

dos ensayos sobre comunicación

JAIME GODED ANDREU

1. *El estudio de la enseñanza por la imagen*

1. El fenómeno de la vertiginosa evolución y la influencia creciente de la imagen en el terreno de la información y en particular en el dominio de la transmisión de conocimientos se encuentra íntimamente ligado a determinaciones económicas, políticas, sociales y técnicas y su existencia no es de ninguna manera la consecuencia de una aplicación de supuestos teóricos previos. Por ello, a medida que todos los días, se descubren nuevos aspectos y componentes de esos factores, se complica la comprensión y delimitación del fenómeno icónico.

Hoy parece indudable que, a pesar de todo, la fotografía, el cine y la televisión pueden y deben cumplir una elevada función educativa y cultural. Para que esto ocurra efectivamente, se requiere un profundo conocimiento anterior que por desgracia no se ha iniciado todavía. Es preciso aprender y enseñar a ver y escuchar. La enseñanza *de* la imagen debe preceder a la utilización progresiva y razonada de la enseñanza *por* la imagen.

El estudio de la utilización de la imagen en la transmisión organizada de conocimientos es una labor de gran responsabilidad porque se añade, a los problemas específicos de las técnicas y teorías fotográficas, cinematográficas y de televisión, la perspectiva pedagógica.

Con propósitos explicativos, la enseñanza por la imagen puede definirse como la utilización consciente de modernos procedimientos mecánicos de expresión, difusión e información en el proceso de la enseñanza.

2. Para referirse a la enseñanza por la imagen se acuñó en Estados Unidos el término de “medios audiovisuales” en los años inmediatamente anteriores a la Segunda Guerra Mundial. “Los progresos e implantación de las técnicas de reproducción sonora, de la radiofonía y del cine sonoro condujeron a la yuxtaposición del término ‘audio’ al adjetivo ‘visual’. De esta manera, la orientación tradicionalmente pragmática de la pedagogía norteamericana (el “learning by doing” de Dewey)” precipitó la tendencia utilitaria a considerar como “medios visuales” a los documentos gráficos, mapas, cuadros, carteles, grabados y fotografías; a los documentos fijos proyectados y a los filmes mudos. Los “medios auditivos” son las emisiones radiofónicas, los discos y las grabaciones magnéticas. En este sentido, los filmes sonoros y las emisiones de televisión se consideran como “medios audiovisuales”, mientras que los “montajes audiovisuales” son las producciones que combinan proyecciones fijas o filmes mudos con grabaciones o emisiones de radio, etcétera. La utilización sistemática de estos “medios audiovisuales” se inició durante la guerra, en Estados Unidos y Gran Bretaña, para entrenar y formar de manera apresurada a trabajadores y soldados; era necesario ofrecer un aprendizaje rápido de labores eficaces en circunstancias excepcionales. Después se estableció una diferencia entre “medios audiovisuales” y “mass-media” (medios de comunicación de masas), considerándose a estos últimos como los “medios” de difundir ampliamente el entretenimiento, la publicidad, la propaganda, la información y la cultura

(aquí se incluyen, desde luego, la gran prensa y el libro de bolsillo).

Al terminar la guerra, en varios países técnicamente avanzados se instalaron "aparatos audiovisuales" en muchas escuelas. Estos aparatos funcionaron sin que existiese ninguna formación metodológica anterior de los utilizadores (maestros y alumnos), por lo que sus resultados fueron generalmente negativos. En Estados Unidos se creó el "Department of Audio-Visual Instruction" (DAVI) que, desde 1953, publica esencialmente una revista, la "Audio-Visual Communication Review", cuyo título es significativo, al pretender "enlazar los 'medios' (práctica empírica) con la teoría de la comunicación". La preocupación principal es implantar sólidamente y difundir la práctica de la eficacia en el aprendizaje.

En Europa, principalmente en Francia y en los países socialistas, el interés no se centra tanto en la existencia de los "medios" como en sus posibilidades pedagógicas. En Francia, a partir de 1958, se crearon los "Centros audiovisuales" (CAV) de formación y experimentación pedagógica, la televisión escolar (TVS) y la televisión educativa (TVE).

La conferencia de la UNESCO en Teherán (septiembre de 1965) mostró el fracaso de los múltiples intentos de alfabetización por medios clásicos (con excepción del caso de Cuba) y señaló como solución la creación de "mecanismos adaptados a una situación (la del mundo "atrasado") en la que el *homo faber* debe preceder al *homo sapiens*", recomendando la "utilización masiva de los medios audiovisuales" para acelerar el aprendizaje de la lectura, "base de la cultura tradicional". Estas sugerencias se basaban en la eficacia demostrada por los filmes de formación británicos y norteamericanos realizados durante la Segunda Guerra Mundial, insistiendo en que "la imagen eficaz es más una señal que un signo; el análisis de un gesto, su descomposición, la incitación a realizarlo y su repetición, como en la nueva enseñanza programada". En resumen, se trataba de utilizar los "medios audiovisuales" como "técnicas de la motivación", como técnicas publicitarias y de condicionamiento. Las recomendaciones de la UNESCO no han tenido ninguna consecuencia, pero fueron el inicio del movimiento de fanatismo icónico, el principio de una peligrosa ofensiva vaticano-norteamericana en el proceso de la enseñanza y la transmisión de conocimientos que, en nombre del "mass-mediaísmo", intenta, por una parte, reducir y ocultar la importancia de la imagen como creación cultural, encerrándola en "institutos de comunicación social" como si se tratara

de aviones o carreteras y, por la otra, se esfuerza en imponer el término "masas", inequívoca referencia a los "rebaños" religiosos que pueden ser conducidos con la misma facilidad al corral o al matadero.

3. La imagen es un auxiliar pedagógico que ilustra, muestra y explica de manera específica. En una primera aproximación, la imagen parece íntimamente relacionada con la percepción inmediata y concreta por el carácter realista propio a la representación icónica, mientras que la información verbal (sobre todo escrita) estaría referida más a la concepción mediata y abstracta. Pero en realidad, la información icónica implica también la percepción activa de datos, la respuesta a estímulos que son otros tantos índices y mensajes. "La información a través de la imagen es una introducción a las propiedades básicas del objeto. El mensaje oral, el mensaje escrito y el mensaje icónico son específicos y al mismo tiempo complementarios. Si bien no es posible sustituir la enseñanza tradicional, la relación directa entre alumno y maestro, con imágenes, éstas pueden ayudar al maestro a establecer esta relación y a reforzarla.

4. Entre las cualidades pedagógicas de la imagen pueden citarse su exigencia implícita de una mirada escrutadora, una actitud de contemplación y una cuidadosa investigación de los detalles. La imagen fija es un objeto estable que suscita una respuesta precisa por parte del observador; incita a la lucidez, a la clasificación, el juicio personal y la crítica. Se trata de un precioso auxiliar para el análisis, el desarrollo del examen minucioso y profundo de la representación. La percepción de una imagen fija es un proceso de aprehensión de la apariencia y, en mayor o menor grado de acuerdo con la calidad de cada imagen particular, de la realidad. La percepción no es únicamente la captación de la apariencia, sino también, por lo menos, la intuición de la realidad. Así, la observación rigurosa de una imagen fija es pedagógicamente un tipo de percepción que pone de relieve la realidad de una apariencia.

En cuanto a la imagen en movimiento, el conocimiento obtenido de su observación rigurosa, de la observación rigurosa de *documentos* de la realidad en movimiento, es tanto una percepción primaria como una interpretación. La imagen es un documento que se caracteriza por su precisión, expresión y presencia.

5. La introducción plena de la imagen en el universo escolar cotidiano requiere ante todo la selección previa del objeto que será percibido. La creación de un documento (programa) icónico precisa una selección sistemática colectiva y continua; la selección y ordena-

ción de elementos para obtener una imagen (simplificada o compleja, organizada o casual, explícita o implícita) que sea el resultado de la combinación e interpenetración del realismo de la representación y la abstracción del lenguaje, una imagen utilizable en su totalidad y que propicie la observación rigurosa.

6. El estudio de la enseñanza por la imagen debe comprender el conjunto constituido por los aparatos y soportes (cámara, proyector, instalaciones, película, etcétera), el documento, su contenido y el público receptor, creando de esta manera un campo de investigación diversificado pero unitario. Este estudio engloba asimismo la comprensión de las características de la imagen y de su utilización, sus posibilidades de adaptación didáctica, la medición cualitativa y cuantitativa de su eficacia real y el conocimiento del público y sus respuestas. La enseñanza por la imagen crea una nueva situación pedagógica porque, más que un instrumento de representación, es una orientación de la enseñanza que facilita la comprensión e interpretación del fenómeno a estudiar a través de su presentación racional y completa, oral, escrita e icónica.

7. Los problemas de la enseñanza por la imagen se sitúan principalmente en el nivel de la comprensión adecuada del mensaje icónico, es decir, en la estructuración de ese mensaje con el propósito de utilizar de manera pedagógica la imagen antes, durante y después de la presentación. La utilización pedagógica de la imagen es el resultado de una interacción entre la investigación teórica y la creación cultural.

II. *La palabra intencionada*

El estudio de la información comprende el análisis del contenido del mensaje y la investigación de las formas diversas en que éste se trasmite. El propósito es saber quién difunde qué información a quién, para qué y con cuál resultado.

Como tantas otras cosas absolutamente imprescindibles, la información es hasta ahora un privilegio de la clase dominante en una sociedad. Además, se ha convertido en uno de los principales instrumentos que esa clase utiliza para conservar y aumentar su poder, para mantener alejados de las decisiones a los trabajadores y de esta manera continuar su dominio y explotación. Cualquier información que escape a los canales manejados por la clase en el poder es considerada como una grave amenaza y se intenta por diversos procedimientos,

generalmente policíacos, prohibirla, censurarla o controlarla.

Un sistema de información puede definirse esencialmente como un sistema ideológico, porque constituye una visión más o menos parcial de la realidad que se efectúa en función de normas tácitas o explícitas y desde un punto de vista declarado u oculto, a partir de una cierta concepción del mundo. La información es una de las formas de expresión y transmisión privilegiadas de la ideología de un determinado modo de producción. En consecuencia, el problema más importante para estudiar un sistema de información, un cuerpo complejo de símbolos y signos sistemáticamente organizados para su transmisión, es el de conocer las relaciones e intereses *reales* que representa y defiende esa ideología y que son los pilares de esa información.

El sistema de información capitalista es el canal de expresión por excelencia de la ideología de la clase burguesa, imagen oculta, enmascarada y desvirtuada de la realidad particular, destinada en primer lugar a justificar y legitimar la estructura de dominación y explotación capitalista imperante. Como todo sistema ideológico, el sistema de información capitalista se presenta como una concepción universal, eterna e irrefutable del mundo. Pero este sistema no ha funcionado ni funciona de la misma manera en todas las condiciones y en todos los lugares. En términos generales, sin escapar nunca a los límites más o menos estrechos trazados por el modo de producción capitalista, el sistema no es absolutamente homogéneo y monolítico y refleja en cierta medida las divisiones, oscilaciones y conflictos, reales o aparentes, que oponen entre sí, en determinados momentos, a las distintas fracciones y tendencias de la clase dominante. Para averiguar cuáles son realmente estas fracciones y tendencias es preciso realizar un análisis previo de la composición del Estado, de las relaciones de fuerzas en su interior y de las características específicas de su ideología particular. Frente a una ideología dominante en una situación determinada se encuentran siempre, declaradas u ocultas, ideologías rivales en el plano de la apariencia que son, en realidad, ideologías artificialmente mantenidas por grupos expulsados del poder o variantes notables de la ideología dominante.

El estudio de la información debe determinar claramente si en un caso dado existe una lucha real entre varias fracciones de la clase dominante, cuál es el marco general en el que se desarrolla esa lucha y cuáles sus escenarios particulares, qué grupos expresan intereses radicalmente distintos y cuáles son los objetivos de esa

lucha fraccional. En caso contrario, cuando a nivel nacional han terminado las luchas *reales* entre diversas fracciones de la burguesía para dejar el paso a meras oposiciones *aparentes* en las que no se encuentra en juego el control del poder político que permita orientar el desarrollo de la economía capitalista por senderos diferentes, sino que se trata de una lucha por la repartición de las oportunidades de administración del aparato político, debe señalarse e investigarse la existencia o no de una información que vehicule la ideología revolucionaria de la clase trabajadora sin organización alguna, en vías de organización u organizada (la única capaz de enfrentar y destruir verdaderamente la información capitalista) y calificar su difusión, su alcance, su eficacia, la validez y presencia reales de la ideología que dice representar. La elaboración de una estrategia de la información independiente y revolucionaria nace del examen cuidadoso del sistema de información imperante y de los intentos de subversión de ese sistema que se han realizado; para organizar la actividad en el campo de la información deben conocerse las características y el modo de funcionamiento de cada sistema particular de información capitalista.

El tipo de concepción de la realidad que pretende ser la única universal y verdadera, al colocarse de manera sistemática y continua en clara oposición respecto a la ideología revolucionaria, confiesa y proclama su parcialidad y descubre e impone los intereses que defiende. Esta categoría de información, burguesa partidaria, heterogénea, competitiva, no pretende una visión objetiva del mundo y lo declara abiertamente. Por lo general depende directa o indirectamente de un sector muy bien definido de la clase dominante en el aparato gubernamental o que aspira a posesionarse o participar de él. Establece con sus destinatarios un circuito cerrado, una firme relación de militancia. Los receptores obtienen de ella argumentos que corresponden a su elección y preferencia políticas y a la vez proporcionan la base material e ideológica de su existencia. Las distintas tendencias de intereses poseen sus propios sistemas de información autónomos y los utilizan como sus portavoces más autorizados. Desde luego, estos sistemas de información partidaria tienen en común la constitución de un frente unido de oposición a la ideología revolucionaria, sobre todo en periodos de crisis, aunque su base principal de funcionamiento es la desigual politización de su clientela y los conflictos reales que existen entre las diversas fracciones de la burguesía. En algunos casos extremos, pierden su papel de transmisores de in-

formación y se limitan voluntariamente a la difusión de redundancias.

No obstante, este tipo de información partidaria se encuentra en vías de desaparición para ser sustituida con mayor o menor rapidez por la gran información capitalista, homogénea y monolítica, que pretende explícitamente no expresar ningún matiz político específico. La información homogénea y monolítica corresponde al proceso de concentración capitalista de la información que, a su vez, es consecuencia del proceso generalizado y creciente de concentración económica. Esta reorganización de las bases económicas exige un alto grado de cohesión, acuerdo y equilibrio en el interior de la clase dominante, por lo que las oposiciones entre las diversas fracciones de la burguesía tienden a diluirse y con ellas las diferencias ideológicas. Al privarse de su carácter eminentemente político, y al extinguirse la atracción que ejercía sobre sus destinatarios, la información partidaria pierde sus fuentes materiales de sustento y sólo en algunos casos aislados logra mantenerse temporalmente gracias a las fuerzas de la tradición, la costumbre o el empecinamiento.

La información capitalista unitaria aparece entonces como un nuevo sector de inversión autónomo y muy rentable, cada vez más ligado al avance de la monopolización y al desarrollo de la publicidad. En el estadio monopolista, la acumulación de capital se extiende hasta comprender, además de la producción de los medios de producción, la producción de los bienes de consumo y de los servicios. La acumulación se realiza no sólo por la explotación de la fuerza de trabajo en el proceso de producción, sino también a través del consumo, al nivel de todos los intercambios. En esas condiciones, la explotación de la fuerza de trabajo es un aspecto particular, el más importante pero no el único, de la explotación de las necesidades, base fundamental de la acumulación capitalista. La información es una de estas necesidades, de la que el sistema capitalista se apodera, como tiende a hacerlo con todo aquello que el trabajador es susceptible de consumir. Esta nueva situación material crea la posibilidad de modificación de la ideología dominante que contribuye a su vez a transformar el funcionamiento del sistema de información.

El sistema de información capitalista unitaria utiliza las noticias e informaciones de acuerdo con su valor comercial en el plano mercantil, sin tomar en cuenta para nada su interés e importancia verdaderos. La información se convierte en sensación para arrebatar los posibles significado y presentación políticos de los acon-

tecimientos e imponer una representación falseada de los fenómenos. La información como mercancía crea una nueva contradicción en el sistema ideológico del capitalismo, porque sus intereses inmediatos (la obtención de la mayor ganancia posible) pueden oponerse a sus intereses duraderos (la conservación del sistema capitalista). Pero al consolidar su posición material, el sistema de información unitaria comprende su papel ideológico y constituye su defensa y justificación mediante el establecimiento de una imponente apariencia de neutralidad ideológica, de "objetividad". De esta manera "sacrifica" inteligentemente sus intereses a corto plazo y dedica todos sus esfuerzos al enmascaramiento del sistema de explotación y a su justificación, presentándolo como algo natural y universal, demostrando ideológicamente su carácter no-ideológico a través de la "neutralidad". Claro está que la selección, organización y jerarquización de las informaciones implica un criterio ideológico, pero la información capitalista se cuida bien de no decirlo y se contenta con declarar su papel de observador imparcial, atomizando la información, separándola de su contexto, impidiendo la relación de unos problemas con otros y evitando la explicación o la interpretación coherente de las situaciones. La información capitalista se caracteriza más por la exclusión que por la información; más por la noticia "como si nos encontráramos allí" que por la significación y relevancia de los acontecimientos.

Pero este modelo ideológico de la información se adapta en la práctica a la resistencia que encuentra en la realidad bajo determinadas circunstancias. En el plano político, el modelo está sometido a los sobresaltos provocados por las contradicciones internas del capitalismo cuyos intereses expresa. Entre el modelo ideal y sus aplicaciones existe una diferencia análoga que la que separa a la clase que ejerce verdaderamente el poder de los aparatos políticos que se disputan la administración del sistema en el juego electoral. Todo el modelo ideológico de la información capitalista es susceptible de echarse a un lado tranquilamente en el momento en el que la burguesía considere que existe el menor riesgo de perder su control absoluto. La información capitalista elimina o neutraliza cualquier oposición coherente y global que revele el carácter esencial del capitalismo. En cambio, acepta como razonable y legítima cualquier oposición que se sitúe en el interior de las reglas del juego, que esté dispuesta a mantenerse en el límite de los conflictos aparentes y se adapte, evitando pasar al nivel de la significación.

Los acontecimientos, las teorías y las prácticas necesitan ser transmitidas de manera que tengan resonancia. La eficacia de un sistema de comunicación depende de la significación que adquiere en el receptor la información transmitida. El contenido en información de un mensaje está directamente relacionado con su significación, pero ésta es independiente de la forma utilizada para transmitirlo; el medio *no* es el mensaje. La eficacia real de un mensaje depende de su significación, que surge cuando la información que contiene ha sido plenamente comprendida, cuando adquiere para el receptor todo su significado e importancia y deja de ser imprevista, nueva, desconocida.

Para que la información transmitida sea eficaz, debe pensarse y elaborarse hasta convertirla en información clara y sencilla, accesible y sugestiva, que pueda transformarse en conocimiento.

Los hombres son sujetos perceptores que reciben mensajes de la realidad a través de canales naturales o artificiales. El proceso de percepción es una recepción de diversos mensajes que depende de la cantidad mayor o menor de signos y símbolos socialmente conocidos y utilizados en una sociedad en un momento históricamente determinado de su existencia. Un mensaje adquiere significación y deja de ser información cuando ésta circula no sólo del emisor al receptor, cuando se conoce no sólo el mensaje, sino también la fuente de la que proviene; cuando se produce una respuesta.

Además, al comunicarse eficazmente, una información se convierte en un llamado, en una incitación. Aunque no de manera inmediata ni mecánica, sino a través de un proceso de profunda reflexión, puede asegurarse que la información combativa suscita la acción combativa, la información revolucionaria propicia la acción revolucionaria, la información consciente y significativa impulsa la acción consciente y significativa. La acción de difusión combativa, para ser eficaz, debe informar de una situación general y unos acontecimientos particulares y descubrir las relaciones entre ellos; debe ser dirigida. Dirigida asimismo a receptores dispersos con el propósito de unificarlos en torno a ciertas ideas.

La acción de difusión combativa dirigida es una forma particular de relación recíproca con el medio y con la especie. En el caso de nuestros países, éstos son el medio y los receptores, hasta ahora aislados, la especie. Se procura que una opinión se convierta en actitud, ésta en comportamiento y finalmente en conducta activa de las que nazcan en el receptor, a través de una obra concreta, otra opinión, otro comportamiento y otra

conducta activa cualitativa y cuantitativamente superiores.

La actividad cultural de difusión combativa dirigida debe ser un mensaje cuyos elementos estén organizados de acuerdo con una evidente intención política que haga de la información una sugerencia, nunca una sugestión. La cultura es precisamente el proceso por el cual la información se convierte en significación. Este tipo particular de actividad cultural no debe ser un cambio entre "productores" y "consumidores", sino un intercambio entre productores; un intercambio social y no un cambio comercial o mercantil en el plano de la difusión. Se trata de crear una posibilidad de expresión directa, continua y generalizada mediante la incitación a apoderarse de la palabra, rompiendo con los modelos ideológicos del aparato institucionalizado de la industria cultural y del sistema de información capitalista, y que contribuya (bajo la condición de no degenerar en actitud religiosa, es decir, de no someterse a

nuevos o viejos poderes enajenadores que instauren un irracional terrorismo de creencias) a la creación de las bases de la libertad mediante la acción política consciente e impregnada de la emotividad que acompaña siempre a las relaciones sociales y que ayuda a transformarlas. La actividad cultural de difusión combativa dirigida se plantea como un intento de gestión autónoma de la creación intelectual, de modificación radical de la producción y trasmisión de mensajes, así como de las condiciones en que ésta se realiza.

En la lucha actual entre los consecuentes virtuosos de la irracionalidad moralizadora del orden coherentemente incoherente y los portadores de la revuelta totalizadora, sólo estos últimos *dicen*, al salir y entrar a la palabra, cuál es la forma de revelar, cambiándola a través de la confrontación de una rica diversidad de análisis, una vida hasta hoy oculta y ambivalente. La palabra intencionada tiene la palabra.

