

DESARROLLO Y NUEVAS TECNOLOGÍAS DESDE LA HERMENÉUTICA DE LA COMUNICACIÓN

Por JOSÉ FRANCISCO SERRANO OCEJA

Redactor jefe de *Alfa y Omega*. Secretario de UCIP-E

A la hora de plantear el marco del pensamiento, de la reflexión, sobre estos dos conceptos —Desarrollo y Nuevas Tecnologías—, nos centraremos en un territorio común que pudiera unificarlos y sobre el que pudiéramos pensar integradoramente. Es el territorio de la comunicación y de la definición de la comunicación.

Evidentemente, lo primero que tendríamos que hacer es definir los conceptos: qué entendemos por Desarrollo y qué entendemos por Nuevas Tecnologías, y, al mismo tiempo, definir qué entendemos por comunicación. Para empezar, me interesa insistir en la definición del concepto de Desarrollo que nos propone la UNESCO.

El entonces director general de la UNESCO, Federico Mayor Zaragoza, en la Cumbre Mundial del Desarrollo Social en Copenhague, en 1995, señaló lo siguiente: «La idea de que el desarrollo es un proceso de carácter global, como UNESCO ha venido defendiendo durante décadas, es algo aceptado por toda la comunidad internacional. Más allá del crecimiento económico, que es un motor y no un fin en sí mismo, el desarrollo es primero, y antes que nada, social; está íntimamente ligado a la paz, a los derechos humanos, a la democracia, al medio ambiente y, por último y en gran medida, a la cultura de vida y a los estilos de vida de las gentes»¹.

El programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) lanzó en 1990 el concepto de «desarrollo humano» como alternativa a la noción de desarrollo limitado únicamente al crecimiento económico, por cuanto el desarrollo humano se centra en la persona.

¹ Cfr. UNESCO, *Informe mundial sobre la Comunicación y la Información 1999-2000*, UNESCO-CINDOC, Madrid, 2000.

Debiéramos tener en cuenta algunos datos de contexto del necesario desarrollo tecnológico: en 1996 había 743 millones de líneas telefónicas en el mundo: Europa, 274 millones; Estados Unidos, 170 millones; Japón, 61 millones. Representan el 68 por 100 del total, en comparación con el 1,8 por 100 de África.

Los ingresos por servicios de telecomunicaciones alcanzaron, en 1996, un total mundial de 620.000 millones de dólares, de los cuales Europa, Estados Unidos y Japón se benefician del 77 por 100. Los servidores de Internet que hay en el mundo están distribuidos así: Estados Unidos, 51 por 100; los países de la Unión Europea, 23 por 100; Canadá, 6 por 100, y Japón, 5 por 100, que representan el 85,8 por 100.

La Doctrina Social de la Iglesia es también clarificadora al respecto. Dice Juan Pablo II en la encíclica *Sollicitudo rei Socialis* —números 28 y 29—: «Si el desarrollo tiene una necesaria dimensión económica, puesto que debe procurar al mayor número posible de habitantes del mundo la disponibilidad de bienes indispensables para “ser”, sin embargo, no se agota con esta dimensión. En cambio, si se limita a esta, el desarrollo se vuelve contra aquellos mismos a quienes se desea beneficiar. Por eso, un desarrollo no solamente económico se mide y se orienta según esta realidad y vocación del hombre visto globalmente, es decir, según su propio parámetro interior. Este, ciertamente, necesita de los bienes creados y de los productos de la industria, enriquecida constantemente por el progreso científico y tecnológico. Y la disponibilidad siempre nueva de los bienes materiales, mientras satisface las necesidades, abre nuevos horizontes. El peligro del abuso consumístico y de la aparición de necesidades artificiales, de ninguna manera deben impedir la estima y utilización de los nuevos bienes y recursos puestos a nuestra disposición. Al contrario, en ello debemos ver un don de Dios y una respuesta a la vocación del hombre que se realiza plenamente en Cristo».

La incidencia de la colonización tecnológica en lo que Husserl denominó el mundo de la vida, o lo que Adorno llamó los impactos deshumanizadores del fetichismo tecnológico, debe ocuparnos y preocuparnos². Preguntarse por el hombre colonizado tecnológicamente, es seguir preguntando por la cuestión del sentido.

² Cfr. C. NIETO BLANCO, *La conciencia lingüística de la filosofía*, Trotta, Madrid, 1997.

Rafael Vidal Jiménez, en su texto «La red y la destrucción de la identidad», nos alerta de la manifiesta incapacidad de la colonización tecnológica para desarrollar un sistema de representación simbólica colectiva, que permita pensar las nuevas realidades emergentes como dotadas de sentido. Manuel Castells insiste, también, sobre la estrecha relación de los procesos sociales de creación y de manipulación de símbolos (cultura) y la capacidad para producir o distribuir bienes y servicios (fuerzas productivas). Nos previene sobre la identificación absoluta entre «logos» y «techné», entre la mente y la máquina, entre lo cultural y lo material-producido, que diluye las capacidades metafísicas del sujeto.

Traigamos aquí la palabra de García Morente, quien en unos deliciosos ensayos sobre el progreso nos dejó escrito que: «El hombre que viene a la vida en un mundo sin sentido, dedica su vida a dar sentido al mundo. Tal es la esencia del progreso». Y afirma José Luis González Quirós, en su libro *El porvenir de la razón en la era digital*: «En la tradición occidental eso se ha venido haciendo mediante el logos, y no mediante el antojo, el deseo o la voluntad. En el seno mismo de esa noción griega está la convicción de que la realidad tiene algo que decirnos, de que si queremos engañarnos podemos hacerlo, pero el progreso que nos llevará a una soberanía del capricho será gratificante solo en apariencia».

Insuficiencia tecnológica y comunicativa en pos de un auténtico desarrollo

¿En qué consiste nuestra crítica a este proceso que estamos viviendo hoy en la sociedad contemporánea?

Nuestro tiempo es el del triunfo de la comunicación, pero fundamentalmente del concepto instrumentalista, que no humanista, de la comunicación³. La ideología utilitaria ha permeabilizado la razón teconológica⁴, que es aquí razón instrumental, como

³ Cfr. D. WOLTON, *Sobre la comunicación. Una reflexión sobre sus luces y sus sombras*, Acento Editorial, Madrid, 1999, pp. 31-70. No me resisto a indicar que el título original francés, con el que se cita esta obra en los ámbitos académicos, refleja más completamente su sentido: *Penser la communication*.

⁴ Hay que tener muy en cuenta, para este aspecto, el siguiente texto: J. L. GONZALEZ QUIRÓS, *El porvenir de la razón en la era digital*, Síntesis, Madrid, 1998, 205 pp. Hay un párrafo de este libro, en la página 173, que nos debe hacer pensar: «La razón periódica se convierte así en la ideología de una sociedad que no presta atención a lo original, que

plataforma de esa generalizada identificación entre conocimiento y poder, saber-información y poder. Se ha generalizado una razón instrumental que modifica los actos sustantivos del hombre. Por ejemplo, las relaciones humanas. El paradigma del progreso ⁵, que tanto había enloquecido a los ilustrados, y a sus herederos, se ha transmutado en el paradigma de la comunicación. El nuevo nombre del progreso es el de comunicación. Si existen problemas en las relaciones interpersonales —en la pareja, por ejemplo—; si existen problemas entre las distintas facciones políticas, o entre una institución, empresa, organismo, fundación y la sociedad, la solución suele pasar por la comunicación. El símbolo de la sociedad actual es el tríptico compuesto por sociedad de consumo, democracia de masas y medios de comunicación de masas. Sin embargo, debemos tener en cuenta los siguientes vectores críticos para no confundir el rol del concepto de comunicación y sus posibilidades en el desarrollo social ⁶.

- El objetivo de la comunicación no es tecnológico, sino que concierne a la comprensión de las relaciones entre los individuos (modelo cultural) y entre estos y la sociedad (proyección social). Es la elección entre socializar y humanizar la tecnología o tecnificar la comunicación. La productividad de las tecnologías no puede sustituir a la lentitud y las imperfecciones humanas.
- Hay que apartarse de la ideología tecnológica que reduce la comunicación a la tecnología. La comunicación tiene pretensiones de ocupación de los lugares de los sistemas que han pugnado por ser generadores de valores en la sociedad: suplantada la religión, la ciencia y la política.
- Debemos desarrollar los conocimientos para relativizar la ideología tecnológica. El progreso no se sitúa al lado de la

desdeña lo verdadero más allá de ciertas inmediaciones, que no tiene afición a discutir ni a pensar. La sociedad del espectáculo es una sociedad pasiva, una sociedad en que la realidad ha sido sustituida por los recursos tecnológicos, por la retórica de la prensa escrita, por los tamaños del titular, por las técnicas de manipulación de la imagen audiovisual. Es una sociedad de la información, pero es una sociedad ignorante porque se deja arrebatar la voluntad de saber en aras de la información irrelevante pero masivamente renovada: su atención nunca se concentra ni se detiene porque siempre está yendo a otra parte y, en consecuencia, ni cree en nada ni aprecia nada».

⁵ Cfr. J. L. COMELLAS, *El último cambio de siglo*, Ariel, Barcelona, 2000, 437 pp.

⁶ D. WOLTON, *Internet, ¿y después? Una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*, Gedisa, Barcelona, 2000, pp. 35-69.

lógica de la demanda que se realiza en las nuevas tecnologías. Acabar con la fascinación por las posibilidades exponenciales de una aplicación omnipresente a base de pensamiento, de humanismo. Y si no que se lo digan a los programadores de televisión.

- No hay racionalidad común a las tres lógicas del emisor, del mensaje y del receptor.

A partir de estos presupuestos, podemos marcar los límites de una muy somera crítica al fenómeno de Internet. La red de redes es parte de una revolución tecnológica, en la que coinciden dos elementos: las aspiraciones del momento y una ruptura. La aspiración fundamental es la libertad. Tener lo que uno quiere cuando uno quiere. Este discurso hipermediatizado recuerda la capacidad de una generación para reinventar la libertad. Es el triunfo de la movilidad, del acceso libre e inmediato a la información. Internet es, además, la ruptura con la generación de nuestros padres, del televisor. En este sentido debemos ser conscientes de la traumática imposibilidad que hemos padecido respecto a la carencia de análisis de los efectos que la hiperestimulación sensorial que produce la televisión, ha producido y está produciendo, en las nuevas generaciones. Hecho que impide poner los cimientos a la denominada *Media Literaricy* o Educación para los medios.

En Internet cristalizan tres ideologías: la del mercado como una finalidad en sí misma; la de la tecnología como superrendimiento y la de la modernidad-pos, nacida de la crisis de las grandes utopías⁷. Es la crisis de las referencias externas, solo cuentan las referencias internas, asumidas y transmitidas por la propia red. Es la crisis del tiempo, absolutizando el tiempo presente, el que vivimos, el ahora, el instantaneísmo. ¿Es este el modelo de comunicación como presupuesto para una Nueva Evangelización?

Frente a este somero diagnóstico de la comunicación en red, la última obra de Régis Debray, traducida al español, *Introducción a la mediología*, nos ofrece una interesante clave de la insuficiencia de la identificación entre comunicación y razón instrumental. Debray plantea, en un capítulo titulado «El tiempo de la transmisión. El ángulo del ataque», la insuficiencia de la comunicación para la

⁷ D. WOLTON, *Sobrevivir a Internet. Conversaciones con Oliver Jay*, Gedisa, Barcelona, 2001, p. 49 y ss.

verdadera comunicación. Y nos propone el concepto de transmisión como auténticamente generador de comunicación. En este sentido, la comunicación sería razón necesaria, pero no suficiente, de la transmisión (cultural, moral, religiosa). Máxime cuando intuimos que la utilización del concepto de transmisión nos catapultaba hacia el amplio marco de la cultura. Estaríamos jugando en el terreno de la configuración de la cultura por la comunicación, o de la comunicación y su uso como generador de la nueva cultura. Debray apunta este eslogan inicial de nuestra propuesta aplicada, que es la suya en el ámbito de la nueva sociología de la cultura: «Para comunicar, basta con interesar. Para transmitir correctamente, hay que transformar, si no convertir»⁸.

¿Cuál es la raíz de la propuesta de la mediología? Sin excluir lo que damos en llamar «comunicación», se interesa más por el hombre que transmite, partiendo del siguiente presupuesto: «La idea de que se pueda asegurar una transmisión (cultural) con medios (técnicos) de comunicación constituye una de las ilusiones más habituales de la “sociedad de la comunicación”, propia de una modernidad cada vez mejor armada para la conquista del espacio pero que cada vez lo está menos para el dominio del tiempo (queda por saber si es posible que una época domestique a la vez lo uno y lo otro, o si no será que las culturas están destinadas a preferir uno u otro). Dejando al lado esta cuestión filosófica, nos contentaremos con observar las razones objetivas de la actual borrachera de comunicación, cuya resaca ocupará sin duda al siglo que entramos»⁹.

Podemos presentar una pequeña taxonomía diferencial sobre los conceptos de transmisión y de comunicación:

- Comunicar es el momento de un proceso que será más largo y el fragmento de un conjunto más vasto: la transmisión.
- Transmisión es todo lo que tiene que ver con la dinámica de la memoria individual y colectiva. Comunicar es la circulación de los mensajes en un momento dado.

⁸ R. DEBRAY, *Introducción a la mediología*, Paidós, Barcelona, 2001, p. 27.

⁹ *Ibid.*, p. 19. No me resisto, en el marco de esta cita, a traer a nuestra consideración el magnífico ensayo que el profesor Rafael Gamba escribió sobre el concepto de domesticación del tiempo y del espacio, y sobre otras muchas cosas más. R. GAMBRA, *El silencio de Dios*, Prensa Española, Madrid, 1968, p. 196.

- Comunicar es canalizar una información dentro de un espacio. Transmitir es transportar una información dentro de un tiempo.
- La comunicación tiene un horizonte sociológico y parte del trampolín de la psicología interindividual: emisor-receptor en la experiencia prínceps de un acto de interlocución. La transmisión tiene un horizonte histórico y una presentación técnica.

R. Debray utiliza constantemente los ejemplos de la tradición cristiana —¿acaso no estaremos aquí introduciéndonos en las lindes sociológicas y comunicativas del concepto teológico de Tradición?— para aclarar esta diferencia entre transmisión y comunicación: «Dichos distingos pueden parecer artificiales o arbitrarios, y justo será observar que, para transmitir, antes hay que comunicar. Si Jesús de Nazaret no se hubiera comunicado con su entorno, conversado con sus discípulos, y apostrofado a multitudes, la Iglesia cristiana no hubiera podido garantizar jamás la transmisión del mensaje evangélico a través de las épocas y los continentes. Obvio es decirlo, pero existe una continuidad entre los dos órdenes de fenómenos que, aunque puede parecer que se suceden, su comprensión requiere aparatos conceptuales que se pueden encabalar, pero no confundir»¹⁰.

El lenguaje: clave de nuestra transmisión

Nuestra crisis de civilización lo es de transmisión y, por ende, de lenguaje. Planeamos superar al Wittgenstein del «hay que hablar para poder comunicar», y superar, al mismo tiempo, la ruptura de lo que ha supuesto la filosofía del lenguaje frente a la quiebra de la metafísica, en la medida en que el giro lingüístico nos habla del puro fenómeno de la comunicación, mientras que la implicación metafísica nos habla de la transmisión. A este respecto no debemos olvidar el valor de la performatividad del lenguaje de la fe que nos conduce, inexorablemente, a la realidad del testimonio¹¹. Sin embargo, no debemos olvidar ni los efectos del len-

¹⁰ *Ibid.*, p. 16.

¹¹ Cfr. J. F. SERRANO OCEJA, «Performatividad mediática versus performatividad de los lenguajes de la fe o ¿por qué no pasa el mensaje?», *Revista Española de Teología*, 59, 1999, pp. 503-512.

guaje tecnológico, un lenguaje para el olvido, ni, como decía Paul Ricoeur, que «la esencia de la vida se expresa en el relato mejor que en el discurso, porque la vida misma constituye un devenir que solo puede ser contado narrativamente. Lo que se desprende de considerar la vida como narración es que la coherencia más profunda entre las ideas y la conducta de los hombres se fragua en el tiempo narrativo mejor que en la abstracción discursiva. Si uno de los imperativos del discurso es la coherencia, también la coherencia, por decirlo de una manera más estricta, la necesidad de dar coherencia a nuestras vidas personales e institucionales, es una exigencia de la propia estructura de la mente»¹².

En este sentido una de nuestras constantes preocupaciones debería ser la capacidad que tenemos de creación de nuevos lenguajes en la red, como síntoma de fecundidad. Me pregunto si somos capaces de superar la dinámica de los weblogs o diarios de ideas, que organizan la memoria en función de estructuras narrativas, como colección de enlaces asociados y anotados (URL) —bitácoras en la red—, o, en palabras de Vannevar Bush, «abridores de sendas»¹³.

Para finalizar, quisiera traer a nuestro presente la memoria de un hombre que supo, más allá de las discusiones que aún hoy generan sus teorías, crear un nuevo pensamiento y un nuevo lenguaje sobre la realidad de la comunicación y sus medios, Marshall McLuhan. El profesor Javier Lozano, en el número de enero-febrero de 2001, de la revista *Claves de la razón práctica*¹⁴, nos recordó que McLuhan se había convertido al catolicismo influido por la lectura de Chesterton, a quien le dedicó su primer artículo en 1936. Pero, sobre todo, nos recordó que se adelantó a la realidad virtual unas tres décadas antes de que la idea fuera siquiera considerada.

Ha sido Armand Mattelart quien, en su libro sobre la sociedad global¹⁵, ha profundizado en el origen del pensamiento de

¹² L. NÚÑEZ LADEVÉZE, «Por una comunicación humanística». Conferencia pronunciada en la Universidad San Pablo-CEU en la festividad de San Isidoro de Sevilla, pro-manuscrito, 2001, p. 8.

¹³ J. CANDEIRA, «La Web como memoria organizada: el hipocampo colectivo de la red», *Revista de Occidente*, 239, 2001, pp. 87-113.

¹⁴ J. LOZANO, «¿Quién teme a Marshall McLuhan?», *Claves de la razón práctica*, 109, 2001, pp. 51-56.

¹⁵ A. MATTELART, *Historia de la utopía planetaria. De la ciudad profética a la sociedad global*, Paidós, Barcelona, 2000, pp. 365-370.

McLuhan, a partir de los artículos que ha publicado uno de los más preciados discípulos del autor canadiense, Derrick de Kerckhove¹⁶, quien escribió que «la fe de McLuhan es un todo indivisible que ha moldeado e inspirado su pensamiento y su existencia». McLuhan lanzó la noción de la «aldea global» desde el pensamiento de Pierre Teilhard de Chardin, a partir de su noción de «planetización», de «humanidad concebida como masa» y de «totalidad cósmica». Para Teilhard de Chardin, «en la hora presente, sobre la superficie entera de la Noosfera, el cristianismo representa la Única corriente de pensamiento suficientemente audaz y progresiva para abarcar práctica y eficazmente al mundo en un gesto completo, e indefinidamente perfectible, donde la fe y la esperanza se consumen en una misma caridad»¹⁷.

¹⁶ Cfr. D. DE KERCKHOVE, *La piel de la cultura*, Gedisa, Barcelona, 1999; ÍD., *Inteligencias en conexión. Hacia una sociedad de la web*, Gedisa, Barcelona, 2000.

¹⁷ Tomado de A. MATTELART, *op. cit.*, p. 368.