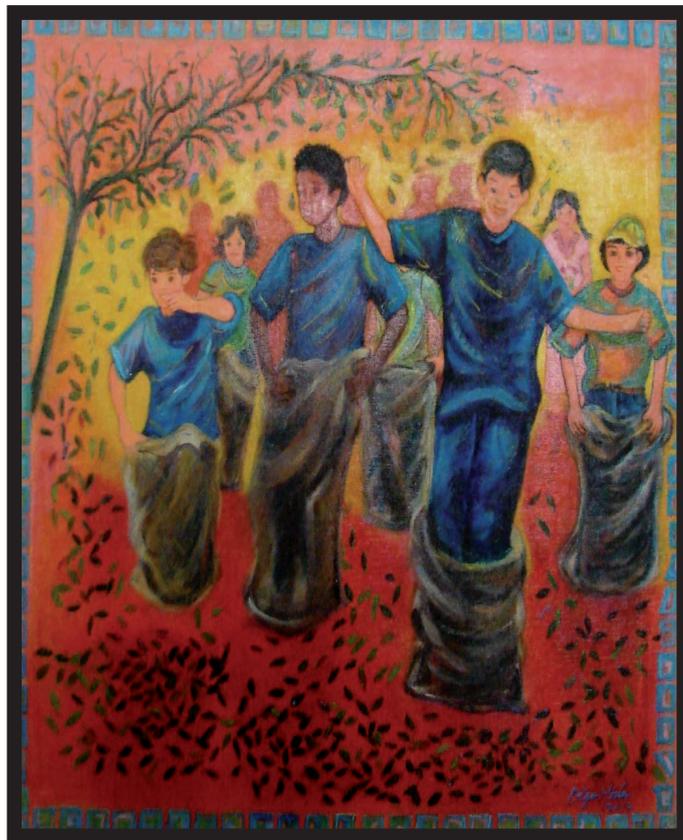


## EDUCACIÓN



Carrera de sacos y yo de niña  
Olga Morin  
Museo de Arte Popular Salvador Valero

## LA COMUNICACIÓN EN LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN<sup>1</sup>

Hebert Lobo\*

Lidia Ruiz\*\*

### RESUMEN

*Como parte del estudio sobre los aspectos relevantes en la formulación de un modelo para la integración de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) a los procesos de enseñanza/aprendizaje en el nivel de educación universitaria, se hace una revisión de la comunicación, y de los medios masivos para su realización, a partir de distintas perspectivas, desde el pensamiento positivo de Mc Luhan hasta la visión crítica de los representantes de la Escuela de Frankfurt, para concluir, a partir de las ideas contenidas en el discurso de Habermas que la comunicación, atendiendo algunos requisitos que, a nuestro juicio, las TIC favorecen altamente, puede convertirse en el eje para la edificación de un nuevo concepto de sociedad, libre de las ataduras impuestas por las debilidades de la racionalidad cognitiva-instrumental.*

**Palabras Clave:** Comunicación, TIC, Educación, Universidad, Sociedad.

<sup>1</sup> Este producto es financiado por el Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico, Tecnológico y de las Artes CDCHTA, Proyecto NURR-H-504-11-04-B

\* Doctor en Educación por la Universidad de Los Andes. Magister Artium en Ciencias Aplicadas Mención Docencia en Educación Superior por Universidad del Zulia. Ingeniero Civil ULA-Mérida. Profesor Titular en la Universidad de Los Andes, Núcleo "Rafael Rangel" PEI investigador B. Correo Electrónico: hlobo@ula.ve

\* Profesora titular jubilada del Núcleo Universitario "Rafael Rangel", Doctora en Educación, Mención Planificación Educativa, PEI-ULA, PEI-ONCTI, articulista en varias Revistas Científicas Nacionales. E-mail: lidiar@ula.ve

**Recibido:** 07/06/2013

**Aprobado:** 03/10/2013

## COMMUNICATION IN THE INFORMATION TECHNOLOGY

*As part of the study on the relevant aspects in the formulation of a model for the integration of information and communication technology (ICT) to the teaching / learning process at the university level, this work is a review of communication, and the media for its realization, from different perspectives; from McLuhan positive thinking until a critical view of the most representatives members of the Frankfurt School, to conclude, based on the speech ideas about the communication that Habermas , taking some requirements that, in our view, highly favored ICT, can become the hub for the building of a new concept of society, free from the shackles imposed by the weaknesses of cognitive-instrumental rationality.*

**Key Words:** *Communication, ICT, Education, University, Society.*

### Introducción

La integración de las Tecnologías de la Información y la Comunicación a los procesos de formación escolar, incluyendo el nivel de educación superior, plantea retos que van más allá de las necesidades básicas de dotar con equipos y redes a las instituciones educativas y avanzar en la capacitación del personal docente para darles un uso adecuado, sino que, su presencia, trae consigo serias interrogantes sobre su viabilidad, pertinencia e influencia para mejorar un proceso que, como el educativo, está seriamente cuestionado.

Desde la perspectiva marxista, las TIC pueden concebirse como un mecanismo adicional a los “aparatos ideológicos del Estado”, categorizados por Althusser (1970), específicamente a los “AIE de información (prensa, radio, T.V., etc.)”, para los cuales los fundadores de la escuela de Frankfurt no escatimaron señalamientos como instrumentos para sostener el poder dominante e incrementar el “aislamiento por comunicación” (Horkheimer y Adorno, 1970).

Esta visión de debilidad intrínseca que tendría la sociedad civil ante el poder omnímodo de los medios de comunicación, sostenida por los teóricos críticos, no era compartida por investigadores como Lazarfeld y Merton (1977; *cf.*: Otero, 1996) para los cuales los medios masivos de comunicación alcanzan su preeminencia sólo en ciertas condiciones de absoluto “monopolio psicológico” o “cuando el objetivo es canalizar y no modificar actitudes básicas, o cuando actúan en conjunción con contactos directos” (p. 14). Incluso los resultados del estudio realizado en la campaña en Erie<sup>1</sup> se presentan como parte de la evidencia en contra del poder total de los medios de comunicación para conformar y manipular la opinión de la gente; “... documenta la existencia de un receptor discriminativo, que selecciona y prefiere, que consume los contenidos que confirman sus definiciones... Nada de ello es accidental. Lazarfeld, Berelson y Gaudet nos ponen en camino de una explicación cuando afirman que los contactos personales directos son más fuertes que la propaganda” (Otero, 1997; p. 43).

También, Eco (1999) en un brillante artículo escrito en 1967; *Para una guerrilla semiológica*, muestra su inconformidad con la elucidación apocalíptica hecha por los críticos más severos de la cultura de masas para quiénes: “Cuando triunfan los medios de masas, el hombre muere” (p. 140), al mismo tiempo que señala las diferencias entre éstos y la interpretación de Marshall McLuhan (1974, 1990, 1998; *cf.*: Rosenthal, 1969 y Berrio, 2005), autor del conocido aforismo: “*the medium is the message*”, quién, pese a haber partido de las mismas premisas determinantes del impacto de los *mass-media* en los individuos y la sociedad, concluye de un modo más optimista (para otros, más bien *dilettante*) sobre el decurso de la civilización humana, “cuando triunfan los medios de masas muere el hombre gutenberiano y nace un hombre diferente, habituado a «sentir» el mundo de otra manera. Allí donde los apocalípticos veían el fin de la historia, Mc Luhan observa el comienzo de una nueva fase histórica” (Eco, 1999, p. 140).

---

<sup>1</sup> Condado de Erie, Ohio, EEUU; en el cual se realiza, durante la campaña presidencial de 1940 que enfrentó a Roosevelt con Wilkie, un estudio dirigido por Lazarfeld y cuyos resultados se recogen en la obra *The People's Choice* publicado en 1944.

En este contexto de referencias teórico-históricas surge, desprendiéndose de sus preceptores socio-críticos, el discurso de Jürgen Habermas que concentra su atención en los procesos lingüísticos-comunicativos productores y reproductores de las acciones sociales, como fuerza intersubjetiva determinante de una integración social como condición de posibilidad de la sociedad misma. Habermas expone su Teoría de la Acción Comunicativa haciendo una revisión exhaustiva del fundamento racional de la acción, pero, desde una perspectiva de racionalidad con capacidad de emanciparse de los supuestos subjetivistas e individualistas que han mantenido sujeta la filosofía y la sociología moderna.

Para Habermas, las ataduras se pueden romper, para levantar un concepto de sociedad que integre los paradigmas de “sistema” y “mundo de la vida” a partir de una teoría crítica de la modernidad que muestre las debilidades de la racionalidad cognitivo-instrumental, responsable de la “cosificación tecno-burocrática”, pero, al mismo tiempo, nos muestre el camino para superar, bajo nuevas condiciones de racionalidad, las estructuras sociales dominadoras y los instrumentos de alienación y reificación.

El propósito principal de este trabajo consiste en interpretar el rol que las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), como nuevas formas y modalidades de *mass media*, tienen en la acción socio-comunicativa, capaz de llegar a coordinar las acciones sociales mediante las cuales las experiencias del “mundo”, que pueden comunicarse y racionalizarse por mediación del lenguaje, se convierten en una praxis social de construcción del “*mundo de la vida*” que ha disuelto la concepción ontológica del mundo reducida a la perspectiva fenomenológica.

### **Los aparatos ideológicos y la comunicación en la visión marxista-estructuralista:**

Como parte del replanteamiento de la filosofía marxista, Louis Althusser introduce, a finales de los años sesenta y principios de los setenta del siglo pasado, una interpretación del papel que tienen los “aparatos del Estado” en la reproducción de las condiciones de explotación de los trabajadores (que en el discurso de Karl Marx se muestra como

sinónimo de alienación del hombre<sup>2</sup>) y en el sustento de la ideología dominante.

La ideología que puede definirse como el conjunto de creencias que configuran la conciencia social y, utilizando los términos estructuralistas, es parte esencial de la “*superestructura*” de la sociedad<sup>3</sup>, aparece en la obra de Marx y Engels (1975), como una representación idealizada y tergiversada del devenir histórico del hombre. A ella, en un texto tachado en la primera edición de la *Ideología Alemana*, se refieren los autores:

Conocemos sólo una ciencia, la ciencia de la historia. Se puede enfocar la historia desde dos ángulos, se puede dividirla en historia de la naturaleza e historia de los hombres. Sin embargo, las dos son inseparables: mientras existan los hombres, la historia de la naturaleza y la historia de los hombres se condicionan mutuamente. La historia de la naturaleza, las llamadas ciencias naturales, no nos interesa aquí, en cambio tenemos que examinar la historia de los hombres, puesto que casi toda la ideología se reduce ya bien a la interpretación tergiversada de esta historia, ya bien a la abstracción completa de la misma. La propia ideología no es más que uno de tantos aspectos de esta historia. (p. 675).

---

<sup>2</sup>El ser humano, al trabajar, pone en cada producto una parte de su ser (energía, imaginación, esfuerzo, etc.). Así, los productos se humanizan. Por eso es posible estudiar la forma de vida de una determinada población antigua a través de los productos que han creado. Pero, en la sociedad capitalista, los productos que el obrero crea no son suyos. Se han quedado en manos de unos pocos (los propietarios de los medios de producción). El trabajador vende su fuerza de trabajo a otro ser, que utiliza su fuerza para enriquecerse. Por eso hay que decir que el burgués manipula la personalidad del trabajador. Esta alienación no desaparecerá hasta que no desaparezca el sistema capitalista y se instaure la sociedad comunista (Mestre, 2009).

<sup>3</sup>Según Marx la estructura de toda sociedad está constituida por "niveles" o "instancias" articuladas por una determinación específica: la infraestructura o base económica ("unidad" de fuerzas productivas y relaciones de producción), y la superestructura, que comprende dos "niveles" o "instancias": la jurídico-política (el derecho y el Estado) y la ideológica (las distintas ideologías, religiosa, moral, jurídica, política, etcétera) (Althusser, 1970, p. 134).

Para Althusser (1970) y, en general, para los teóricos marxistas posteriores a Lenin, la ideología, sin embargo, adquiere un papel mucho más relevante en los mecanismos de dominación de los trabajadores a las reglas del orden establecido. En la búsqueda de respuestas a la cuestión *How is the reproduction of labour [sic] power ensured? (¿Cómo se asegura la reproducción de la fuerza de trabajo?)* (p. 130), Althusser arriba a las siguientes conclusiones:

La reproducción de la fuerza de trabajo, entonces, pone de manifiesto, como condición *sine qua non*, no sólo la reproducción de su “calificación”, sino también la reproducción de su sometimiento a la ideología dominante o de la “práctica” de esta ideología, con una precisión que no es suficiente decir: “no sólo sino también”, para que quede claro que *es en las formas y bajo las formas de sometimiento ideológico, que se asegura la reproducción de la calificación de la fuerza de trabajo*. Pero con esto llegamos a reconocer la presencia eficaz de una nueva realidad: *la ideología*. (1970, p. 133)

Junto a los aparatos represivos del Estado (en la teoría marxista clásica, simplemente, aparatos del Estado: el gobierno, la administración, el ejército, la policía, los tribunales, las prisiones, entre otros.) aparecen los “*Aparatos Ideológicos del Estado (AIE)*” entre los que se cuentan; los religiosos, escolar, familiar, jurídico, político, sindical, cultural y, finalmente, de información, entre los que menciona: la prensa, radio y T.V., es decir, los principales medios de comunicación social existentes, por lo menos, para la época en que lo escribe el autor. No importa si los AIE son del dominio público o privado, tomando como referencia a Gramsci, Althusser asegura que tal distinción sólo es parte del derecho burgués y, aún cuando sean privados, ellos actúan y reproducen las funciones de AIE. Lo importante para Althusser es que existe “una diferencia fundamental entre los AIE y el aparato (represivo) de Estado: el aparato represivo de Estado «funciona mediante la violencia», en tanto que los AIE *funcionan mediante la ideología*” (pp. 144-145).

Para los marxistas estructuralistas el papel de los medios de comunicación social es contribuir a la preservación de la ideología dominante, por supuesto en la perspectiva de que las “viejas estructuras sociales” habrían de ser, eventualmente, sustituidas por las de una nueva sociedad fundada a partir de la ruptura de las antiguas religiones e ideologías y la irrupción del marxismo, que “es una ciencia, y debe llegar a ser la ideología «orgánica» de la historia humana, produciendo en las masas una nueva forma de ideología (una ideología que descansa, esta vez, sobre una ciencia, **lo que nunca se ha visto**)” (Althusser y Balibar, 1969, p. 143).

Otros autores marxistas, no estructuralistas, como Ludovico Silva (1977), describiendo su teoría sobre la “*plusvalía ideológica*”, coincide en señalar que, del mismo modo que el capitalismo se apropia del valor de la fuerza del trabajo, mediante el control de las comunicaciones masivas y de la industria cultural, “se apodera de una buena parte de la mentalidad de los hombres, pues inserta en ella toda clase de mensajes que tienden a preservar el capitalismo” (p. 198). Tomando como referencia a Sigmund Freud, y su diferenciación entre “preconsciente” e “inconsciente”, asegura que la base de sustentación ideológica dominante se encuentra en el “preconsciente en el hombre medio de esta sociedad” (p. 213) en forma de “*restos mnémicos*” por efecto del contacto diario con los medios audiovisuales.

Finalmente, resulta interesante revisar, desde la perspectiva althusseriana, un aspecto principal, el más importante, de los procesos de comunicación, la construcción del discurso, y de él, la fuerza de la palabra en la lucha que se produce en el ámbito filosófico, tan importante para Althusser (1999) como expresión permanente de la lucha de clases, cuyas realidades se “representan” mediante “ideas” que, a su vez, se “representan” con palabras. “Toda la lucha de clases puede a veces resumirse en la lucha por una palabra o contra una palabra, Algunas palabras luchan entre ellas como enemigos. Otras palabras dan lugar a un equívoco: la apuesta por una batalla decisiva pero indecisa” (1999, p. 20). En la lucha política, ideológica y filosófica las palabras no son sólo inocuos instrumentos del conocimiento, como aparecen en los argumentos científicos y filosóficos, sino que, se convierten en “armas, explosivos, calmantes y venenos” (p. 20).

## McLuhan y la visión positivista de los medios de comunicación

La discusión acerca del impacto de los medios de comunicación en la sociedad humana, desde mediados del siglo XX, tuvo como protagonista principal de esta interpretación positivista, a uno de los “intelectuales” norteamericanos más controvertidos, Herbert Marshall McLuhan. Educador canadiense devenido en “experto” de los fenómenos comunicacionales, introdujo el término *mass media* que luego se hizo tan imprescindible para el debate sobre el tema. Autor de una obra extensa y, por momentos contradictoria, que comienza con el libro *The Mechanical Bride: Folklore of Industrial Man* (1951), pasa, entre otras, por *Myth and Mass Media* (1960), *The effects of the improvement of Communication Media* (1960), *Explorations in communication* (1960)<sup>4</sup> y alcanza su clímax con las más conocidas *The Gutenberg Galaxy* (1962), que explica la extinción de la era de la palabra escrita a partir del descubrimiento del espacio curvo en 1905, y *Understanding Media: the extensions of Man* (1964) que desata una andanada de críticas muy duras sobre la profundidad y coherencia de sus ideas, pero que, al mismo tiempo, lo convierten en una especie de *vedette* intelectual admirada y reverenciada por el público y la industria cultural norteamericana de la época.

Finalmente, publica, junto a Quentin Fiore, que presenta más de cien ilustraciones para mostrar el impacto de los medios en todos los aspectos de la vida humana, una especie de folleto, para entender sus ideas, llamado *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects* (1967), título que según explicó el propio McLuhan en un programa de TV: se propone llamar la atención sobre el hecho de que un medio no es algo neutro; que le hace algo a la gente. Se apodera de ella. La frota, la masajea, la sacude de aquí para allá”.

Para MacDonald (1968), en *The Gutenberg Galaxy*, McLuhan hace una denuncia de la sociedad “abierta”, de libertad individual, para proponer una sociedad “cerrada” basada en el modelo primitivo (“pro-

---

<sup>4</sup>Antología de artículos seleccionados sobre el tema de la comunicación que fue compilada por Mc Luhan junto a Edmund Carpenter. En nuestro idioma se publicó bajo el sugestivo título de El Aula sin Muros, que corresponde precisamente a uno de los artículos de Mc Luhan que integran la obra.

ducto de tecnologías de la palabra y el oído”) y anhela, que el advenimiento de la Era Electrónica llegue a “sellar toda la familia humana en una sola tribu global”. Arlen (1969) en artículo publicado en *The New Yorker* refiriéndose a las verdades de McLuhan, señala que tiene una “Gran idea”, que lleva de aquí para allá, sobre el efecto que sobre el hombre moderno habría tenido el alfabeto, los tipos de imprenta y el papel impreso, pues se habría asegurado una especie de “dependencia visual-mental en letritas alineadas, letras impresas, líneas, una palabra justo tras la otra, [que] han producido en el hombre una reacción lineal al mundo, han producido la especialización, la compartimentalización, hasta la civilización, la producción en masa y varios otros males” (pp. 92-93).

Según McLuhan la alienación a la palabra escrita sería superada por una mayor sensibilidad sensorial, la cual sería multiplicada y ampliada por los medios de comunicación, como extensiones de los sentidos naturales del hombre, a tal punto que, finalmente, nos pide no reparar en el contenido del mensaje que se transmite por ellos, pues pierde cualquier importancia frente al poder del medio, sobretudo la TV, que nos devuelve la sensibilidad y los deseos innatos de experiencias sensoriales compartidas con la naturaleza y otros seres humanos. Las sensaciones subyacentes, sin relación o conexión con la conciencia, en contraposición incluso a la inteligencia (que sería una expresión de la racionalidad intelectual y lógica), se presentan como fin y propósito de la vida.

Simon (1968) resume perfectamente la galaxia de McLuhan:

La tesis del libro es que el hombre era una vez tribal y tenía sus sentidos totalmente desarrollados, es decir, ... que era “audiotáctil”... Pero la invención del alfabeto fonético y, particularmente, de la imprenta, destacaron la orientación y la evolución visual-conceptual del hombre, hasta que todo, desde su política a su arte, se hizo lineal, por secuencias, organizado según una perspectiva y una lógica que no eran más que la hipertrofia y la hegemonía de lo visual o conceptual. Pero la llegada del telégrafo, el cine, la radio, la televisión y otros medios de comunicación social,

que exigen el empleo de distintos sentidos y que reducen el mundo a una aldea tribal, crea una nueva revolución comparable a la tipográfica pero en sentido inverso (p. 104).

Sin embargo, en las ideas de McLuhan se nota su reticencia a juzgar los efectos de esta revolución inevitable, “pareciera que habiendo expresado su desagrado por la vulgaridad y la mezquindad de los valores de la sociedad contemporánea en *The Mechanical Bride*,... se niega a juzgar si la influencia de los medios electrónicos sobre los esquemas de vida es buena o mala” (Rosenthal, 1969, p. 24). Se convierte así en el gurú de la exaltación de los medios de comunicación, y de las tecnologías en general, a niveles inverosímiles y hasta ridículos, mediante una visión mítica, exagerada y fantasiosa de la ciencia, la técnica y el arte; “estamos en un período de cambios fantásticos... que llegan a una velocidad fantástica ¡Su vida cambia de manera dramática! ¡Usted no lo advierte!”<sup>5</sup>. McLuhan que alerta sobre el efecto de los medios de la nueva era electrónica, termina siendo “complaciente con las duras perplejidades de la tecnología” (Arlen, 1968, p. 94); “No hay nada estéril en la televisión, sino en el ojo del espectador”<sup>5</sup>.

Kenner (1968) irónicamente lo compara con Newton, pues ambos descubrieron un tópico que estaba listo para ser encontrado, el del padre de la Física sería la gravitación que estaba allí desde que se formó el universo; los medios de comunicación el de McLuhan, pues habían alcanzado el momento justo para que se develaran sus secretos ante un público ávido de explicaciones por su propio comportamiento ante esas extrañas cajas electrónicas que Martha Colomina (1968) llamó “*El Huesped Alienante*”.

En relación con la educación y los medios de información y comunicación, McLuhan, en sus primeros artículos carga contra el libro como responsable de aislar al lector del resto del mundo; antes de la imprenta la enseñanza tenía lugar fuera de las aulas y, con el devenir de los medios de información masivos, estaríamos en presencia de un nuevo renacer de la educación no constreñida al reducido espacio del aula.

<sup>5</sup>Expresiones de M. McLuhan emitidas en un programa de televisión de la cadena NBC en marzo de 1967 (Arlen, 1968)

Hoy en nuestras ciudades la mayor parte de la enseñanza tiene lugar fuera de la escuela. La cantidad de información comunicada por la prensa, las revistas, las películas, la televisión y la radio, exceden en gran medida a la cantidad de información comunicada por la instrucción y los textos en la escuela. Este desafío ha destruido el monopolio de libro como ayuda a la enseñanza y ha derribado los propios muros de las aulas de modo tan repentino que estamos confundidos, desconcertados (pp. 235-236).

Los maestros no entienden que no se trata sólo de medios de entretenimiento, sino educativos, que avanzan indetenibles y vienen a transformar, que no a reforzar, los procedimientos de la escuela tradicional. No deberían ser rechazados, por el efecto negativo del cine y la TV, sino que sus virtudes y defectos, de forma y contenido, conjuntamente con otros tipos de artes y técnicas, podrían haberse convertido en instrumento del maestro. Critica además las supuestas diferencias entre educación y diversión, reivindicando incluso el comic como medio equivocadamente excluido del proceso educativo, para concluir que “nunca ha dejado de ser cierto que lo que agrada, enseña de modo mucho más efectivo” (p. 237).

Estos argumentos, todos razonables, comienzan casi de inmediato a ser exagerados, en otros artículos precursores de sus libros más famosos, así en McLuhan (1974b) aparecen algunas de las ideas que luego se convertirían en el centro de su discurso, tales como “Todos los nuevos medios, incluyendo la prensa, son formas artísticas que tienen el poder de imponer, igual que la poesía, sus propios supuestos. Los nuevos medios no son formas de relacionarnos con el mundo *real* antiguo; *son* el mundo real y recrean a voluntad lo que queda del mundo antiguo” (p. 241).

Son estas y otras muchas aseveraciones, que resultaban además muy complacientes con todo lo que se venía haciendo en la industria cultural norteamericana, pues no cuestionaba ni evaluaba su ambición crematística ni la calidad de sus productos y, menos aún, sus ya evidentes perversos efectos sobre el comportamiento de los usuarios, tales como la imposición de un exacerbado consumismo, las que termina-

ron por descalificar intelectualmente a McLuhan, aunque nunca le faltó fama y aprobación de numeroso público, siendo, sin duda, como lo calificó *The New Yorker*, el “primer filósofo pop”.

### **La teoría crítica y los medios de comunicación**

En el transcurso de la década de los 40 del siglo pasado surge la escuela de Frankfurt, integrada por un notable grupo de pensadores de procedencia marxista, entre quienes se cuentan Max Horkheimer, Herbert Marcuse y Theodor W. Adorno; que obligados a emigrar de la Alemania hitleriana a los EEUU por razones políticas, comienzan una profunda reflexión sobre las consecuencias del cientificismo y la filosofía de las ciencias, denunciando que los positivistas adaptan la filosofía a la ciencia, esto es a las exigencias prácticas, cuando debería hacerse al contrario (Horkheimer, 2002).

Se cuestiona todo lo que se ha dado por hecho; como la psicología analítica, la sociología empírica y la del conocimiento, y nace la *teoría crítica de la sociedad*, pues “sólo una filosofía crítica de lo social puede aprehender el verdadero sentido y función de cada hecho, abstractando y desentrañando todos sus factores causales” (Pasquali, 1972, p. 17)

La visión positivista también se había apropiado de la interpretación sobre las consecuencias que los medios de comunicación han tenido en la cultura occidental; la teoría crítica revisa y plantea la existencia de un hilo conductor entre quienes poseen y controlan dichos medios y las mentes de los usuarios, devenidos en simples receptores, de mensajes subliminales elaborados y transmitidos para cada grupo de ellos.

Para los críticos de Frankfurt, se ha logrado una identificación entre poder y conciencia a través del control de los mensajes de la comunicación masiva. Los “mass-media” conformarán la base material de la ideología, patentizada ésta en la industria de la cultura y de la conciencia (Muñoz, 2009).

De hecho la obra de los teóricos críticos sólo es conocida ampliamente, después de la publicación del trabajo de Herbert Marcuse “*El Hombre Unidimensional*”, en 1964, que paradójicamente coincide ese mismo año con la publicación de Herbert Marshall McLuhan “*Understanding Media*”. La crítica a la técnica, como herramienta para la subyugación del ser humano, a su instrumentalización o cosificación bajo el ropaje de un discurso que la coloca como el producto más elaborado de la ciencia, para el cumplimiento de su más alta misión, la redención del hombre y la superación de todos los males y carencias, aparece una y otra vez en el planteamiento de los representantes de la Escuela de Frankfurt. Marcuse (2009) señala que:

En la construcción de la realidad tecnológica nada hay que se parezca a un orden científicamente racional; el proceso de la racionalidad es un proceso político... Solo en el medio de la tecnología, el hombre y la naturaleza se hacen objetos fungibles de la organización. La efectividad y productividad del aparato al que están sometidos velan por los intereses particulares que organizan el aparato. En otras palabras la tecnología se ha convertido en el gran vehículo de la *reificación*: la reificación en su forma más madura y efectiva (pp. 195-196).

Como parte del desarrollo tecnológico, la industria cultural genera, entonces, fenómenos como el establecimiento de una “pseudo cultura”, la destrucción de la formación humanística y racional, pero principalmente, la generación de una sociedad donde el ser humano consume ideologías sin ningún tipo de razón crítica, convirtiendo la cultura en mercancía, por lo cual, toda expresión cultural puede ser transformada con el fin de llenar las expectativas del mercado.

Cuanto más se expande el sistema de “comercialización” de la cultura, más se tiende, asimismo, a asimilar el arte “serio” del pasado mediante la adaptación de este arte a los propios requisitos del sistema. El control es tan amplio que cualquier violación de sus reglas es estigmatizada a priori como “pedantería” y tiene pocas posibilidades de llegar al grueso de la población. El esfuerzo concertado del sistema

tiene como consecuencia lo que se podría denominar la ideología predominante de nuestra época (Adorno, 1966; pp. 5-10).

Lo que Adorno denomina “cultura de masas” no se refiere únicamente a la estandarización de los productos del trabajo, sino a la uniformización de los gustos y de la percepción de necesidades. Un mercado estandarizado es un mercado donde los consumidores no pueden dejar de pedir los mismos productos de siempre, pero en envases diferentes para evitar la “abulia compradora”. De hecho, con los argumentos de McLuhan “hace ya mucho tiempo que nos convencieron de que el envase es el producto, como el medio es el mensaje” (Luna, 2008). La creación, mantenimiento y constante refuerzo de esa cultura de masas, es decir, la garantía de que nada se salga de los cánones establecidos corresponde a los medios de masas.

Cómo se logra ese tremendo control psicológico sobre la sociedad para consolidar los modelos de opinión prevalentes y el sistema de valores que se siembran inconscientemente a todos. Adorno especifica algunos aspectos determinantes como: el *carácter reiterativo* se presenta como la orientación dominante de su lógica temática y creadora; la *ubicuidad* de la cultura comunicativa actúa de manera que acaba provocando una identidad temática; con ello se fijan unas *reacciones automáticas* en las audiencias muy delimitadas y organizadas desde los centros de producción de mensajes y la *debilitación* de las fuerzas de resistencia individual que conduce a una integración controlada de la población (Muñoz, 2000).

A decir verdad, el mensaje oculto puede ser más importante que el mensaje explícito, ya que el primero eludirá los controles de la conciencia, no se lo “verá al través”, no será esquivado por la resistencia a las ventas y, en cambio, es posible que se hunda en la mente del espectador. (Adorno, 1966; pp. 5-10).

Pasquali (1972) resume la impronta de la filosofía crítica frente a la segmentación de la ciencia y la imposición de “cierto espíritu positivista e iluminista”, pues sólo tendrá sentido si asume como únicas e intransferibles funciones las de “ser crítica del uso instrumental a que las disciplinas científicas y sociales pretenden someter las formas del saber; la de denunciar permanentemente el olvido de los fines racionales y humanos, y el formalismo subjetivista que sólo atiende a la eficacia de los medios” (pp. 17-18).

Aquí surge la cuestión sobre cuál es la salida a este insoslayable laberinto cultural perfectamente dominado y controlado. La propaganda cultural aparece como la nueva especie de opio, sustituto de la religión, creadora de una falsa conciencia capaz de encubrir las verdaderas intenciones por mantener el orden. Y si “para el consumidor no hay nada que clasificar que no venga ya anticipado en el esquematismo de la producción” (Adorno y Horkheimer, 2007, p. 137); cómo enfrentar esta realidad y prevenir el aletargamiento, cómo luchar por la emancipación del hombre. Cómo responder a la pregunta planteada por Marcuse en el Ensayo sobre la Liberación de 1969: “¿Debe repetirse una vez más que la ciencia y la tecnología son los grandes vehículos de la liberación, y que sólo su uso y condicionamiento en la sociedad represiva es lo que las convierte en instrumentos de dominación?” (Pasquali, 1972, p. 21).

### **Habermas y la teoría de la acción comunicativa**

Jürgen Habermas es el discípulo más destacado de la segunda generación de la Escuela de Frankfurt, aunque desde sus primeros trabajos revela diferencias importantes con la teoría crítica de sus fundadores; desarrollando su propia perspectiva, haciéndola menos crítica, menos negativa y más sistemática, más orientada a la construcción de una teoría social más coherente.

Para Habermas, las ataduras se pueden romper, para levantar un concepto de sociedad que integre los paradigmas de “sistema” y “mundo de la vida” a partir de una teoría crítica de la modernidad que muestre las debilidades de la racionalidad cognitivo-instrumental, responsable de la “cosificación tecno-burocrática”, pero, al mismo tiempo,

nos muestre el camino para superar, bajo nuevas condiciones de racionalidad, las estructuras sociales dominadoras y los instrumentos de alienación y reificación. Su interés se dirige a los procesos comunicativos con posibilidades de coordinar acciones sociales, es decir, forjar una integración social como condición de posibilidad de la sociedad misma, su exploración intelectual se enfoca en las condiciones “racionales” bajo las cuales se puede generar dicho consenso intersubjetivo.

Distinguía básicamente entre cuatro tipos posibles de acción social: la estratégica, la regulada por normas, la dramática y la comunicativa. La acción comunicativa es aquella donde los actores buscan entenderse sobre una situación de acción para poder así coordinar de común acuerdo sus planes y con ello sus acciones (Habermas, 1992; p. 124). El concepto de acción comunicativa considera el lenguaje como el medio por y dentro del cual tienen lugar los procesos de entendimiento en cuyo transcurso los participantes, al relacionarse con un mundo, se presentan unos frente a otros con pretensiones de validez que pueden ser reconocidas o puestas en cuestión (Habermas, 1992; p. 143).

El consenso viene a ser el punto principal de la teoría de la acción comunicativa, una visión optimista, que deviene de la concepción de la modernidad, en el sentido que la humanidad requiere de esperanzas y certezas para su existencia. El consenso tendrá lugar en el “mundo de la vida”, donde la intención en esta visión no es la de la imposición de unos sobre otros, y donde a partir de la confrontación del discurso, se construye el conocimiento, las normas y hechos sociales. El consenso, no obstante, no implica la desatención al coexistente disenso, fundamental para la construcción social,

El enfoque habermasiano, a partir de una competencia comunicativa de las personas que puede generar consenso sobre las normas y hechos sociales en los muy variados discursos cotidianos, admite contemplar, en primer lugar, la hipótesis de que esta competencia comunicativa también es la instancia posibilitadora de disensión, constitutivo tanto como el consenso para la comunicación humana (...) esta versión de una competencia comunicativa que al mismo tiempo es una exigencia estructural de las acciones

comunicativas, abre el camino a una conceptualización sobre la socialización que percibe a este proceso como aquel a lo largo del cual los mismos seres humanos se convierten en constructores activos de su *Lebenswelt* («mundo vital»), y por tanto de su sociedad (Radl, 1998; p. 104)

Este “mundo vital” (*Lebenswelt*) producto del proceso de socialización, a través del cual los propios seres humanos se convierten en constructores activos de su sociedad, estaría integrado por tres mundos con los cuales el “actor social” mantendría relaciones, y que para Habermas (1992) son los siguientes:

- (1) el mundo objetivo (como conjunto de todas las entidades sobre las que son posibles enunciados verdaderos);
- (2) el mundo social (como conjunto de todas las relaciones interpersonales legítimamente reguladas); y (3) el mundo subjetivo (como totalidad de las vivencias del hablante a las que éste tiene un acceso privilegiado) (p. 144).

Sin embargo, como señala Noguera (1996), Habermas no afirma que la sociedad pueda entenderse en términos exclusivamente comunicacionales o de interacción lingüística, ni que la cultura y la ideología sean el nuevo motor de la historia, ni que la realidad social no tenga aspectos materiales, sino más bien, los fenómenos sociales se encuentran lingüísticamente mediados, derivándose una enorme potencialidad para el “uso social del lenguaje” en la fundamentación de una teoría social crítica, capaz de explicar la evolución social.

La virtud de una racionalidad comunicativa, frente a la imperante racionalidad cognitivo-instrumental, mediante la cual se ha levantado la “cosificación burocrática y tecnológica”, es la de ensanchar las opciones de coordinar acciones sociales bajo nuevas condiciones de racionalidad, superando con ello las restricciones coercitivas impuestas por las estructuras sociales obsoletas y sus instrumentos institucionalizados de coacción, alienación y reificación, cuyos mecanismos señalaron bien los integrantes de la Escuela de Frankfurt, pero, para cuya superación no propusieron, como si hace Habermas, alguna salida que surja de la propia racionalidad.

En resumen, el camino emprendido por Habermas conduce desde la disolución fenomenológica de un concepto ontológico de mundo hasta una definición intersubjetiva del mismo desde la acción socio-comunicativa, es decir, en cuanto experiencia con sentido que puede comunicarse y racionalizarse por mediación del lenguaje, y se “realiza” en una práctica comunitaria que tiene por trasfondo un idéntico “mundo de la vida”. Ese esfuerzo tendrá que expresarse mediante un diálogo constante, que de acuerdo a Habermas, tendrá que cumplir con algunas restricciones o requisitos, con los cuales se darían las condiciones necesarias para el diálogo ideal que él denomina “condiciones ideales del habla”.

En una situación en que las comunicaciones no estén limitadas o condicionadas por el medio externo o por la propia estructura de la comunicación; esto es, una comunicación sin perturbaciones, para que se recreen situaciones ideales de habla según Habermas (1992) se tienen que cumplir, primero, dos condiciones triviales, referidas al discurso:

- a. Todos los participantes potenciales en un discurso tienen que tener la misma posibilidad de utilizar actos de habla comunicativos, de manera que puedan iniciar un discurso en cualquier momento, así como perpetuarlo con réplicas y contrarréplicas, preguntas y respuestas.
- b. Todos los participantes en un discurso deben tener la misma posibilidad de realizar interpretaciones, aserciones, recomendaciones, explicaciones y justificaciones, y de manera que ninguna opinión anterior se sustraiga continuamente de ser tematizada y criticada. (Habermas, 1992; p. 153)

Y, al mismo tiempo, dos exigencias más, no triviales, y referidas al encuadre de los discursos en contextos de acción:

- a. Sólo se admiten en el discurso hablantes que tengan, en cuanto actores, las mismas posibilidades de utilizar actos de habla representativos, es decir, de expresar sus opiniones, sentimientos e intenciones.
- b. Sólo se admiten en el discurso hablantes que tengan, en cuanto actores, las mismas posibilidades de usar actos de habla regulativos, es

decir, de ordenar y oponerse, de permitir y prohibir, hacer y retirar promesas, rendir y exigir cuentas... (Habermas, 1992; p. 153).

La comunicación real está colmada de perturbaciones que impiden el cumplimiento de estos preceptos que la idealizan, pero, tomando en cuenta que Habermas (1992) escribió que “los medios de comunicación de masas constituyen reforzadores técnicos de la comunicación lingüística, que salvan distancias en el tiempo y en el espacio y multiplican las posibilidades de comunicación; que adensan la red de acción comunicativa, pero sin desenganchar las orientaciones de acción de los plexos del mundo de la vida” (p. 473), sin haber tenido oportunidad de avizorar el advenimiento de las TIC y su enorme potencial, queda claro, que las posibilidades de lograr una comunicación, para la acción, en la actualidad a través del ciberespacio, mediante complejas redes sociales, se elevan exponencialmente las posibilidades de alcanzar las condiciones ideales del habla.

### **A modo de conclusión**

La principal crítica a los *mass media* fue su enorme capacidad alienante, pues el poder de penetración de sus mensajes, elaborados para preservar el status quo, terminaba por imponerse en la conciencia de las masas, convertidas en simples recipientes, sin derecho ni oportunidad para la réplica, la disensión o la emancipación. La razón en este argumento se ubica en la unidireccionalidad del discurso creado a través de la prensa, la radio y la televisión y, ciertamente, se debe admitir que en buena medida, el contenido y la intención del mensaje responde a los intereses, abiertos u ocultos, de los propietarios de los medios; sean estos públicos o privados.

Al contrario, las Tecnologías de la Información y Comunicación, desarrolladas a partir de la última década del siglo pasado, asociadas a la telemática y, a nivel educativo, a la edumática, tienen precisamente características muy diferentes, en cuanto son medios que permiten la comunicación multidireccional, interactiva y con un atenuado poder de control sectorial, respecto a las tecnologías precedentes. Ahora el “mensaje” surge en cualquier parte, producido por infinitos actores, con

capacidad de comunicarse prácticamente sin barreras, salvo las resultantes de algún bloqueo “político” de acceso al equipo o algunos espacios de Internet (tales como los implantados en China, Corea del Norte o Cuba), de manera que, en muchos casos, se logran imponer criterios generales y particulares que alcancen el consenso, sin presiones de jerarquía o poder sociales, económicas y políticas, todo como producto principalmente de la aparición en el ciberespacio de condiciones muy cercanas a las ideales del habla prescritas por Jurgen Habermas.

Ejemplos de los mecanismos surgidos de la ampliación de fronteras del espacio virtual, con la introducción de la Web 2.0, son las enormes redes sociales de información y entretenimiento (*Facebook, Twitter, My Space, Hi 5*, entre otros.) que han logrado conectar y comunicar a miles de millones de seres humanos aunque, desafortunadamente, hasta ahora, sin mucha claridad sobre las enormes posibilidades organizacionales, educacionales y emancipadoras que contienen. De todas maneras, con un perfil y alcance más reducido se han venido construyendo redes sociales de otro tipo, como las de productores, PYMES, cooperativas, redes docentes, de investigadores, que han procreado un vasto intercambio de experiencias, conocimientos, posicionamientos sociales, políticos y económicos, en muchos sentidos revolucionantes.

No se trata, por supuesto, que las TIC sean consideradas la panacea tecnológica que, libre de todo mecanismo de enajenación, contribuirá a la emancipación del hombre y a la construcción de nuevas formas de organización de las sociedades humanas, por el contrario, en la actualidad el papel que cumplen, como parte del proceso de globalización, es más bien, el de preservar y reforzar los mecanismos de alienación de los ciudadanos del mundo; pero, al mismo tiempo; comienzan a consolidarse y multiplicarse las experiencias comunicacionales con diferentes intencionalidades.

Todo esto refuerza la idea que las TIC como herramientas educativas pueden cumplir un rol muy importante en la transformación de la sociedad, si se aprovechan para bienestar de la mayoría, pues, en todo caso, el receptor cada vez es menos una víctima y más un agente racional crítico (Habermas, en Fernández, 1997). Justificar el impacto de las TIC en el ámbito escolar y universitario, a partir de lo expuesto,

requiere tan sólo que el tipo de interacciones simbólicamente mediadas que hacen posible el intercambio de ideas generales y específicas se produzcan, de manera recurrente, cercanas al “mundo de la vida” y alejadas del currículo normativo y formal, el cual es expresión más bien del sistema, de su preservación.

Se cumple así el propósito principal de este trabajo que consistió en interpretar el papel que tienen las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), como nuevas formas y modalidades de *mass media*, en la acción socio-comunicativa, para facilitar a los individuos y grupos sociales (hablantes) llegar a ser capaces de coordinar las acciones sociales mediante las cuales las experiencias del “mundo”, que pueden comunicarse y racionalizarse por mediación del lenguaje, se convierten en una praxis social de construcción del “mundo de la vida” que disuelva la concepción ontológica del mundo reducida a la perspectiva fenomenológica.

La utilización de las TIC en los procesos de organización, comunicación y formación en los que se involucren individuos críticos, reflexivos y conscientes de su poder para generar opiniones y soluciones, encierran un potencial emancipador que todavía no hemos podido apreciar en toda su dimensión.

### Referencias Bibliográficas

Adorno, Theodor W. (1966). *Televisión y Cultura de Masas*. Colección Arte y Sociedad, 2. Córdoba, Argentina: Editorial Universitaria de Córdoba.

Adorno, Theodor W. y Horkheimer, Max (2007). *Dialéctica de la Ilustración*. Obra Completa, 3. Edición Básica de Bolsillo. Madrid, España: Akal.

Althusser, Louis (1970). *Idéologie et appareils idéologiques d'État*. *Le Pensée*, N ° 151, París, en *Lenin and Philosophy and Other Essays* (1971). Nueva York, EEUU: Monthly Review Press.

Althusser, Louis (1999). *La filosofía como arma de la revolución*. Entrevista concedida a Maria-Antonieta Macciocchi, originalmente publicada en L'Unità el 01.02.1968. México D.F., México: Siglo XXI.

Althusser, Louis y Balibar Étienne, (1969). *Para leer El Capital*. México D.F., México.: Siglo XXI.

Arlen, Michel J. (1969). Marshall Mc Luhan y el abrazo tecnológico. En Rosenthal, R. (1969). *Mc Luhan: Pro & Contra*, pp. 89-99. Caracas, Venezuela: Monte Ávila.

Berrio, Jordi. (2005). La obra de Mc Luhan o el trabajo intelectual como provocación. *Portal de la Comunicación InCom-UAB: El portal de los estudios de comunicación*, 2001-2009. Revisado el 03 de mayo de 2009 en [http://www.portalcomunicacio.com/esp/n\\_aab\\_lec\\_index.asp?id\\_llico=19](http://www.portalcomunicacio.com/esp/n_aab_lec_index.asp?id_llico=19).

Colomina, Martha (1968). *El huésped alienante: un estudio sobre audiencia y efectos de las radio-telenovelas en Venezuela.*: Maracaibo, Venezuela: Universidad del Zulia, Centro Audiovisual.

Eco, Umberto (1999). Para una guerrilla semiológica. *La estrategia de la ilusión*. Barcelona, España. pp. 137-145

Fernández, Sergio Pablo (1997). Habermas y la Teoría Crítica de la Sociedad. Legado y Diferencias en Teoría de la Comunicación. *Cinta de Moebio, Revista Electrónica de Epistemología de Ciencias Sociales*, septiembre, número 1. Facultad de Ciencias Sociales-Universidad de Chile. Revisado el 02 de abril de 2011 en <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=10100104>

Habermas Jürgen. (1988). *La lógica de las ciencias sociales*. Madrid, España: Tecnos.

Habermas, Jürgen. (1992). *Teoría de la Acción Comunicativa*, vol. I. Madrid, España: Taurus.

Horkheimer, Max (2002). *Critical theory: selected essays*. New York, EEUU: The Continuum Publishing Company.

Horkheimer, Max y Adorno, Theodor W. (1970). *Dialéctica del Iluminismo*. Buenos Aires: Editorial SUR.

Kenner, Hugh (1968). Entender a Mc Luhan, en R. Rosenthal (comp). *Mc Luhan: Pro & Contra*, (pp. 29-35). Caracas, Venezuela: Monte Ávila.

Lazarsfeld, Paul F. y Merton, Robert K. (1977). Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada, en Heriberto, Muraro (comp). *La comunicación de masas*. Buenos Aires, Argentina: Centro Editor de América Latina.

Luna Alcoba, Manuel (2008). *Cine y televisión como "ideología"*. *Aspectos de la crítica de Adorno a la cultura de masas*. (Post-scriptum a Mundo imagen). Revisado el 10 de mayo de 2011 en <http://www.telefonica.net/web2/manuelluna/LunaAdorno.pdf>.

MacDonald, Dwight (1968). Para arriba del totem. En R. Rosenthal, (comp). *Mc Luhan: Pro & Contra*, (pp. 39-46). Caracas, Venezuela: Monte Ávila.

Marx, Karl y Engels, Friedrich (1975). *La ideología alemana. Crítica de la novísima filosofía alemana en las personas de sus representantes Feuerbach, B. Bauer y Stirner, y del socialismo alemán en las de sus diferentes profetas*. Buenos Aires, Argentina: Pueblos Unidos.

Mc Luhan, Marshall (1974a) El Aula sin Muros, en Carpenter, Edmund y Mc Luhan, Marshall (comp). *El Aula sin Muros. Investigaciones sobre técnicas de comunicación*, (pp. 235-237). Barcelona, España: LAIA.

Mc Luhan, Marshall (1974b). Itinerario de los medios de comunicación, en Carpenter, Edmund y McLuhan, Marshall (comp). *El Aula sin Muros. Investigaciones sobre técnicas de comunicación*. (pp. 239-242). Barcelona, España: LAIA.

Mc Luhan, Marshall (1964). *Understanding media: the extensions of man*. Parte 1. New York, EEUU: Signet.

Mc Luhan, Marshall (1998). *La galaxia Gutenberg: génesis del homo typographicus*. Barcelona, España: Círculo de Lectores.

Muñoz, Blanca (2000). *Theodor W. Adorno: teoría crítica y cultura de masas*. Caracas, Venezuela: Fundamentos.

Muñoz, Blanca (2009). Cultura de masas, en Román Reyes (Dir): *Diccionario Crítico de Ciencias Sociales. Terminología Científico-Social*, Tomo 1/2/3/4, Madrid, España: Plaza y Valdés.

Noguera, J. A. (1996). La teoría crítica: de Frankfurt a Habermas una "traducción" de la teoría de la acción comunicativa a la sociología. Universitat Autònoma de Barcelona. Departament de Sociologia. *Papers* 50, 1996 133-153. Revisado el 01 de enero de 2010 en: [http://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n50p\\_133.pdf](http://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n50p_133.pdf).

Otero, E. (1996). Paul K. Lazarsfeld y los inicios de la investigación en comunicación política. *Excerpta* N° 2, abril 1996. Santiago, Chile.

Otero, E. (1997). *Teorías de la Comunicación*. Colección Textos Universitarios. Universidad de Chile. Santiago, Chile: Editorial Universitaria:

Pasquali, Antonio. (1972). *Comunicación y Cultura de Masas. La masificación de la cultura por medios audiovisuales en las regiones subdesarrolladas. Estudio sociológico y comunicacional*. Caracas, Venezuela: Monte Ávila.

Pasquali, Antonio. (2007). *Comprender la Comunicación*. Colección Comunicación Educativa. Barcelona, España: Gedisa.

Radl Ph. R. (1998). La teoría del actuar comunicativo de Jürgen Habermas: un marco para el análisis de las condiciones socializadoras en las sociedades modernas. *Papers* 56, pp. 103-123. Santiago de Compostela. España.

Rosenthal, Raymond (comp.) (1969). *Mc Luhan: Pro & Contra*. Monte Ávila Editores: Caracas, Venezuela.

Silva, Ludovico (1977). *La Plusvalía Ideológica*. Caracas, Venezuela: Ediciones de la Biblioteca de la Universidad Central de Venezuela.

Simon, John (1969). Peregrino de lo audiotáctil, en R. Rosenthal, (1969). *Mc Luhan: Pro & Contra*, (pp. 101-108). Caracas, Venezuela: Monte Ávila.