

Fundamento del Proyecto Docente
Unidad Curricular: Técnicas de Comunicación
Carrera: Técnico Superior en Relaciones Públicas y Ceremonial

Lic. Marcela A. Pereyra

Las técnicas de comunicación se han ido modificando, algunas se perfeccionaron, se consolidaron y evolucionaron desde lo analógico hacia lo digital. Otras se adaptaron y otras dieron paso a unas nuevas.

Se puede afirmar que han evolucionado a un ritmo proporcional al desarrollo tecnológico de los medios.

En ese orden, McLuhan¹ –profesor de literatura y teórico de la comunicación- subrayaba que para él eran dos las grandes etapas en la historia del mundo: la civilización arcaica y la de la escritura, caracterizadas, respectivamente, por la comunicación verbal y por la escrita; ambas superadas por la revolución tecnológica de los medios de comunicación.

Ello indica que abordar el estudio y las prácticas de las técnicas de comunicación implica estudiar y evaluar también los medios de difusión elegidos. Es decir, pensar y trabajar un proyecto de entrevista –como una técnica- implica distinguir previamente, cuál será el medio de difusión, porque para radio, la entrevista pondrá en funcionamiento el sentido auditivo del escucha, para televisión el sentido audiovisual, para gráfica, el sentido visual, para el soporte digital

“casi todos”: “...con la revolución digital, por primera vez, confluyen los tres sistemas. La comunicación ya no se realiza ni por sonido ni por grabado o letras, sino mediante bits. (...) El bit pasa a ser la nueva unidad de comunicación, se puede mezclar sonido con texto e imagen.”²

Siguiendo con esa línea, seleccionar una técnica implica además situarla, darle un lugar, contextualizarla, ubicarla en tiempo y espacio a nivel social y cultural. Y por supuesto, detrás de toda técnica hay una decisión, un involucramiento ideológico y ético de quién elige “esa” herramienta de comunicación y no otra.

Esa es la cuestión. Formar profesionales a partir de la incorporación de estos conocimientos implica prepararlos para una perspectiva de análisis y crítica, **no inocente** de la realidad que lo circunda. Profesionales posicionados para la elaboración y devolución de contenidos en un marco académico o empresarial.

Y dos conceptos son fundamentales en este caso: involucramiento **ideológico y ético**.

El filósofo Juan Pablo Feinmann, en su última entrega “Crítica de la Razón Imperial” (Página 12, domingo 20/02/11), repasa lo que Nietzsche afirmaba acerca de los

¹ MCLUHAN, HERBERT Marshall, revista La Nación, especial Medios, 28 de noviembre de 1999.

² IGNACIO RAMONET, presidente de Le Monde Diplomatique en declaración a la revista La Nación, especial “Medios”, año 1999

lectores de periódicos: "La frase más desdeñosa que Nietzsche podía decirle a alguien era 'lector de periódicos'. Veía en esta clase de hombres al burgués que se alimenta y se conforta con las noticias que le dan. El hombre integrado al rebaño, el hombre gregario". Recuerda a Nietzsche como a aquel que veía al hombre común amansado por el periódico.

Esta idea es contundente, marca una época. Ubicar al lector de medios en ese lugar implica confirmar el poder que han consolidado los medios. Sin embargo, continuando con la exposición de Feinmann, los medios del poder hoy son los responsables de difundir la ideología del poder.

En esta era postmoderna, ya no nos remitimos al poder de los medios sino a los medios del poder. En este caso, el lector –que puede ser cualquiera de nosotros- tiene el deber, la obligación de involucrarse ética e ideológicamente con lo que recibe; no para sumirse, amansarse, sino para asumir una posición crítica, única y personal.

Feinmann subraya que los medios del poder tienen como misión naturalizar el orden de las cosas: "Las cosas ocurren así porque así tienen que ocurrir", parafrasea Feinmann e ironiza "cambiarlas sería un desatino, sería interferir el orden de su naturaleza. Finalmente, advierte que el Poder buscará identificar ese orden con su propio orden de las cosas, con sus propios intereses, sus propios valores, sus propias concepciones.

Involucrarse ideológicamente, justamente tiene que ver con **revisar** "el orden establecido de las cosas", atreverse a repensar lo establecido, percibir los valores propios, los intereses propios en diálogo con los de los demás.

Abordar el estudio y las prácticas de las técnicas de comunicación implica estudiar, evaluar y analizar también los medios de difusión más apropiados, conociéndolos y percibiéndolos como agentes de impacto social, político y cultural.