

LA OTRA COMUNICACIÓN

"LA TECNOLOGÍA DIGITAL PODRÁ SER LA FUERZA NATURAL QUE IMPULSE A LOS HOMBRES HACIA UNA MAYOR ARMONÍA MUNDIAL (.) MI OPTIMISMO NACE DE LA NATURALEZA MOTIVADORA DE ESTAR DIGITALIZADO. EL ACCESO, LA MOVILIDAD Y LA HABILIDAD PARA EFECTUAR CAMBIOS ES LO QUE HARÁ QUE EL FUTURO SEA TAN DIFERENTE DEL PRESENTE. LA SUPERAUTOPISTA DE LA INFORMACIÓN PODRÁ ESTAR HIPERPOBLADA HOY EN DÍA, PERO ESO NO ES NADA EN COMPARACIÓN CON LO QUE VEREMOS EN EL MA ANA." SE ALA NICHOLAS NEGROPONTE EN SU LIBRO SER DIGITAL (BEING DIGITAL) (*)

¡Cómo ha cambiado el mundo de la comunicación! Si la frase anterior le resulta un tanto obvia, considere Usted, lector, que la misma surge de una reflexión elaborada por alguien que, sin dudas y por fortuna, no ha tenido otro camino que acomodarse a los bits, y con ellos a los smartphones; a la TV digital; al celular "que todo lo puede"; a los autos que "hablan"; a las tarjetas digitales; a la domótica y a todo ese innumerable mundo tecno.

Surge, como fruto de la experiencia y de una inevitable como natural (y emotiva) comparación, la primera Olivetti que pasó por mis dedos; los teletipos de las redacciones; los cables de las agencias de noticias y, claro, las llamadas de teléfono a disco o a través de la operadora.

Y parecen dos mundos muy diferentes. En realidad no lo son. Este mundo de los bits y aquel "de antes", es uno sólo integrado y "resumido" en un pequeño mosaico, en el que el desafío de la comunicación sigue vigente y se profundiza. De aquel esquema de Emisor, Medio, Receptor, a la actualidad, donde el estudio de la comunicación humana y los factores que intervienen en ella no cesan de abrir nuevos paradigmas y plantear aquello de los públicos masivos, heterogéneos y anónimos (Perez Gaudio, M.A., 2001), se ha pasado a segmentos de consumidores; públicos de interés y grupos (¿des?) conocidos. Porque pareciera que las herramientas como la investigación de mercado tradicionales han quedado superadas por la interactividad tecno que no sólo permite instantaneidad en las respuestas, sino también viabilizar impulsos y movilizar compras; ventas; acuerdos; opiniones; reputaciones; generar encuentros y hasta mismísimos "casamientos digitales".

Todo está sobre base tecnológica. Hasta la historia de la humanidad, o del arte o de la ciencia, aquella que se aprendía sólo por medio de grandes y pesadas enciclopedias. Todo, entre bits, está en la nube, en la web y en nuestras manos con sólo correr un dedo de nuestro "supertelefonocomputadoramaquinafotograficacalculadorcientificalbumdefotosagendagpsymuchomás".

En este mundo globalizado todo cabe en una mano y se activa con un dedo. Magnífica resulta la posibilidad instantánea de acceso a la información y al conocimiento; al mundo del trabajo sin una necesaria localización física, entre otras cosas.

AUTOR

Sergio Finzi
Director de Finzi, Identidad y
Comunicación
Socio Fundador del CIRCOM



Causa efecto.

Es la electricidad, esa increíble "causa efecto" que la naturaleza nos brinda, el medio maravilloso por donde fluye todo. Claro: este es un "contexto tecno" de la comunicación, sus orígenes y sus posibilidades. No es intención de estas líneas poner en tela de juicio los efectos que muchos le atribuyen a esta "hiper conectividad". Para unos produce aislamiento y para otros todo lo contrario. No hay fórmulas. En todo caso, la clave es el "uso racional" de la misma.

Por encima de estas cuestiones existen otras, menos tecnológicas pero siempre vigentes y desafiantes y que es la necesaria mirada sobre la importancia de "la otra comunicación". Aquella que necesita análisis, estudio, estrategia, táctica y ejecución.

Para ello, la tecnología aporta lo suyo, que no es poco. No obstante, en un contexto profesional, institucional, político o corporativo es fundamental el pensamiento crítico, el análisis contextual y una ejecución efectiva de los planes y estrategias. La tecnología aplicada en sí misma, tiene patas cortas. En tanto, el "acto de comunicar", de transmitir, de llegar al otro, nunca se hizo "solo" ni tampoco lo operó la tecnología: el factor humano directo, presencial, medido, respetuoso, oportuno, veraz y transparente se torna entonces en una herramienta ineludible y es el instrumento que completa el extenso mecanismo de la comunicación que llega sin otro sentido que aquel que la persona es capaz de darle: el valor humano fundamental al hermoso arte de comunicar más allá de los bits y el sistema binario de "unos y ceros" que nos rodea.

(*) Título original: Being Digital 1.a edición: septiembre 1995 © 1995 by Nicholas Negroponte © Ediciones B, S.A., 1995 Bailén, 84 - 08009 Barcelona (España)
<http://www.periodismoidea.com.ar/>