

LA NARRATIVA EN MULTIMEDIA.

ALGUNAS IMPLICACIONES DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA FORMACIÓN DE COMUNICADORES

In this article, the author emphasizes the changes occurred in communication media with the advent of digital support, specially in the way of dealing with language. The author analyzes the impact these innovations have in training communicators and journalists given that new technologies have modified the schema and traditional narrating practices emerging from the hypertext or non-linear writing that allows the user to read in an interactive screen, joining text blocks giving him the possibility to the user of selecting different paths.

Patricia Asmar Amador

Realizó estudios de comunicación en la Universidad Javeriana. Se doctoró en Comunicación Pública en la Universidad de Navarra (España). Ha sido profesora de Teoría del Discurso en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Sabana, en la que ocupó el cargo de Vicedecana de 1993 a 1997. En la actualidad, es profesora investigadora de la Universidad del Rosario.

Las nuevas tecnologías informáticas han modificado ostensiblemente las prácticas profesionales de los comunicadores. Nos encontramos en un mundo de «integración» de las tecnologías, gracias al soporte digital que ha hecho posible la superación de los límites que, hasta hace poco, separaban los medios tradicionales, y ha propiciado fusiones asombrosas de texto, imagen y sonido en un solo paquete multimedia interactivo.

Estas facilidades tecnológicas han generado un nuevo paradigma en el que se introducen novedades, que podríamos calificar como revolucionarias, en los códigos, en las relaciones de comunicación, en la estructuración de los mensajes y en la manera misma de comprender las tradicionales funciones de la comunicación. Se trata de cambios que han afectado nuestras formas cotidianas de interacción (personal y social) y a las cuales resulta necesario adaptarse a un ritmo que, por lo general, percibimos como vertiginoso.

Aunque todas las profesiones se han visto influidas por el acelerado cambio tecnológico, no cabe duda de que el periodismo y la comunicación social constituyen uno de los ejes de esta transformación. Las nuevas tecnologías han permitido un rediseño de los medios y de los lenguajes, que ha afectado profundamente los modos de ejercicio profesional. En este contexto, las facultades de Comunicación deben estar muy atentas a estas innovaciones no sólo para adaptarse a ellas, sino también para contribuir a generarlas, principalmente a través de la formación de profesionales capaces de asumirlas con visión humanística y amplitud conceptual.

Este artículo busca centrarse en esta última cuestión: ¿cómo contribuir a la formación de comunicadores capaces de responder asertivamente a la cambiante realidad profesional?, ¿cuáles postulados clásicos continúan teniendo vigencia y qué otros se presentan como novedosos y prioritarios?, ¿qué hay de permanente -si no resulta muy osada la frase- y qué de novedoso en la formación de estos profesionales?

Como estas cuestiones se pueden responder desde diferentes enfoques, en este artículo se intentará acercarse a ellas desde la perspectiva del relato, tratando de hacer frente tanto a los postulados clásicos que continúan vigentes en la formación de comunicadores como a los nuevos retos que, en este sentido, plantean las nuevas tecnologías multimedia.

APRENDER A NARRAR, LA NOVEDAD DE UN PRINCIPIO CLÁSICO

Aprender a contar historias para el periódico, para una serie de televisión, para un anuncio publicitario, para un título multimedia, para un reportaje, para una noticia, para un dramatizado, para una crónica... Saber escribir o encantar con imágenes es, para un comunicador, saber narrar.

En el proceso de formación de comunicadores, se debe poner especial énfasis en el conocimiento de la teoría narrativa y en el desarrollo de las habilidades del relato, pues se trata de conceptos y herramientas básicos que podrá aplicar en la elaboración y en el análisis de todo tipo de mensaje, en cualquier lenguaje y área de especialización profesional. Nos encontramos con una unidad básica de formación, como lo puede ser la anatomía para el médico o el concepto de justicia para el abogado. Sin embargo, ¿qué significa saber narrar?, ¿es una habilidad que se puede enseñar en la universidad o se trata, por el contrario, de un talento natural que, simplemente, se desarrolla y perfecciona con la práctica?, ¿por qué es fundamental esta habilidad en la formación de los comunicadores?

Empecemos por señalar que un profesional de esta área se enfrenta cotidianamente a la construcción de historias en las que, ya sea en el ámbito de la realidad o en el de la ficción, se cuentan acciones humanas. Tanto los mensajes informativos como los de entretenimiento son posibles a través de discursos narrativos que estructuran la realidad en torno de las acciones de sus protagonistas, en las cuales se presentan todos los elementos de la tensión narrativa:

bien buscado, oponentes, adyuvantes, conflicto y su posible resolución; fuerza dramática.

Pero ¿narrar es cuestión de técnica o es una forma de comprender la realidad que va más allá de la técnica? La preceptiva literaria ha sistematizado, a lo largo de los siglos, los elementos de la narración, en un intento por explicar la forma como se estructuran estos textos. Existe también una técnica de la narración que se expone ampliamente en los manuales de redacción y en las guías para triunfar como escritores. No cabe duda de que en una facultad se debe estudiar la teoría de la narración, pues proporciona elementos conceptuales que, junto al necesario ejercicio práctico de los talleres, permite que el estudiante se inicie en su tarea como escritor y cuente con los criterios necesarios para desarrollar estos trabajos.

Sin embargo, hay mucha más limitación que alcances en el proceso de formación de narradores, porque aprender a narrar escapa a las técnicas, porque el relato tiene un espíritu que es más obra del talento y, en muchos casos, de la genialidad, incluida la disciplina, que resultado de la aplicación de fórmulas. La narración, como forma de comprender la realidad ¹, no es una tarea exclusiva de los profesores de redacción, sino un cometido de todos los docentes de la facultad quienes, a través de una amplia formación, deberán sensibilizar al estudiante para que esté en capacidad de acercarse a lo humano, en todas sus manifestaciones, pues aprender a narrar es aprender a mirar al hombre y comprender la tensión dramática que encierra su existencia. Formar narradores es, por tanto, formar humanistas, aunque no todo humanista es, por ello, un narrador.

Este conocimiento de la teoría narrativa, el desarrollo de las habilidades a través de los talleres, la amplia formación humanística serán, entre otros, elementos que ofrece la facultad para que el estudiante, en el futuro y con una práctica profesional exigente, pueda

1 "Lejos de ser un código entre muchos que una cultura pueda utilizar para dar sentido a una experiencia, la narración es un metacódigo, una proposición universal de la humanidad, gracias a la cual pueden transmitirse los mensajes transculturales acerca de la naturaleza de una realidad compartida». Barbara Herrnstein Smith. 1980. «Narrative Versions, Narrative Theories», en *On Narrative*, de. W.J.T. Mitchell, Chicago: Chicago University Press, p. 225.

alcanzar el esquivo arte de la narración y aplicarlo con maestría, según sus intereses profesionales, en los diferentes lenguajes, con relatos -realistas o de ficción- de altos niveles de calidad tanto técnica como humanística. Esto es posible también en los soportes de las nuevas tecnologías. A este propósito señala Soledad Punte: «Al saber que el hombre es sensible a las historias y que Internet ofrece espacios *linkeables* por hipertexto, se está desarrollando una exploración narrativa que utilice lo dramático como forma »².

LA ÉTICA DE LAS NARRACIONES

Un tema para dialogar con profesores y estudiantes es si la narración es un discurso éticamente neutro. Como comunicadores, ¿podemos contar toda clase de historias con cualquier clase de enfoque?, ¿qué responsabilidad ética le cabe a quien cuenta historias? Estas son cuestiones a las que nos enfrentamos diariamente en una facultad de Comunicación tanto al dirigir los trabajos o como espectadores de las muestras de proyectos periodísticos, audiovisuales o en soporte multimedia.

Comprobamos que los temas preferidos de nuestros alumnos son aquellos que perciben en la cultura que les rodea y que juzgamos como negativos: muerte, alcohol, droga, suicidio, relaciones familiares tormentosas. Con menor frecuencia asistimos a la presentación de mensajes optimistas o esperanzadores, confirmando en la facultad la tendencia de las temáticas emitidas en los medios profesionales, especialmente en los informativos y dramatizados.

Ante la duda sobre la calificación ética de estos contenidos, podemos afirmar, dándonos una respuesta tranquilizadora, que la ficción es mimesis o imitación de la realidad y que nuestros estudiantes no hacen más que reflejar, en sus historias, el ambiente que les rodea.

2 Punte, Soledad. «Periodismo en la red: un medio de y para periodistas» en «Cuadernos de información».1996. Revista de la Pontificia Universidad Católica de Chile, n. 11, p. 39.

En el caso de los mensajes periodísticos, podemos concluir que sus trabajos son un registro fiel de los acontecimientos y que los mensajes son un espejo de lo que sucede en la realidad.

Hace falta, en las facultades de Comunicación, un esfuerzo grande por comprender, superando los temas, la valoración ética de las narraciones, procurando llegar a un justo medio que supere tanto la visión moralista como la actitud laxa que considera que, en cuestión de historias, todo es válido. Tal vez la clave para afrontar este asunto no sea el que se cuenta, sino el cómo se cuenta: el enfoque y el modo. La buena literatura, a lo largo de los siglos, se ha introducido en los entresijos del alma y ha sacado a la luz las pasiones mas altas y las mas ruines del corazón humano, así como las circunstancias sociales tantas veces injustas y sórdidas en las que se mueve la vida de los protagonistas. Sin embargo, la buena literatura aunque no es moralizante, ha tenido un compromiso ético. A este respecto señala Gianfranco Bettetini:

Los grandes autores clásicos han sido maestros en una representación no edulcorada del mal presente en el mundo que, sin embargo, mantenía bien clara la línea de valoración a la que se adhiriese. Dostoievski, como Shakespeare, muestran la fealdad del mundo, pero dejando claro adónde se dirige su simpatía: sus criminales despiertan comprensión, pero nos hacen ver por qué son criminales y por qué suscitan nuestra comprensión. No se trata de ambigüedad, sino de claridad en la complejidad. Estos autores y otros clásicos son ejemplos bastante interesantes de una representación profundamente «moral» de un mundo en el cual el mal, la violencia, la inmoralidad están claramente presentes con toda su fuerza, pero descritos de un modo que no se sirve de la violencia para atraer ambiguamente al lector o no dejar claro el orden de los valores³.

En este compromiso ético, tiene especial importancia la

3 Bettetini, Gianfranco. «El espectáculo de la violencia ». Conferencia pronunciada en el Congreso de Psiquiatría realizado en Madrid del 23 al 28 de agosto de 1996 y recogida en «Aceprensa» 92/97, p.2.

caracterización de los personajes o de las personas reales protagonistas de un hecho, pues, como señala John Condry ⁴, «muchos comportamientos que normalmente serían juzgados inmorales - chantaje, homicidio, atraco, etcétera- resultan aceptables cuando los hace alguien que goza del favor del público».

Todas estas consideraciones sirven para señalar que la ética de la narración -realista o de ficción- continúa siendo un imperativo de enorme actualidad en la formación de los comunicadores también en la era multimedia y, más, si se tienen en cuenta las enormes posibilidades que las nuevas tecnologías abren a la industria de la información y del entretenimiento.

NARRACIÓN EN HIPERTEXTO

No obstante la importancia y actualidad de la teoría narrativa clásica, las nuevas tecnologías -en concreto el hipertexto y la interactividad que éstas posibilitan- han modificado los esquemas y las prácticas tradicionales de la narración.

Segun Theodor Nelson, el término hipertexto se refiere «a una escritura no secuencial que se bifurca, que permite que el lector elija y lea mejor en una pantalla interactiva (...) se trata de bloques de textos conectados entre sí por nexos que forman diferentes itinerarios para el usuario» ⁵.

El hipertexto introduce a la práctica de la lectoescritura y, por tanto, de la narración, innovaciones como ⁶:

- La no linealidad. No existe una trama completamente definida que exija el seguimiento por parte del lector, de una secuencia fija predeterminada, en su totalidad, por el texto.

⁴ "Thief of Time, Unfaithful Servant: Television and the American Child» en *Daedalus*, CXXII, n.1, invierno de 1993, p. 45.

⁵ Nelson, T. *Literary Machines*. 1982. Publicación propia. Introducción, p. 2.

⁶ Cfr. Landow, G. *Hipertexto*. 1995. Paidós Hipermedia, p. 19.

- La apertura. El texto no se presenta acabado, sino en continua elaboración, de acuerdo con los objetivos de «construcción de sentido» de los usuarios.
- La intertextualidad. Se pueden realizar «montajes» en la construcción de los textos, tales como mezclas con otros lenguajes (gráficas, imágenes en movimiento) o anexión de citas, comentarios, glosas, explicaciones alrededor de un documento dado.
- La no jerarquización. Los hipertextos están constituidos por textos conectados entre sí, que carecen de un eje primario de organización. «El usuario -señala George Landow- hace de sus intereses propios el criterio organizador»⁷.

En este punto podemos preguntarnos de qué manera afectan las nuevas tecnologías de hipertexto los modos de estructurar las narraciones y cómo asumir estos cambios en la formación de comunicadores.

David Bolter, señala que, en estas circunstancias, «los escritores necesitarán un nuevo concepto de estructura unitaria; deberán aprender a escribir sus textos como una *estructura de posibles estructuras*»⁸ y William Dickey afirma, en este mismo sentido, que los autores deben estructurar sus textos «creando nexos que ofrezcan unos conjuntos o trayectos de lectura»⁹.

Estas anotaciones nos permiten concluir que, en las tecnologías de hipertexto, los comunicadores deberán aprender a organizar estructuras narrativas múltiples no lineales, que permitan al lector escoger su propia ruta de seguimiento de la historia desde la perspectiva que desee y realizar el máximo de combinaciones posibles entre sus elementos constitutivos. Lo anterior es posible a través del diseño de «cartas de navegación» claras para el usuario, que les

7 *Op.Cit.*, p. 24.

8 Bolter, D. *Writing Space: the Computer in the History of Literacy*. 1990, p.144.

9 Dickey, W. «Poem Descending a Staircase: Hipertext and the Simultaneity of Experience», en *Hipermedia and Literary Studies*. Delany and Landow, p. 147.

permita participar activamente en la definición de la historia.

Estas nuevas formas de organizar el relato cuestionan profundamente las teorías clásicas de la narración (los conceptos de secuencia fija, principio y fin determinados, y las nociones de magnitud y unidad de la historia)¹⁰ y los modos como se realizan los talleres. Se abre, para profesores y alumnos de las facultades de Comunicación, un campo de grandes posibilidades tanto para la investigación sobre la teoría narrativa, como para la práctica del relato en soporte multimedia, áreas en las que todavía está casi todo por definir.

Otra incidencia fuerte de la hipertextualidad en la formación de comunicadores tiene que ver con la capacitación para la síntesis de los lenguajes, también en textos narrativos. El hipertexto, al hacer posible la fusión del discurso verbal con imágenes, animación y sonido, amplía la noción de texto más allá de lo verbal y exige al comunicador habilidades comunicativas y técnicas para estar en capacidad de editar los diferentes códigos en presentaciones multimedia. En la época de la especialización por áreas de ejercicio profesional (que se traduce en los énfasis o intensificaciones profesionales de los planes de estudio), no se puede perder de vista que un criterio común en cualquier área de trabajo es el concepto amplio de texto que supera lo puramente verbal e integra, gracias a la tecnología digital, toda clase de lenguaje.

Los talleres de narración deberán también formar al futuro comunicador para que, tanto como escritor como lector, esté en capacidad de definir el eje o el centro que jerarquiza la información que maneja o las historias que construye a través de hipertexto. Se trata de que sea capaz de organizar jerárquicamente informaciones que se presentan en el mismo nivel de significación, pues la elaboración de mensajes implica, necesariamente, la organización de las partes según un criterio superior o central que las dote de sentido. La formación en este aspecto no sólo debe orientar los talleres de narración, sino también las actividades de documentación e investigación a través de

10 Cfr. Landow, G. *Op. Cit.*, p.132.

redes, que hoy resultan básicas y frecuentes en cualquiera de las áreas del ejercicio profesional.

LA PERSONALIDAD: ANTIGUA Y NUEVA FÓRMULA DE EFICACIA COMUNICATIVA

Durante los años de formación profesional, siempre se ha puesto especial énfasis en la necesidad de adaptar el diseño, el lenguaje y la presentación de los mensajes a las características del receptor al que nos dirigimos. El mensaje comunicativo debe ser eficaz y altamente persuasivo, pues está hecho para llegar al público de modo directo y claro, y para conseguir con acierto la finalidad que persigue.

En el centro de la eficacia se ha situado al receptor: sólo conociendo sus características puede el comunicador elaborar productos que respondan a sus expectativas, necesidades, cultura y lenguaje. Cada artículo, dramatizado o historia debe construirse sobre la base de un perfil muy claro del receptor, que permita diseñar las estrategias de discurso apropiadas de acuerdo con la finalidad comunicativa.

Aunque es un principio clásico, el concepto de eficacia continua rigiendo en gran parte el mundo de las comunicaciones en la era multimedia. El proceso de desmasificación que han generado las nuevas tecnologías al posibilitar un papel más activo del receptor en el proceso de la comunicación (que pasa a ser emisor-receptor, receptor-emisor, gracias a la interactividad), convierte en prioritaria la atención que se preste a éste en la elaboración de los mensajes o en el diseño de los esquemas y redes de comunicación.

Contrario a la práctica generalizada en los medios tradicionales que se dirigían a un público masivo e impersonal, el comunicador, hoy, debe hacerlo a personas concretas con perfiles muy definidos o, al menos, a sectores claramente delimitados de una población, en lo que se ha llamado la «segmentación de las audiencias». Responder a las preguntas ¿quién es mi receptor, qué necesita, qué espera, para qué

y con qué lenguaje? resulta más trascendental que nunca, si se desea alcanzar un relativo éxito tanto en los procesos particulares de comunicación, como en los proyectos empresariales que se emprendan.

A este propósito, Nicoletta Vittadini afirma que es necesario diseñar a priori «un modelo de usuario o, mejor, de múltiples usuarios posibles, distinguidos por específicas características de competencia informática, de competencias relativas al contenido y por posible utilización de los sistemas»¹¹.

Esta sensibilización ante la persona a la que se dirige el comunicador afecta todos los campos de la actuación profesional: desde las estrategias para la elaboración de los mensajes (enfoques, lenguajes y finalidad), hasta los estudios de mercado y las propuestas comerciales que respondan a necesidades reales detectadas en una audiencia cada vez más masiva y más personalizada.

INTERACTIVIDAD: IMPLICACIONES DE UN NUEVO LENGUAJE

Una de las características innovadoras de los nuevos medios la constituye la instauración de una modalidad comunicativa no permitida por los sistemas tradicionales: la comunicación interactiva.

Antes de citar algunas definiciones de la noción de interactividad, se puede hacer una enumeración de algunas de sus notas características, con el fin de contar con mayores elementos para la comprensión del concepto¹².

- La interactividad permite una actitud activa por parte del usuario

11 Vittadini, N.»Las nuevas tecnologías de la Comunicación» en *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. 1995. Bettetini, Gianfranco, Colombo, F. y otros. Instrumentos Paidós, p. 161.

12 Cfr. Bettetini, Gianfranco, Colombo F. y otros. *Las nuevas tecnologías de la comunicación*.1995. Instrumentos Paidós, pp. 150-157.

- Presenta una analogía con la comunicación interpersonal
- Permite la creación de campos de trabajo común entre los sujetos involucrados en el proceso de comunicación
- La acción de los participantes influye en el sucesivo desarrollo de la interacción, determinándola con su actuación
- Presenta una estructura dialógica
- Se realiza en tiempo real
- Es posible, gracias a redes de información bidireccional
- Opera de acuerdo con unas reglas de funcionamiento previamente establecidas
- El sistema interactivo sólo se actualiza a través de las acciones del usuario
- Es posible, a partir de un sistema constituido por códigos y reglas de combinación, que permiten la acción -más o menos libre y creativa- del usuario en la elaboración de nuevos textos. En este orden de ideas, Vittadini define la interactividad como,

la propiedad de los instrumentos informáticos específicos que permiten que el usuario oriente el desarrollo de las operaciones de etapa en etapa y casi instantáneamente, o sea, en tiempo real. Se establece, así, un tipo de comunicación por el que ambos sujetos implicados en la interacción cubren alternativamente, en el curso del intercambio comunicativo, el papel de emisor y receptor¹³.

Y Gianfranco Bettetini la define como «un diálogo hombre-

13 Vittadini, N., en *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Op. Cit. p. 155.

máquina, que hace posible la producción de objetos textuales nuevos, no completamente previsibles a priori»¹⁴.

La noción de interactividad modifica sustancialmente la de situación comunicativa, los modos de planear y elaborar los mensajes y, en consecuencia, las mismas rutinas profesionales del comunicador. A diferencia de los medios tradicionales, las nuevas tecnologías hacen posible una actitud más activa del receptor que asume, de manera alternante, las funciones de emisor y receptor. Se trata de una relación dialógica, que replantea los papeles tradicionales propios de la comunicación unidireccional.

En la relación interactiva, el receptor¹⁵:

- Asume un papel más activo: puede desarrollar acciones que orienten el desarrollo de la interacción en relación con sus propias necesidades y objetivos.
- Está en condiciones de determinar la emisión de las informaciones: puede seleccionar la información deseada y utilizarla cuando quiera.
- Determina la sucesión: puede realizar un recorrido personal por las informaciones, que resulta diferente para cada individuo y para cada ocasión, de acuerdo con las necesidades de la persona.

Estas nuevas competencias del usuario llevan a que el comunicador diseñe programas que respondan a sus necesidades objetivas, las estructure en hipertextos que faciliten la diversificación temática y la profundización en campos de interés, y ponga especial énfasis en el diseño de mensajes atractivos que tengan suficiente «gancho» en medio de las múltiples alternativas de información o entretenimiento.

¹⁴ Bettetini, G. *Op. Cit.*, p.17

¹⁵ Cfr. Vittadini, N. *Op. Cit.*, pp. 156-157

La interactividad demanda al comunicador altos niveles de competencia en el manejo de las reglas que organizan el diálogo hombre-máquina, y no sólo en su calidad de usuario de las nuevas tecnologías, sino en cuanto creador de mensajes que deberán ser «actualizados» por un público específico. Este trabajo requiere una competencia informática, que va más allá del simple conocimiento de programas y se sitúa en un nivel de comprensión, abstracción y predicción de la forma como operan los lenguajes del computador.

La interactividad exige también que el comunicador se capacite para el uso de lenguajes y estructuras narrativas que resulten «amigables» para el usuario, de manera que la interacción, además de útil y gratificante, sea fácil en los procedimientos. Lo importante es servir al lector-usuario, aplicando todos los recursos para establecer relaciones eficaces y eficientes de comunicación.

Por último, el lenguaje interactivo debe también servir de base a una metodología de apoyo a la docencia en las facultades de Comunicación Social y convertirse en una práctica corriente como medio de comunicación entre profesores y alumnos, para la orientación, la asesoría y el diálogo académico. La docencia debe incorporar estos procedimientos, haciendo del computador una herramienta diaria de trabajo que permita mejorar la calidad de las clases y la formación investigativa, facilitada en la actualidad por la posibilidad de acceder a archivos y redes de información.

ENTRETENIMIENTO, INFORMACION Y AUTOEDUCACION

Es un consenso que las nuevas tecnologías han sido un factor de impulso de la sociedad de la información. Han dinamizado las aplicaciones de la informática a todos los aspectos de la vida del hombre y han propiciado un rápido incremento de los flujos de información a través de todos los medios de transmisión con los que contamos en la actualidad: cables coaxiales, fibras ópticas, satélites de comunicaciones.

Los avances que se están experimentando -señala Antonio Golderos- tanto en el almacenamiento como en la transmisión de información digital están facilitando la convergencia de diferentes sectores industriales que, hasta ahora, operaban por separado -comunicaciones, entretenimiento, ocio, electrónica de consumo, industria informática e industria de contenidos- permitiendo la aparición de un gran mercado digital de contenidos, que es el corazón de la nueva sociedad de la información ¹⁶.

El comunicador social debe jugar un papel de primer orden en la configuración de esta «industria de los contenidos», apuntado a tres grandes sectores básicos: entretenimiento, información y autoeducación, a los que también se debe dirigir la formación de los estudiantes en las facultades de Comunicación.

La industria del entretenimiento, en primer lugar, se presenta como una de las que ofrecen mayores posibilidades de acción. La diversificación de los modos de transmisión de la señal televisiva, así como las múltiples ofertas de canales y programas, son un campo abierto a la creatividad del comunicador en un sector que demanda una gran despensa de contenidos. Igualmente, el mercado de los videojuegos, entendido como un nuevo medio audiovisual ¹⁷ dominado tradicionalmente por japoneses y norteamericanos, es otra área en la que apenas se ha incursionado en nuestro medio y que ofrece enormes posibilidades económicas. Baste recordar que Nintendo y Sega figuran entre las mayores empresas de comunicación del mundo y compiten estrechamente, en sus niveles de ingreso, con empresas como Time Warner, Capital Cities, Walt Disney y Paramount, entre otras.

La información, por su parte, continúa siendo un campo de gran demanda para el comunicador, que exige de él una fuerte preparación

¹⁶ Golderos, A. «Los retos de la sociedad de la información: impacto de la nueva infoestructura» en Informes Fundesco, *Telecomunicaciones 1996 /Tendencias*, p. 213, Madrid, 1996.

¹⁷ Levis, D. *Los videojuegos, un fenómeno de masas*.1997. Paidós, p.27. Cfr. también capítulo 10.

en documentación, manejo de redes e investigación. Aparte de las tradicionales funciones periodísticas, las nuevas tecnologías plantean un cambio de paradigma, que lleva al ofrecimiento de servicios especializados de información dirigidos a públicos muy específicos, que permitan una mayor profundización en las noticias tratadas rápidamente en los demás medios o, simplemente, como medio para obtener información especializada.

Finalmente, un campo muy novedoso de ejercicio profesional que hace posibles las nuevas tecnologías informáticas es el de la elaboración de módulos de autoaprendizaje, en los que se capitalicen las enormes potencialidades educativas de la interactividad, el lenguaje multimedia, el hipertexto, la navegación por redes y la capacidad de archivo de algunos soportes, como el CD- ROM. En este sentido, P Aroldi señala que

los soportes multimedia más complejos por volumen de datos y por posibilidad de recorrido son utilizables como soporte para la actividad de formación, particularmente deseado y provechoso en algunas situaciones, sobre todo, cuando se consigue resolver problemas de número y de tiempo: en el caso de que se trata del adiestramiento de muchas personas, estos medios permiten repetir cíclicamente los cursos sin requerir, por otra parte, el empleo de docentes fijos y con un notable ahorro de tiempo ¹⁸.

Temas como la enseñanza de idiomas, el entrenamiento en ventas, la historia del arte y de la música, han sido ofrecidos como cursos en soporte CD-ROM. Según una información publicada en el diario «El Tiempo», la capacitación basada en tecnología informática será el sector que más crecerá en 1997, con un mercado calculado en 1.7 millares de dólares para el año 2000 ¹⁹.

Las facultades de Comunicación deben estar, pues, al tanto de

¹⁸ Citado por Bettetini, *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Op. Cit., p. 185.

¹⁹ Cfr. Santos, G. «Capacítense por Internet» en el diario «El Tiempo», lunes 8-IX-97, p. 4A

estas tendencias para prever, al menos en un lustro, los espacios laborales futuros en los que entrarán a competir y a aportar sus egresados. En este sentido, apuntar a estos tres campos puede ser un acierto.

Sin embargo, es necesario tener en cuenta que, en el contexto de las nuevas tecnologías, cada vez resulta más difícil mantener las tradicionales distinciones entre información, educación y entretenimiento, hasta el punto de que hoy se han acuñado nuevos vocablos para designar las posibles mezclas entre estas funciones.

En este sentido, el llamado *edutainment* implica, por muy diversos medios, la fusión de educación y diversión, que incluye un elemento de placer y disfrute lúdico, incluso de evasión, en el modo de presentar los contenidos educativos. Y el *infotainment* puede entenderse como la fusión de información y entretenimiento en la presentación de informaciones periodísticas a través de las formas discursivas propias de la ficción audiovisual. Esto, sin duda, conlleva riesgos éticos, pero también la apropiación de recursos que contribuyen a hacer más efectivos los procesos de comunicación.

HACIA UN DESDIBUJAMIENTO DE LOS LÍMITES

La integración de los lenguajes, gracias a la implementación del sistema binario, ha traído consigo:

- Cambios en los papeles tradicionales propios de la comunicación unidireccional
- Fusiones de los distintos lenguajes (musical, gráfico, animación, textual)
- Ampliación del concepto de texto, superando lo puramente verbal
- Desdibujamiento de las fronteras entre las funciones tradicionales de la comunicación de información, educación y entretenimiento.

Hoy se habla de fusiones como *infotainment* y *edutainment* (mezclas de información, educación y entretenimiento).

- Prioridad de las técnicas de edición, que permite el fácil ensamblaje de complejos textos multimedia
- Cuestionamiento de las fronteras entre los géneros audiovisuales o periodísticos
- Nuevos modos de estructurar los relatos

Todo parece llevar a un punto de síntesis e integración de lenguajes y funciones de la comunicación, en donde lo verdaderamente importante no son las divisiones o las taxonomías, sino la creación de mensajes altamente eficaces de comunicación que satisfagan las necesidades de un usuario que constituye el centro del sistema. Para cumplir este fin, se mezclan lenguajes, se fusionan géneros, se integran funciones, se pulverizan fronteras.

Las facultades deben comprender esta primacía del usuario en las circunstancias actuales y contribuir a la formación de comunicadores que, al servicio de la persona, sean capaces de utilizar creativamente todos los recursos tecnológicos y contribuir, desde su actividad, a la formación del hombre y a la satisfacción de sus necesidades culturales.