o varios lenguajes y sustentada en distintas categorías estéticas. Volveremos más adelante sobre este concepto.

Se busca ofrecer un amplio espectro de lenguajes, imágenes y contextos, y se espera del adolescente (perceptor/emisor) una capacidad para descodificar y crear imágenes, según códigos y lenguajes diversos.

Del alcance del primer bloque de este capítulo, me interesa resaltar aquí que para estudiar lo anterior se propone un abordaje múltiple desde la teoría del arte, la teoría de la imagen, los estudios culturales, la historia, la sociología, la economía, la teoría de la comunicación y la tecnología, entre otros, todo esto en una dinámica transdisciplinaria.

Se habla además de audiencias, mediaciones, visualización e hipervisualización, formación e información del ciudadano.

En las expectativas de logro se espera capacidad de análisis del contexto cultural, lectura crítica de mensajes, diseñar proyectos comunitarios y planificar la tarea en forma personal y grupal.

En el segundo bloque del mismo capítulo aparece el concepto de imagen como integración de elementos objetivos y subjetivos; síntesis de una particular realidad contextual; testimonio e invención; representación y expresión personal y colectiva; comunicación de modos de ser y de hacer, de cada contexto. "Este concepto amplio de imagen permitirá a los estudiantes superar la identificación de imagen-icono."

Aparecen los conceptos de rol, espacio y tiempo y en las expectativas de logro se insiste en la reconstrucción de la imagen tal como se la caracteriza en el párrafo anterior.

El tercer bloque se centra en el análisis de los lenguajes, los modos particulares de construir imágenes y la búsqueda de comprensión de la intencionalidad comunicativa. Se apunta al desarrollo de procesos de deconstrucción y análisis crítico de la realidad cotidiana mediante la caracterización de lenguajes y la decodificación de sus mensajes.

En los contenidos conceptuales aparece lo verbal, a través de la literatura, de la cual se especifican como elementos a estudiar los recursos retóricos, el teatro, la música, la historieta, el cine, el video, la radio, la televisión, la publicidad, "entre otros". Siguen la infografía, lo no verbal y sus lenguajes, el cuerpo, los lenguajes visuales, los lenguajes sonoros, los lenguajes audiovisuales y la imagen electrónica.

Se espera aquí la observación, la experimentación y la producción.

El capítulo 2, en su introducción, se refiere a la realización de proyectos de producción y gestión en comunicación, artes y/o diseño. Para ello se hace necesario utilizar distintos materiales, soportes, recursos, técnicas y tecnologías "de las imágenes".

El primer bloque, dedicado al texto verbal, lo presenta en tanto imagen y en lo que se refiere a contexto, paratexto e hipertexto. Se busca una competencia expresivo comunicativa y una decodificación crítica. Para ello se habla de producción de textos verbales y planificación y producción de guiones.

En el segundo bloque figuran las imágenes fijas y en movimiento y las imágenes sonoras, con todo lo relativo a las tecnologías de creación de imágenes. Figuran en una lista de distintas posibilidades la realidad virtual, los multimedia y la teleimagen. Se espera aquí la capacidad de construcción de imágenes en movimiento y la lectura de imágenes.

El tercer bloque entra al terreno del diseño, otra vez con una referencia a los elementos de la imagen y sus características. Se habla de tipos de diseño: gráfico-visual (publicitario, packaging, editorial, textil) y el audiovisual (publicidad televisiva, video, etcétera). Se insiste además en el diseño de la imagen sonora, de objetos y de espacios.

Se espera capacidad de análisis y diseño de imágenes, objetos, espacios simples, diseño de imágenes y guiones sonoros, a la vez que el desempeño de distintos roles y funciones en el desarrollo de las tareas de diseño.

En los contenidos conceptuales aparece el tema diseño y conciencia ecológica.

Finalmente, el cuarto bloque plantea una producción sobre la base de la identificación de fuentes de información, recolección y selección de materiales, registro, asimilación de la información, síntesis, evaluación y comunicación de la información. Se esperan análisis de lo morfológico, estructural, técnico, funcional, relacional y de manera comparativa, y una producción por identificación de propósitos, planificación, formulación del proyecto, forma y modo de realización, ensayo y experimentación.

Análisis

La síntesis que hemos presentado en las páginas precedentes apunta a mostrar algunas cuestiones que nos parecen centrales:

El documento pide una formación que no se da en forma conjunta en prácticamente ningún establecimiento universitario del país, sea de comunicación, artes o diseño.

Uno de los mayores problemas que han tenido, y tienen, las escuelas y facultades de comunicación es precisamente el de la conciliación entre los aspectos teóricos y prácticos y el de la interdisciplina. El perfil, basado en la capacidad de comunicación y de lectura de lo comunicacional, no siempre se logra y tenemos sesgos que van desde un exceso de formación en la línea semiótico-antropológica o un apego excesivo a lo técnico. En general asistimos a una tendencia a marcar la formación por lo que traen consigo los profesores, si vienen de la sociología, por ejemplo, el peso será en esa dirección, o si vienen de la semiótica, etcétera.

Las dificultades en la formación pasan por una tendencia hacia el mundo de los medios de comunicación, con una incipiente incorporación de las posibilidades de las tecnologías y con poca capacidad de moverse en espacios de gestión de la comunicación y de gestión institucional.

En el caso de artes y diseño continúan las dificultades para que ambos espacios de trabajo se entiendan en las instituciones que los reúnen, como sucede en la actualidad en la Facultad de Artes de la UNC. La tendencia de un lado es seguir trabajando en el terreno de las Bellas Artes y de otro avanzar hacia un perfil más ligado a lo que significan la imagen y la palabra en el ámbito de lo público, entendido éste como lo correspondiente a la ciudad y a los medios de comunicación, además de todas las variantes del diseño de objetos y de espacios.

Ese diálogo necesario es complejo en la universidad y difícilmente se da en el campo de la educación media, donde el diseño ha entrado de manera muy incipiente y se continúa trabajando desde el punto de vista de la plástica tradicional.

A esto la propuesta añade una capacidad de diseñar el mundo sonoro, con lo que se complica más todavía esa interconexión a la que se aspira y la consiguiente formación para moverse en todos los registros.

No tenemos un profesional con esas cualidades, los establecimientos educativos que conocemos no forman a alguien con un volumen semejante de capacidades y de formación.

El documento pide un aprendizaje que, para un período que abarca alrededor de un 40% de tres años de cursado, es excesivo por la cantidad de temas a tratar y por las capacidades a desarrollar.

La propuesta, si se la tomara en su conjunto (sabemos que se puede aligerar y en esa dirección haremos más adelante algunas sugerencias), se acerca a lo que se aspira como formación para la licenciatura. En una evaluación que realicé recientemente de una carrera de grado de comunicación, incluí el siguiente ideal de capacidades:

- de expresión a través del discurso verbal escrito y oral
- de expresión a través de la corporalidad y de las imágenes
- de expresión a través de las nuevas tecnologías de la información

- de expresión a través de los recursos comunicacionales de y en distintos medios
- de lectura de distintas situaciones de comunicación
- de lectura crítica de sus propios mensajes y de los ajenos
- de localización, procesamiento y comunicación de información
- de planificación de proyectos comunicacionales
- de gestión de la comunicación en instituciones públicas y privadas
- de intervención en espacios con necesidades de comunicación, como la salud, la educación, los sectores desfavorecidos de la población, entre otros
- de investigación de la comunicación en lo que se refiere a las necesidades, demandas y perfiles comunicacionales de diferentes grupos de interlocutores

Esto aparecía como un ideal, y en lo que nos llega a través del documento figuran casi todos los puntos. Pero a ellos hay que agregar lo que se plantea como competencias en el análisis del lenguaje artístico y en la capacidad de diseñar.

La sola expresión "comunicación, artes y diseño" conlleva una cantidad de temas y de destrezas que no siempre se logran en cada una de esas líneas por separado.

El documento pide una confluencia de ciencias que apenas si se están poniendo de acuerdo en algunos establecimientos; en general la tendencia sigue siendo a la disciplina y no a la interdisciplina.

Me ha tocado evaluar cursos y carreras de comunicación social, en las cuales la falta de conexión entre las asignaturas resulta evidente, tanto por la ausencia de referencias mutuas como por el desconocimiento de los docentes de lo que hacen los demás colegas. Las confluencias disciplinarias, que vienen constituyendo un viejo sueño, y un viejo reclamo, no se dan en general en la práctica. Para lograrlas hacen falta políticas explícitas de las facultades o de los departamentos, y eso no siempre sucede, a pesar de que figuren algunas intenciones en los papeles.

El párrafo en que aparecen ocho líneas del saber (teoría del arte, teoría de la imagen, estudios culturales...) constituye una buena aspiración, pero no conocemos ningún caso en que se haya concretado tal ideal.

Por supuesto que la intención de los polimodales de la UNC debe ser apuntar a la interdisciplina, pero estamos ante un proceso que requerirá de una construcción que no es posible resolver fácilmente. Habría que hacer un plan de capacitación de quienes podrían aportar en ese sentido (y en otros momentos de confluencia que pide el documento), para crear textos y conceptos que permitan articular tal universo de saberes.

Que quede claro que no me opongo de ninguna manera a la interdisciplina, a las confluencias de saberes para superar la tradicional fragmentación de los cursos de la enseñanza media. Habrá que pensar en otros juegos de

interdisciplina, además de los que corresponden específicamente a los temas que nos ocupan. Por ejemplo: los entrecruzamientos entre las diferentes modalidades, con lengua y literatura, con ciencias sociales, entre otras posibilidades.

El documento presenta un concepto de imagen que puede llamar a confusión, ya que el término es utilizado como "imagen" de una cultura y luego como imagen en sentido corriente (es decir, ligada a ícono) y como elemento a ser trabajado en distintos momentos de la formación.

Tenemos por un lado la imagen como lo que puede representar de algún modo el espíritu de una época, con lo que se busca introducir una manera innovadora de pensar desde una suerte de principio de totalidad. Esto tiene un sentido, pero como en otros puntos del documento aparece el término usado para designar lo que se logra a través de la fotografía o lo que aparece en las producciones de video, se va creando una confusión que es necesario aclarar.

No estoy de acuerdo con el uso que se propone, en el sentido de imagen de época, porque en el mundo de la comunicación, del arte y del diseño se continúa utilizando el concepto en el sentido en que todos lo empleamos, con las variantes propias de cada medio y de cada género o formato.

El documento no aclara de manera suficiente los tiempos para desarrollar la competencia comunicativa (desde la comunicación, las artes o el diseño); aparece un mayor peso en la comprensión de lenguajes que en su aplicación.

Podríamos matizar esta afirmación retomando frases que aluden a la producción a través de distintos lenguajes, pero no está claro en el material cómo se logrará dicha competencia. Planteo esto porque uno de los problemas más importantes en las escuelas y facultades de comunicación es el de la capacidad de comunicarse. En ello inciden en forma directa la concepción de la comunicación y el modelo pedagógico puesto en juego.

En un material que dirigí al Ministerio, a raíz de la consulta sobre las orientaciones del polimodal, expresé lo siguiente:

"Hemos asistido durante décadas a la discusión en torno a la formación de los comunicadores. Para nosotros la base fundamental pasa por la capacidad de comunicar, después vendrá todo lo demás. De lo contrario caemos en caricaturas, como la de un comunicólogo que pretende planificar la comunicación y no sabe redactar con coherencia tres páginas.

Me ha preocupado siempre lo que los estudiantes se llevan de nuestras carreras. Sin duda no podemos darles todo, pero tampoco nos corresponde sentirnos satisfechos si ofrecemos a la sociedad egresados incapaces de abrirse camino en la profesión por carencias elementales."

Hay todo un itinerario de la competencia comunicativa que consiste en una acumulación de experiencias para lograrla y esto debería quedar claramente reflejado en la propuesta. Además, tenemos el problema de la expresión a

través de una gama amplia en exceso, ya que el documento habla de lo verbal oral y escrito, de lo corporal, de las imágenes, de lo sonoro, a través del diseño de objetos, entre otras posibilidades. No es tan sencillo concretar una real competencia comunicativa en tantos frentes a la vez y en todo caso podemos caer en experiencias que, por su cantidad, llevarán a dejar algo superficial en lo que hace a la apropiación y el desarrollo de los recursos expresivos.

El documento se centra de manera fundamental en el concepto de lenguaje y no incluye las posibilidades abiertas por las investigaciones contemporáneas en torno al concepto de discurso.

Sin duda la cuestión del lenguaje es central y no podemos dejarla de lado a la hora de pensar en la comunicación. Pero sucede que los lenguajes verbales, visuales, verbal visuales, por objetos, por espacios..., se expresan a través de discursos. No hay el lenguaje verbal en el aire, sino en el discurso cotidiano, en el discurso científico, en el discurso literario, en el discurso de la fotonovela, en el discurso sobre la niñez, en el discurso sobre la juventud, en el discurso político. Y así sucesivamente.

Por la importancia de este tema, retomaré una cita un tanto extensa de un texto que elaboré para el INTA, "Comunicación rural".

"Entendemos discurso en el amplio sentido de la expresión a través de palabras, imágenes, gestos, espacios y objetos, para comunicar y comunicarse en el seno de las relaciones sociales.

Aludimos, en primer lugar, a las características formales, a los recursos expresivos que aparecen como constantes en ciertos espacios de comunicación. Así, el discurso científico tiene modalidades expresivas distintas del discurso publicitario. Aquél usa las palabras de una manera muy distinta a como lo hace éste. Se eligen ciertos términos más técnicos en el primero, más impactantes en el segundo: se busca la claridad y la precisión en un caso, el atractivo y cierta belleza en el otro.

Una profesión o una organización desarrollan repertorios formales (o repertorios expresivos) que a fuerza de ser usados terminan por considerarse naturales, como si el resto de la gente se expresara de la misma manera. Pienso en formas de organizar el discurso propias de médicos, de arquitectos, de ingenieros agrónomos; o bien de instituciones del Estado, o de tendencias religiosas.

Vale la pena insistir en la noción de repertorio. Aludimos con ella a un conjunto de formas comunes que tienen valor para ciertos grupos y que están allí como en un depósito, almacenadas y listas para la utilización. Los repertorios expresivos son aquellos recursos de elección y combinación de los elementos de un discurso que caracterizan ciertas líneas de comunicación, y que son compartidos por los integrantes de determinada institución o comunidad (usado este término en sentido amplio: comunidad rural o comunidad de profesionales, por ejemplo).

De otro modo: hay ciertas maneras de decir, de expresar, que caracterizan a determinados discursos. Quien no atiende a esto, quien no sabe reconocer esas maneras, difícilmente podrá establecer una buena comunicación.

Los recursos expresivos van desde grandes ámbitos discursivos compartidos por mucha gente, incluso de países distintos (como, por ejemplo, el discurso religioso, el político), hasta formas personales de comunicarse. A éstas nos referimos cuando hablamos de la capacidad de un profesor o de un político, cuando reconocemos el estilo de tal autor o tal cantante.

Y atraviesan también los distintos géneros, los distintos tipos de mensajes, que circulan a diario en nuestras sociedades. No son los mismos los recursos expresivos de una historieta que los de una fotonovela; los de un cartel que los de un periódico mural. Y quien no conoce esos recursos y pretende comunicar a través de cierto género, termina por ofrecer un mensaje que a nadie atrae, en el cual nadie puede reconocerse.

Una segunda característica de los discursos es su preferencia por determinados contenidos, por determinados temas. En sentido amplio, el discurso religioso se ocupa de la divinidad en general; el científico de la realidad física y social; el estético de la belleza; el político de la conducción de la sociedad...

Además, hay preferencias por ciertos temas en determinados períodos sociales. Así podemos, por ejemplo, analizar los temas sobre los que ha insistido una institución a lo largo de distintos períodos de gobierno. Por ejemplo, nos encontramos con los discursos dirigidos a la modernización, al incremento de la producción, a la organización, a la participación, a la autogestión... Cada uno bien puede marcar períodos muy definidos dentro de las estrategias de trabajo con los productores."

Nuestra propuesta, como veremos más adelante, es trabajar por discursos y no por lenguajes.

El documento insiste en la necesidad de contextualizar pero trabaja de manera genérica el espacio social; hay preponderancia de referencias a la comunicación, el arte y el diseño en lo que se refiere a medios y al mundo del mercado.

Quedan afuera todo el sentido social de la comunicación, expresado en las artesanías, la comunicación con sentido religioso, las vertientes de la comunicación y la salud, la comunicación y la educación, la comunicación y el medio ambiente, la comunicación y la juventud, la comunicación y la niñez, la comunicación y la tercera edad, por mencionar sólo algunas alternativas que podrían orientar la práctica de la producción y de la investigación.

Me refiero a verdaderos ejes que podrían vertebrar la práctica, y coincidir con los intereses, de los estudiantes. Porque no se trata de trabajar lenguajes en un contexto de objetos o de mercado, sino en el contexto de nuestra sociedad en la cual entran los temas mencionados y otros tan importantes como ellos: la

ciudadanía en el espacio de la democratización, el tercer sector de la sociedad, los derechos humanos, entre otras valiosas posibilidades.

El documento habla de gestión y no queda claro el alcance del concepto.

La gestión de la comunicación y del diseño se hacen siempre en un contexto institucional, sea de una pequeña agencia o de un gran medio masivo, con lo que la gestión no es sólo "gestionar" una campaña (por cierto, ese término no aparece en todo el documento) o un audiovisual, sino que se complica en el plano de lo que hoy denominamos la gestión de la información y de la comunicación. Esto último implica reconocer cómo son gestionados los medios de comunicación, las agencias de publicidad, las oficinas de prensa en el Estado, los establecimientos educativos, las organizaciones no gubernamentales, etc., desde la perspectiva comunicacional.

Me toca llevar en la Maestría en Planificación y Gestión de la Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de La Plata los módulos 1 y 2 precisamente de planificación y gestión. La bibliografía existente sobre gestión de la comunicación es mínima y en todo caso lo que se consigue está entremezclado con propuestas que ligadas a la empresa privada. Esto no es negativo, por supuesto, pero estamos en el terreno del postgrado construyendo una línea que requiere de mucho desarrollo. No nos queda claro cómo se la piensa en el documento, ya que la gestión, insistimos, no aparece ligada a lo institucional.

El documento alude en dos oportunidades a lo "comunitario", pero no queda claro qué se quiere significar con esa expresión.

El concepto de comunidad ha acompañado durante décadas a la comunicación educativa y popular en nuestros países, por lo que tiene una carga semántica muy fuerte. No se precisa si es una referencia a esa tradición o si se habla de un intento de trabajar en favor o con la comunidad.

También aparece, en una sola oportunidad, el concepto de ciudadano. Este tema está en primera línea en la comunicación educativa y popular en América Latina, ya que se trata de profundizar y apoyar los procesos de democratización. Pero como no hay orientaciones explícitas hacia lo comunicacional en el terreno de lo social, no podemos deducir del documento una orientación en ese sentido.

El documento ha sido elaborado, al menos así lo inferimos de su lectura, por especialistas que no vienen del mundo de los medios ni de la producción cotidiana de comunicación.

La orientación está más anclada en lo que puede significar la comprensión y la lectura crítica, pero no hay un desarrollo de lo que implica la producción y de las maneras de adentrarse en los modos de hacer en el terreno de la comunicación y del diseño. La alusión a materiales y tecnologías es válida, pero nos falta una percepción de la práctica comunicacional que puede darla quien ha vivido ese mundo de la producción misma.

Fortalezas

Hemos hecho una lectura de las debilidades y no podemos dejar de señalar elementos válidos en la propuesta que estamos revisando. En primer lugar, lo que significa el intento de superar la compartimentación de los saberes relativos a la comunicación y al arte, tan presente en la escuela media. Nos referimos a una mínima presencia de materias en el plan de estudios y a la separación entre artes plásticas, música y, cuando se la ofrece, comunicación. Este punto es fundamental, porque se trata de comprender un proceso en el cual se tocan maneras de percibir y de producir, tal como las vivimos cotidianamente en la existencia diaria. Mantenemos, de todos modos, nuestras observaciones con respecto a lo ambicioso de la interdisciplina, tal como lo planteamos más arriba.

En segundo lugar, una clara intención de hacer entrar la realidad comunicacional y diseñada a la educación formal. Los jóvenes viven a menudo una situación esquizoide: por un lado tienen la mencionada fragmentación y la ausencia de tratamiento de su mundo verbal, visual y audiovisual, y por el otro ese mundo cada vez pesa más y los compromete más de cerca en sus concepciones y percepciones.

En tercero, la búsqueda de una comprensión de lo que ese mundo significa en tanto nos rodea y nos constituye cada vez más. Diferimos en la manera de enfocar la cuestión, pero no podemos dejar de reconocer la preocupación por una lectura de la realidad mediada y diseñada que les toca a los jóvenes y también a nosotros.

En cuarto, el propósito de abrir oportunidades a los estudiantes de deconstruir y construir mensajes, sea a través de lo verbal, lo visual y lo audiovisual, e incluso mediante el diseño y la apropiación de técnicas artísticas. Vivimos un mundo demasiado pegado al consumo y, por lo mismo, ajeno a la producción.

En quinto, el propósito de lograr una producción como culminación de la orientación. Si bien podemos discutir el alcance de la misma, el hecho de poner en juego todo lo aprendido y vivido en una integración que involucre la creatividad de un grupo nos resulta valioso.

Sugerencias

Nuestra lectura puede constituirse en un punto de partida para desmotivar a quienes pretenden armar una orientación en comunicación, arte y diseño. No podíamos dejar de hacerla porque consideramos un deber alertar sobre los problemas de combinación de saberes y de las posibles prácticas, a la hora de montar una alternativa tan compleja.

Puesto que existe la intención de avanzar en esa línea, incluimos a continuación una serie de sugerencias, con la correspondiente reflexión en torno a ellas, a manera de documento de trabajo y no con una pretensión de tener las soluciones ni la razón.

Aligerar y replantear la propuesta

Si queremos mantener el espíritu de la orientación (comunicación, artes y diseño), es preciso seleccionar unos temas y dejar fuera otros, tomando en consideración los tiempos previstos en el total de los tres años y las posibilidades de aprendizaje y de puesta en práctica a la hora de la expresión y de la producción. No es objeto de este texto hacer recomendaciones en torno a qué incluir y qué excluir. Se trata de una tarea de un grupo que deberá acordar criterios y trabajar en torno a ellos. De todas maneras, no puedo dejar de mencionar que es difícil penetrar en todos los sistemas de expresión y en todos los recursos para expresar. Habría que elegir algunos o, en todo caso, dejar abiertas alternativas para opciones por parte de los estudiantes, según sus intereses y capacidades.

Los grandes desafíos que tiene esta orientación son la comprensión de lo comunicacional, de los códigos y la capacidad de expresión y de comunicación. Pero no se puede pretender abarcarlo todo, porque nos quedaremos con un barniz tanto en la comprensión como en la expresión.

El necesario replanteamiento se expresa en los puntos siguientes:

→ Proponer hilos conductores

El documento que nos ocupa trae hilos conductores, como los lenguajes, la imagen ligada a la cultura, las tecnologías. Pero nos faltan hilos que signifiquen una manera de concretar en regiones de análisis y de posible producción lo que se plantea en lo general. Y para ello sugerimos ir más allá de lo que significa el universo diseñado dentro de la publicidad o del mercado.

Me refiero a un gran hilo conductor, la comunicación, y a regiones donde ella se produce dentro de lo que puede interesarnos para esta orientación. El estudiante podría entrar por una concepción de la comunicación (en el documento la misma no está del todo explicitada, ya que el apoyo para su comprensión pasa por los lenguajes) y a partir de ella vertebrar el análisis de los lenguajes, del arte y del diseño, a través de discursos.

En el contexto de América Latina se ha venido trabajando desde hace más de dos décadas una propuesta comunicacional que podría servir de armazón a la orientación. Se trata de partir de lo comunicacional objetivado en determinados procesos (por ejemplo, en los medios de comunicación) y de la mirada comunicacional, que

significa la posibilidad, y la capacidad, de leer determinados fenómenos sociales en lo que tienen de comunicación. La mirada se apoya en el reconocimiento de los procesos sociales de significación en determinadas situaciones de comunicación. Tales procesos se expresan en discurso, tal como lo indicamos más arriba.

Puedo desarrollar esa mirada y leer desde ella situaciones de comunicación, materiales, relaciones, espacios, objetos. Y puedo, sobre todo, leer las artes y el diseño a partir de ella.

Y a partir de allí se pueden abrir regiones de análisis: la mirada comunicacional aplicada a los discursos de los medios masivos, de las relaciones institucionales, del mercado y de las mercancías, de las relaciones educativas, de los orientados a promover la salud en la población, de los movimientos ecológicos, de la política, entre otras posibilidades. Tales regiones de análisis constituyen alternativas para centrar la mirada, y la práctica, en lo que viene sucediendo en nuestra sociedad, a fin de comprender fenómenos desde lo comunicacional y poder intervenir en ellos también desde lo comunicacional.

De esta manera, a través de ejes como la educación, la salud, la niñez, la construcción de la ciudadanía, lo ecológico, la juventud, podemos dar un sentido al aprendizaje porque el estudiante trabajará sobre lo que le concierne y le espera en nuestra sociedad.

→ La lectura de lo comunicacional

Volvamos a la cuestión de la mirada. En el documento se habla de lectura crítica, pero nos falta un esbozo de la metodología necesaria para desarrollarla. Si nos atenemos a la experiencia latinoamericana, hemos asistido a una crítica de la lectura crítica, no porque se la considere innecesaria, sino porque se ha abusado de ella. Me explico: con el argumento de desnudar intencionalidades ocultas en los mensajes fueron difundidos esquemas muy precarios de análisis que hacían creer a los estudiantes que con algunas pocas categorías sostenidas con alfileres era posible penetrar en cualquier discurso y desarmarlo en sus vericuetos más profundos. Lo que se terminaba haciendo era descalificar sin analizar, dentro de esquema verdaderamente maniqueos.

La lectura crítica es necesaria, pero ella forma parte de la mirada comunicacional, algo mucho más abarcante, capaz de abordar situaciones comunicacionales y de reconocer discursos.

Si no hay mirada comunicacional difícilmente puede abrirse un camino a la producción comunicacional. Mirada y capacidad discursiva, competencia comunicativa, son inseparables en el terreno de la comunicación.

→ Recuperar al interlocutor

Si algo nos ha sucedido en la evolución de los estudios y experiencias de comunicación desde mediados de la década pasada, es lo que se ha denominado la “vuelta al receptor”. Se trata de reconocer, recuperar al interlocutor de tantos procesos comunicacionales que se vienen viviendo en nuestros países.

El documento dedicado a la orientación le deja a uno la sensación de que en algún lugar se ha perdido el sujeto. Digo esto último con la necesaria prudencia, pero no encuentro en el texto una alusión clara a lo que significa la investigación de la comunicación dedicada a comprender al interlocutor y tampoco una preocupación por el sentido último de cualquier producto comunicacional (sea en comunicación, artes o diseño): el destinatario.

Existe toda una línea en ese sentido, desde la que sostienen quienes tratan de conocer más para vender mejor, hasta la que hemos venido impulsando en América Latina, en relación con una aproximación y un respeto por el otro, un acercamiento a su cultura y a sus expectativas de comunicación. No aparece en ninguna parte del documento una cuestión tan central en el presente, como lo es la validación. Y tampoco encontramos propuestas en torno a técnicas básicas de investigación cualitativa.

Si bien aparece el concepto de “audiencia” el mismo no nos alcanza para abarcar lo dicho en los párrafos anteriores, además de que se trata de un término que ha perdido fuerza frente a los estudios de recepción.

Quien pase por la orientación que nos ocupa no puede dejar de apropiarse de un fuerte sentido (desde el plano de la comprensión, de la producción e incluso, y fundamentalmente, de la ética) de lo que implica comunicar para alguien.

Y la comunicación con alguien no sólo en el sentido abierto por los medios masivos, sino también en las relaciones interpersonales, con lo que ellas significan para lograr la comprensión y el respeto por la diferencia, para avanzar en relaciones de trabajo solidarias, que permitan una interacción y, en el ámbito de la educación, el interaprendizaje.

→ Hacer todo comunicacional

Lo peor que le puede ocurrir a un establecimiento dedicado a enseñar comunicación, artes y diseño es tener un modelo pedagógico tradicional. Y ello es bastante común, como indicamos más arriba, en no pocas instituciones de ese tipo. Necesitamos un modelo pedagógico alternativo en las relaciones presenciales, en el trabajo grupal, en los materiales utilizados, en la labor grupal, en la

inserción permanente, y con sentido, en el contexto, en la oportunidad y el entusiasmo en torno a la expresión y la comunicación.

El modelo pedagógico, como es sabido, depende directamente del modelo institucional y de los educadores. No se puede enseñar a comunicar si no se sabe comunicar, no se puede pedir destrezas en un determinado medio si no se las tiene como orientador de las mismas.

Esto nos lleva a plantear lo relativo al personal docente que se haría cargo de esta orientación. Hemos adelantado que no contamos, en general, con el perfil que pide el documento, ni en la enseñanza media ni en el espacio de las carreras de grado. No pretendemos afirmar que no hay absolutamente nadie con esas características, pero lo cierto es que se requiere de una recapacitación de la gente que se ocupa de materias afines y la incorporación de otros educadores con un perfil aproximado, que también tendrían que ser capacitados.

Y estamos ante una capacitación en lo que significarán los temas centrales, de acuerdo con las opciones que indicamos en el punto 2, y ante una formación en el modelo pedagógico necesario para esta modalidad.

→ De los medios a la multimedialidad

En este momento la tecnología posibilita una ruptura con el viejo paradigma de los medios separados, ya que se puede lograr, a través de la computadora, una comunicación multimedia que compromete todos los recursos que funcionaron a menudo como compartimentos sin mayor relación entre ellos.

En realidad ese paso lo comenzó a dar la televisión, como suma de los lenguajes y de las propuestas que venían desde espacios como el teatro, el cine, la radio, entre otros. Pero hasta hace muy poco tiempo, cuando hablábamos de multimedio nos referíamos a campañas, por ejemplo, que se hacían combinando la prensa gráfica, la radio, la televisión e incluso las relaciones presenciales. Hoy el futuro está dado por la persistencia de esos medios pero a la vez por la posibilidad de un diseño combinado mediante la computadora.

Y entramos así de lleno en un punto que tampoco refleja demasiado bien el documento: la interactividad, aun cuando se habla de multimedialidad. El mundo de lo interactivo asomó primero para los niños y jóvenes que para los adultos, a través de los juegos electrónicos. Se trata de una relación con la máquina que permite tomar opciones, decidir sobre itinerarios de los relatos propuestos, equivocarse, perder, ganar, buscar alternativas, armar itinerarios no previstos al comienzo...

La interactividad se ha trasladado definitivamente al terreno de la educación, por ejemplo en la enseñanza de idiomas, en sistemas a distancia, en aprendizajes de alternativas para solucionar problemas cotidianos.

En lo que hace a los medios, habría que pensar en líneas de aprendizaje de sus lenguajes y de los modos de producir dentro de ellos, pero a través de opciones por alguno de ellos. Y sería importantísimo plantear una formación en lo multimedia a través de la computadora y con el soft adecuado. Diseñar en ese terreno constituye una manera de asomarse a las formas de comunicar en el siglo XXI, es decir, dentro de tres años.

No hay en el documento base alusiones a la digitalización. Su comprensión, y la experiencia a través de la computadora, son vitales para comprender las profundas variaciones en la comunicación que se vienen registrando.

Estamos proponiendo, entonces, especificarse, por selección, en la capacidad de moverse dentro de un medio y abrirse luego al universo multimedial a través de la computadora. Pero no pasar a este último sin haberse apropiado del primero.

Y en este paso necesario cobra sentido el alcance del hipertexto, tanto para la comprensión del mundo virtual que ya es parte de nuestra realidad como de la posibilidad de moverse entre textos por sistemas asociativos por construcción de itinerarios.

→ Acuerdos mínimos

Asumir la responsabilidad por el diseño y la puesta en marcha de una modalidad como la de Comunicación, Artes y Diseño significa el intento de llegar a acuerdos mínimos en el plano institucional en general y de los docentes en particular en torno a qué formación se aspira a lograr, qué utilidad tendrá para los jóvenes esta alternativa.

De lo que hemos desarrollado en este documento, nos quedan algunas líneas que podemos sintetizar de esta manera:

- ⇒ Desarrollar la mirada comunicacional, tanto para la comprensión de situaciones de comunicación como en los discursos que en ellas se gestan y utilizan.
- ⇒ Desarrollar la capacidad de comunicar por un medio y a través de un sistema multimedial, esto último mediante la apropiación de posibilidades abiertas por la digitalización.
- ⇒ Desarrollar la capacidad de reconocimiento del universo discursivo y de diferentes discursos, en sus líneas centrales

ligadas a las percepciones que ellos ofrecen y a los modos de argumentación que sostienen y los sostienen.

- ⇒ Desarrollar la capacidad discursiva, con especialización en un tipo de discurso, lo que implica conocer los temas que toca y los recursos de comunicación.
- ⇒ En este sentido, desarrollar la capacidad de comunicar en un determinado eje de producción (comunicación y educación, comunicación y salud, comunicación y ciudadanía, comunicación y medio ambiente, comunicación y niñez...).
- ⇒ Comunicar en el horizonte de valores y de actitudes entre los que tenga prioridad la construcción de la ciudadanía y la democracia.
- ⇒ Desarrollar la capacidad de reconocimiento y de investigación comunicacional del interlocutor, con todo lo que significa el respeto por aquellos a quienes se dirigen los materiales.
- ⇒ Todo lo anterior ponerlo en juego en la mirada y la práctica comunicacional dentro de lo que corresponde a la comunicación social en general y a lo comunicacional en las artes y en el diseño.

Daniel Prieto Castillo
Mendoza, Octubre de 1997