

Cali, 7 de abril de 2003

Pantalla del malestar: el desafío de la televisión universitaria

Introducción.

En una Universidad como la del Valle, con una duradera crisis financiera y académico-administrativa, definir una política para la cultura universitaria obliga a empezar por una pregunta sencilla y directa: ¿qué cultura propiciar teniendo en cuenta las significativas limitaciones de recursos? O ¿dónde hacer los énfasis para que esas inversiones resulten propicias teniendo en cuenta propósitos específicos relacionados con la cultura universitaria? Yo vengo huyendo de la marea reformista de los administradores, con sus obsesiones gráficas, su pasión por las barras y organigramas, sus diagramas de flujo y su pensamiento power-point, esa forma particular de lenguaje unidimensional –hay que recordar a Marcuse– que oculta bajo el gráfico, la imagen y la diapositiva la persistente ausencia de argumentos, y la eficaz y luminosa retórica de los vendedores¹. ¿Cuáles deben ser nuestras apuestas más persistentes y firmes en una época en que se estila exhibir los premios como indicadores de calidad y excelencia, y se publicitan los eventos académicos –con sus luminarias y carteles de estrellas²– pensando que la visibilidad es el primer y más importante criterio de éxito y eficacia? Personalmente, creo cada vez de manera más firme que nos debemos a una cierta sobriedad, a la tarea pequeña sin estridencias y a la larga duración, que son algunas de las tácticas de resistencia frente al vértigo y la pérdida de sentido, la pérdida de referencias. Las resistencias a la razón instrumental de la que nos hablara Lechner³ se

¹ Alguna vez habrá que hacer la historia cultural –con sus hitos, sus procesos, sus instituciones, sus formaciones y agentes– acerca del modo cómo el lenguaje de señal de los vendedores de autos y jabones terminó penetrando y minando las formas convencionales de la argumentación y debate académico, desplazando –mediante el recurso iconográfico del power point– la larga, pesada y pausada prédica de los docentes, de los investigadores, de los estudiosos más clásicos. ¿Cómo ocurrió que el dominio de la racionalidad administrativa e instrumental encarnó en el efectismo del power point? He ahí un objeto de estudio para quienes estamos interesados en entender de qué manera la cultura y la técnica enlazan.

² Recuérdese la visita reciente del premio nobel de Economía Joseph Stiglitz y la novelaría mediática y académica: nada que envidiarle a ciertas formas de show bussiness de los mercadotecnistas.

³ En «Ese desencanto llamado posmoderno» (1988), Lechner señala hasta qué punto la ruina de la política y de la democracia está asociada al dominio creciente de la razón instrumental y el cálculo de los administradores, que al tiempo que parecieran introducir eficazmente mayores ritmos de crecimiento y desarrollo material procuran su reverso: una ampliación de los malestares difusos, de los miedos, de la pérdida de sentido. En una lectura paradójica de la situación chilena actual, Lechner se referirá a lo que Morin (Política de Civilización, Revista Ensayo y Error, Bogotá, septiembre de 1997) ha llamado “los malestares del bienestar”: «Según muestra el Informe del PNUD sobre el Desarrollo Humano en Chile 1998, el buen desempeño de los indicadores macroeconómicos y macrosociales no conlleva necesariamente un sentimiento de seguridad en la población. Sabemos que la modernización conlleva seguridades e inseguridades. Hoy día, los chilenos tienen la seguridad de no pasar hambre y de ser respetados en sus derechos humanos. Simultáneamente, expresan sentimientos de inseguridad e incertidumbre» (Desafíos de un desarrollo humano: individualización y capital social, informe PNUD Chile, 1998). O, en otro documento (Modernidad en Chile. El Pulso del Desencanto Entrevista a Norbert Lechner. Faride Zeran, Revista Correo de la Innovación Nr.5, Santiago, octubre 1998): «¿qué es lo que motiva esta inseguridad? Entre otros motivos, destaco tres. En primer lugar, la estrategia actual mantiene inalterable las desigualdades sociales históricas del país. Es decir, tal como operan actualmente los sistemas de

sustentan en seis claves que, de alguna manera, ilustran bien en qué sentido hay que hablar de políticas culturales hoy, en un país desgarrado por la guerra y la sombría expansión de la rutilante mercadotecnia powerpoint: en primer lugar, el largo plazo, el sentido de lo duradero⁴. En segundo lugar, el valor y el derecho legítimo a la experimentación frente a poderes que suele administrar y usufructuar el riesgo⁵. En tercer lugar, el valor del trabajo como fuente de realización humana, del pequeño trabajo que acumula y aprende, que tantea y avanza con lentitud, y que, de repente, descubre, recrea y da saltos significativos cuando menos se piensa. En cuarto lugar la gratuidad⁶.

salud o educación o el mercado laboral, ellos no aseguran una igualdad de oportunidades. No logran contrarrestar las desigualdades heredadas. Ello repercute en un acceso desigual a los servicios, creando un círculo vicioso. Dado que el bienestar subjetivo depende más de la posición relativa del individuo que del desempeño global del país, grandes desigualdades acentúan los sentimientos de agravio, deprivación y malestar. Ello es tanto más grave por cuanto, en segundo lugar, la estrategia actual tiende a desoir a la subjetividad de las personas. A diferencia de lo que sostienen las teorías de gestión empresarial y los elogios del cliente, no se escuchan los temores y deseos de la gente, no se valora su experiencia, no se fomentan procesos de aprendizaje, no se busca elaborar en conjunto un código interpretativo de las nuevas realidades. Entonces, la gente sabe funcionar acorde a las lógicas propias a los distintos sistemas funcionales, pero no adhiere a ellas. No hay un involucramiento afectivo con el desarrollo del país y ello le quita sustentabilidad en el tiempo. Un tercer motivo de malestar es la erosión del vínculo social. La actual estrategia de modernización, haciendo un uso exacerbado de la lógica de mercado, debilita las redes de confianza y cooperación. Una competitividad extremada socava el flujo de información, el intercambio de conocimientos y experiencias, la colaboración gratuita. Este debilitamiento de la sociabilidad termina por afectar la cohesión interna de la sociedad, dificultando el manejo de los conflictos sociales.».

⁴ Que indica un modo de proceder, moverse y razonar en clave de lo que algunos autores han llamado sustentabilidad, que indica poco más o menos la idea de responsabilidad histórica de nuestra generación con las siguientes, con las que no han nacido y con los hijos de los que aún no han nacido. Castoriadis en una interesante discusión sobre la noción de desarrollo, empezaba su alegato presentando cómo en Grecia los viejos campesinos sembraban olivos aún a sabiendas de que no serían ellos los que los disfrutarían, porque los olivos son árboles añejos y de lentísimo crecimiento. En el sembrar olivos hay contenido un gesto de responsabilidad transgeneracional, un sentido del largo plazo, que la razón instrumental ha hecho trizas. Una política cultural debería preservar y propiciar, en la vida universitaria, ese fino y valioso sentido del largo plazo, de la larga duración, de la responsabilidad social con generaciones y personas cuyos abuelos no llegaremos a conocer en el curso de nuestras vidas.

⁵ Ya sea bajo una política de control del riesgo (políticas de seguridad, vigilancia, blindaje) o, su reverso, promoción del riesgo (velocidad, entretenimientos extremos, promoción de la acción espontánea), el derecho a la experimentación puede ser sistemáticamente clausurado o funcionalizado. El legítimo derecho a imaginar y a realizar lo imaginado es erosionado por el renovado interés en las terapias de entretenimiento (turismo, drogas excitantes, jumping) o por la paranoia del que se resguarda y se tapia para evitarse peligros.

⁶ En Internet experiencias de solidaridad gratuita han producido un fenómeno técnico y social de características inusitadas: se trata de Linux. Gentes de todo el mundo colaborando para desarrollar un lenguaje informático y un sistema operativo que pueda desafiar con eficiencia y productividad los negocios privados de Microsoft e IBM. También puede ser útil recordar el caso de la red de intercambio de trabajo gratuito en París, a raíz de la crisis de empleo. Los desempleados y subempleados se incorporaban al servicio de intercambio ofreciendo su trabajo a otros que, a su vez, pagaban trabajando gratuitamente a personas que pertenecían a la red. No es posible anticipar la consecuencias y proyección social de estas dinámicas. Se sabe que Linux es, hoy por hoy, el programa y lenguaje informático de más rápido crecimiento en los últimos años. La economía movilizadora por esta red de trabajo gratuito en París no ha podido ser contabilizada con exactitud debido a que el volumen de los intercambios se ha multiplicado exponencialmente más allá de cualquier previsión técnica y econométrica. Entonces a la idea de una sociedad de conocimiento y el riesgo hay que oponer una de la imaginación y la experimentación. Otro buen ejemplo de ello es lo ocurrido en Argentina el año pasado, a propósito de la reciente crisis financiera, política y social. La experiencia Argentina nos está permitiendo reaprender algo que habíamos olvidado tras años de retórica tecnocrática: hacer que funcionen las instituciones públicas, que los servicios públicos y que el derecho fundamental a la salud y a la educación de calidad funcionen depende del concurso de los ciudadanos, y son la mejor contribución que podemos hacer, ya no sólo a la paz, sino a la viabilidad futura de nuestros países. Mientras los capitales privados huían despavoridos ante las crisis, mientras se achicaba el presupuesto para la salud pública, el personal médico y de salud de varios hospitales de Buenos Aires realizaba una novedosa modalidad de protesta que ilustra bien de qué se trata

En quinto lugar no renunciar a la técnica, a las posibilidades de crear bienes simbólicos y culturales de alta calidad y bajo costo, es decir, no caer en la tentación anti-tecnológica vacua⁷. Y en sexto lugar, el derecho a la memoria, a hacer memoria, a celebrar la memoria, a reescribir el pasado, a expresar públicamente lo que se calla y lo que se oculta o se ignora o se desprecia por conveniencia. Como puede observarse, he nombrado –sin definirlos suficientemente, como apuntando el dedo hacia un horizonte impreciso y fantasmal que, de alguna manera, todos podemos reconocer o intuir- seis problemas fundamentales de la cultura contemporánea en general, y de la cultura universitaria en particular. Voy a nombrar como reverso de los seis principios de resistencia a la razón instrumental, estos problemas. En primer lugar, la dictadura de los administradores sobre la vida común, a la cual se le bloquea permanentemente imaginarse en el largo plazo, en la duración, en el tiempo largo. En segundo lugar, el control sobre la experimentación, encarnado en dos figuras: la de las doctrinas antiterrorismo y de seguridad que recurren frecuentemente al terror, y la del entretenimiento extremo, la velocidad de riesgo y sus violencias. En tercer lugar, la destrucción del trabajo o el sin sentido del trabajo humano bajo la forma de trabajo burocrático, el desempleo o el trabajo idiotizado. En cuarto lugar, la mercantilización y la lógica de las transacciones atravesando todos los órdenes de la vida⁸. En quinto lugar, las fobias a la máquina o el fanatismo tecnológico. Y en sexto lugar, la administración sistemática del olvido mediante la promoción de los consensos rápidos, la

hoy la defensa de lo público: no pararon, no cesaron su trabajo. Más bien decidieron hacerlo de manera gratuita en las calles de la ciudad, atendiendo a la gente que deambulaba en la empobrecida Buenos Aires.

⁷ Sólo si disponemos de argumentos que sitúen a «la máquina» más allá del «instrumento operativo» podremos, a su vez, desinstrumentalizarlas y beneficiarnos social y colectivamente de ellas. En ese sentido, puede ser útil apelar a dos distinciones analíticas planteadas por T. Schlereth (citado por George Basalla en «La evolución de la tecnología», Editorial Crítica, México, 1991) y L. Mumford («Técnica y Civilización», Ed. Alianza Universidad, Madrid, 1987/1934). La primera distinción precisa el repertorio de funciones sociotecnológicas del «hecho tecnológico» en la historia humana. Habría cuatro grandes funciones sociotecnológicas, es decir las tecnologías se habrían comportado como medios de producción, como aglutinantes sociales y facilitadores de relaciones sociales, como dispositivos de entretención y tratamiento de los imaginarios y fantasías, y como dispositivos de generación y procesamiento simbólico. La segunda distinción procede de Mumford: en «Técnica y Civilización» diferencia entre «máquina» y «herramienta». La máquina se define por su extraordinaria complejidad técnica, orientada a favorecer el automatismo (es decir, un funcionamiento que dependa lo menos posible de la subjetividad y orgánica del hombre) y, en consecuencia, suele operar un repertorio limitado de funciones (monofuncionalidad). Una máquina, pues, tiende a operar una función específica con independencia de la subjetividad y orgánica humana que la activa y manipula. Para automatizarse requiere de alta complejidad técnica y de una fuente de energía externa (no humana, generalmente) que la movilice (agua, viento, energía eléctrica, energía solar, energía atómica, derivados del petróleo, etc). La herramienta, en contraste, se caracteriza por su baja complejidad técnica, depende casi por completo de la actividad orgánica y subjetiva del usuario que, literalmente, la pone en acción con sus propias energías y recursos, y deviene polifuncional, es decir, depende de las disposiciones y usos que prevea quien la manipula. El tenedor, los juguetes simples, el martillo, el lapicero son herramientas. Las turbinas de avión, el automóvil, el reloj de cuerda y electrónico, los semáforos son máquinas. Baja complejidad, polifuncionalidad, no-automatismo: herramienta. Alta complejidad, monofuncionalidad, tendencia al automatismo: máquina.

Estas distinciones nos permiten precisar en qué sentido las tecnologías informáticas y el computador + software + redes informáticas constituyen una síntesis tecnológica «nueva». Son nuevas -con respecto a la historia de los artefactos humanos- en dos sentidos: a) proveen condiciones para cumplir, simultánea y concurrentemente, funciones sociotecnológicas que antes aparecían articuladas a repertorios tecnológicos específicos y diferenciados (las NTII sirven para procesar y generar símbolos, para juntar y conectar personas, para producir cosas e intervenir el mundo físico, y para trabajar la imaginación-fantasía y entretener), y b) consistentemente con lo anterior, constituyen la máquina-herramienta más completa del repertorio técnico contemporáneo: es polifuncional, requiere intensivamente de la actividad orgánica y subjetiva del usuario, y al tiempo –gracias al hardware- deviene automática.

⁸ ¿Qué iban a imaginarse nuestros abuelos que el agua se vendería un día envasada?

ridiculización del disenso, la patologización y psicologización de la indignación, el resentimiento o el malestar.

¿Y qué tiene que ver todo esto con unas políticas culturales referidas a medios de comunicación universitarios? Una respuesta breve: hay que decidir de qué lado se sitúan esos medios. ¿Profundizarán la desmemoria, le harán el juego a las retóricas institucionales de los administradores, al pensamiento power point, al terror, a la banalización de los malestares y la promoción de consensos internos? Es de eso de que se trata una política de medios de comunicación universitarios: de situarlos como vectores en relación a las disputas, juegos de fuerza, tensiones de que está hecha la vida universitaria hoy; o de ponerlos al servicio de la reposada, siempre blanqueada y desmemoriada política de consensos y transacciones en que todo es negociable⁹.

Técnica, medios y estructuras del sentir.

En mi Walter Benjamin¹⁰, el que yo he leído y entendido, hay dos ideas que me resultan particularmente sugestivas, hasta la obsesión: la primera, aquella que sitúa en la técnica la posibilidad de transformar las condiciones de reproducción de la obra del arte en tres sentidos: a) la posibilidad de apropiarse «la totalidad de las obras de arte heredadas» (reproducir la tradición), el copy; b) la posibilidad de transformar y modificar lo heredado (mutar la tradición), el remade; y c) la posibilidad de crear nuevos «procedimientos artísticos» (fundar las que serán las tradiciones del futuro), el made. La idea de que cada nuevo horizonte técnico sea capaz de trastornar significativamente los términos de reproducción de las obras de arte en los tres sentidos anteriores es crucial, porque indica en qué sentido hablar de políticas culturales obliga, inevitablemente, a hablar de condiciones técnicas para el copiado de la tradición, la recreación de la tradición y la ruptura con la tradición. Una segunda idea se resume en los siguientes términos. ¿Por qué Benjamin advirtió en el cine y la arquitectura las artes por excelencia de la ciudad moderna e industrial? Porque Benjamin intuye que en ellos hay una «progresividad» (en el sentido de progresista, y más exactamente en el sentido de una creciente capacidad de las masas para organizar y controlar la recepción de la obra) que no hay en la pintura: en ellos se junta fruición y crítica; admiten el control y organización de la recepción por parte de las masas; y se prolongan y se hacen duraderos y continuos con la vida común.

⁹ «Los «consensos» y los «acuerdos» operan en un ámbito de transacciones, es decir, en un mundo en que cada uno sabe qué puede poner y qué puede obtener, con lo cual la instrumentalización del diálogo es inevitable. La forma perfecta de un ambiente transaccional en que se trafica y apuesta con “objetos” y “palabras” para obtener beneficios mutuos es el mercado de capitales. Los acuerdos, transacciones y consensos operan mediante precios, convencimiento, manipulación y -en el extremo- sometimiento. Por contraste, el ámbito de los proyectos compartidos avanza, más bien, mediante el consentimiento (como en las relaciones amorosas más clásicas), en que no se sabe qué puede resultar de la dinámica y el proyecto compartido, no se sabe qué se puede ganar y perder, e incluso no es claro cuál es el objetivo de la relación, pero la dinámica implica inversión de deseo, de sentidos, de proyectos y voluntades de muy diferente tipo en que -durante el proceso- los términos de la relación son transformados radicalmente. Sin ese sentido necesario del riesgo y sin la conciencia de la fragilidad de lo que se está configurando mediante la inversión de sentido y deseo, mediante el consentimiento, no parece posible un proyecto compartido. A duras penas es posible la astucia del golpe de manos y el oportunismo. Lo relevante aquí es que mediante el consentimiento no hay «consensos», ni siquiera hay acuerdos, y sin embargo hay trabajo compartido en que se corren riesgos y se procura porvenir más allá de todo cálculo inmediato» (Julián González en « Módulo Comunicación y Recreación: La máquina Victoria Abril entra en la Red», Programa de Educación Desescolarizada, Universidad del Valle, 2000).

¹⁰ Me refiero, en este caso, al Walter Benjamin de «La obra de arte en la época de su reproductividad», Discursos Interrumpidos I, Taurus, Madrid, 1982.

Por qué apelo a estas ideas que son mis lecturas de Benjamin: porque las dos ideas señalan un doble criterio de eficacia clave para una política cultural en una institución pública como la Universidad del Valle. Esa política debería, por un lado, atender y asumir lo que la cultura tiene de relaciones con el pasado, las herencias y las tradiciones, promoviendo las posibilidades de copiado, archivado y conservación para efectos de examen, estudio, apropiación y aprendizaje; promoviendo las posibilidades de recreación y modificación de las herencias; y promoviendo las posibilidades de ruptura con nuestras herencias. Pero, por otro lado, una política cultural apunta a afectar, leer y trabajar con lo que Raymond Williams ha llamado «estructuras del sentir»¹¹, esa vida haciéndose que no se deja formalizar aún porque está emergiendo. Prestar atención a aquello que está emergiendo y que sin que haya tomado forma aún ya está modulando buena parte de la vida universitaria y la vida social en general¹² son requisitos claves de unas políticas culturales atentas no sólo al pasado heredable, sino al porvenir que emerge.

¿Qué define a una política cultural?

Una política cultural es, al mismo tiempo, un conjunto de criterios de eficacia y calidad (criterios de evaluación). Pero también es un modelo de organización del trabajo y del poder, destinado a coordinar voluntades y asignar responsabilidades, y por lo tanto siempre implica un ejercicio político, sea más o menos democrático. Una política cultural señala algún tipo de asignación y distribución de recursos siempre limitados, y en consecuencia involucra una economía en juego y alguna racionalidad administrativa. Pero en ningún caso la política y la racionalidad administrativa deberían definir los alcances de una política cultural. Una política cultura, además explícita y formula un conjunto de derechos de acceso, de obligaciones y, sobre todo, en algunos casos, de derechos orientados a permitir que las personas puedan ser – además de usuarios y consumidores- potenciales creadores de nuevos bienes y de nuevas políticas. Porque una política debe considerar algunos principios para que no nos limitemos a padecerla y a padecer los bienes que propicia, sino también debe permitir –si es democrática- que podamos transformar la política misma. Es decir, una política cultural indica una apuesta jurídica en que se restringe o favorece el derecho a acceder, el derecho a decidir y el derecho a producir aquellos bienes simbólicos y prácticas de que se ocupa. Pero sobre todo, una política cultural aspira a crear las condiciones para la creación, una creación sobre la cual no podemos anticipar sus alcances y dimensiones. Una creación no previsible. Una política cultura regula, entonces, la generación (y, por supuesto, con frecuencia la destrucción también) de, quizás, el más importante de los bienes públicos: la inteligencia, la imaginación, la inventiva de las personas, y la constitución de las organizaciones en que esa inteligencia, esa imaginación y esa inventiva se hacen socialmente valiosas, significativas y rentables. Y es allí donde reside la imposibilidad de regular instrumentalmente la cultura a través de una política; porque las políticas culturales implican inversiones (en los dos sentidos del término) cuya rentabilidad no puede siempre anticiparse. No podemos saber qué trayectorias tendrá un joven que aprendió el cálculo infinitesimal o la escritura de crónicas; no podemos saber de qué manera retornarán al conjunto social esas inversiones en formación y

¹¹ Raymond Williams en «Marxismo y literatura», Editorial Península. Barcelona, 1980

¹² Hace dos días vi cómo cuatro jóvenes de la universidad jugaban a «la gorra», ese juego infantil que consiste en seguir a otro en el mismo reto o desafío. En este caso, los jugadores estaban parados en una ventana situada en el segundo piso del edificio 382, a unos cinco metros de altura, quizás. El juego consistía en saltar, superar el miedo: algo así como un jumping extremísimo, porque no incluía lazo de protección. ¿No hay allí una mutación en espera de ser contada, explicada, pensada por la comunidad universitaria?

educación; pero sí podemos imaginar que, sin ellas, no hay largo plazo, ni duración, ni experimentación, ni memoria, ni gratuidad posibles.

En el caso de la Universidad del Valle hacemos políticas culturales –de hecho- en cinco frentes. En primer lugar están las políticas de educación, que atraviesan tanto la formulación administrativa de las reglas de juego del trabajo docente y de la actividad escolar de los estudiantes, hasta los criterios de evaluación y control de la calidad, las ideas explícitas o implícitas acerca de lo que consideramos un buen trabajo de grado, un buen estudiante, un buen docente. Las políticas de educación, tanto las que regulan y administran recursos, funciones y tareas, como las que definen criterios de calidad y excelencia, son probablemente las más importantes políticas culturales de una Universidad y de cualquier sistema escolar en tanto regulan las rutinas de docencia, prefiguran el calendario escolar, los modos de selección de los agentes educativos, las rutinas de estudio. En una palabra, administran –para bien o para mal- las condiciones en que se realiza el trabajo educativo. Estas políticas de educación cuentan, claramente, con instancias de regulación académica: Comités de programas académicos, claustros de profesores, Vicerrectoría Académica, Consejo Académico, etc., pero es en las prácticas menudas y cotidianas del mundo escolar, académico, intelectual donde se juega lo realmente importante: el paciente aprendizaje de la toma de notas, la lectura de libros que se aprenden a atesorar, el esfuerzo del escritor de trabajos escolares, la búsqueda de archivos, esa enorme artesanía tan poco espectacular es, sin duda, más importante que toda la retórica administrativa y tantas veces vacua acerca de la excelencia académica.

Hay también las políticas de comunicación e información mediáticas, las diversas formas de gestión y regulación (o la ausencia de regulación) de lo que hacemos con los medios de comunicación de la Universidad del Valle. Allí, evidentemente, la Universidad del Valle no tiene una política, sino más bien varias y dispersas políticas que se evidencian en el funcionamiento des-regulado de los medios de la Universidad, en la diversidad de modos de financiamiento, en la dispersión de la producción mediática y en el modo en que cada directiva de medios responde o no a algún tipo de control y regulación de naturaleza académica. Medios comerciales, medios que implican alianzas insterrestitucionales para garantizar su sobrevivencia económica, medios de naturaleza corporativa, medios más académicos, etc.

Hay, además, las políticas de ciencia, tecnología y artes o, mejor, aquellas orientadas a regular los saberes y campos especializados de la producción cultural en la Universidad del Valle. A veces, bajo la figura de políticas de investigación, de producción intelectual; a veces bajo iniciativas orientadas a estimular la formación de agentes creadores en cada campo (semilleros de investigación, por ejemplo): estas políticas son el producto de instancias y organismos adscritos y articulados a la vida académica de la Universidad (comités de investigación, Vicerrectoría de Investigación, comités de credenciales, unidades académicas, etc).

Y, finalmente, estarían las políticas de gobierno y representación universitarios, con sus innumerables mecanismos y principios de elección, de derecho a la protesta, al debate público y la crítica; mecanismos y principios de gobernabilidad y convivencia interna, formas de consagración y legitimación de iniciativas estudiantiles extracurriculares, instancias de representación colegiada, etc. Aquí probablemente los mecanismos de representación de los agentes fundamentales de la vida universitaria (docentes, estudiantes, empleados y trabajadores, egresados y jubilados) son las instancias en que se dinamiza o no semejante política. Aquí se incluirían las estrategias relacionadas con bienestar y mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad universitaria.

Sobre las políticas de comunicación e información mediática, puede advertirse que deberían implicar muchos órganos de producción y divulgación de textos mediáticos, documentos y obras: en parte, la biblioteca, los centros de documentación y el programa editorial de la Universidad del Valle y sus unidades académicas; el periódico La Palabra; la WEB y las diferentes páginas y servicios de información informatizada en la Universidad; los medios audiovisuales y sus unidades de producción (Univalle Stereo, UVTV, el canal universitario, el sistema de educación desescolarizada, la producción mediática de la Escuela de Comunicación Social y otras unidades académicas de la Universidad del Valle), y la Cinemateca. ¿De qué manera cada una de estos órganos responden y piensan sus relaciones con la educación escolar, la ciencia, la tecnología y el arte, y la vida ciudadana en la Universidad del Valle? ¿Es decir, en qué sentido nuestras políticas de medios, información y comunicación están articuladas o no a los problemas derivados del quehacer científico, tecnológico y artístico de la Universidad, la vida educativa y docente, y la gobernabilidad y vida ciudadana? Dicho de otro modo, ¿cómo se relacionan los medios con la universidad? Responder estas preguntas es responder cuáles son, de hecho, las políticas culturales de cada uno de los medios universitarios y cuáles deberían ser.

La Escuela de Comunicación Social en 1999 adelantó un estudio detallado al respecto y sacó algunas conclusiones y recomendaciones que, pensábamos, cuajarían en un debate pausado y un conjunto de decisiones responsables al respecto por parte de la dirección universitaria. Ni el debate ni las decisiones han sido del todo óptimas. El Consejo de Medios, que podría haber sido, una instancia de articulación y trabajo en ese sentido, no ha funcionado realmente. Y la agenda y programación de cada medio responde a las urgencias de sobrevivencia, al tino de cada directiva y a la capacidad de gestión individual de cada instancia, y no a una política que articule voluntades y coordine los esfuerzos de todos.

Uno de los problemas cruciales respecto a una políticas de comunicación e información en la Universidad del Valle es que no sabemos cómo funcionan esas unidades de medios, cuánto cuestan, a quiénes responden, quiénes las usan y cuáles son los criterios de calidad y excelencia que se han impuesto. Es decir, cada política debería definir –como se indica al comienzo– criterios de eficacia y calidad; concepciones de la organización y de asignación de responsabilidades y tareas; una economía y una rendición pública de cuentas, en que se defina con qué criterios se asignan y distribuyen recursos; y cuáles son los mecanismos orientados a ampliar los derechos de accesos, de decisión y de producción de los miembros de la comunidad universitaria respecto a los medios de comunicación internos, el programa editorial y la WEB. Todo parece indicar que hay alguna transparencia respecto a los derechos de acceso y producción en la WEB y el programa editorial, pero las cosas son menos claras respecto al resto de medios.

La Escuela de Comunicación Social formalizó en 1999 lo que podría ser la base para la formulación de una Política de Medios de la Universidad del Valle¹³. También ha consignado en un documento, por discutir en el Consejo de Medios de la Universidad del Valle, los alcances de lo que podría/debería ser el Canal Universitario. A continuación, se relacionan los términos preliminares de lo que podría ser semejante política para un Canal que acaba de cumplir un año de vida, sin mayores regulaciones de índole académica.

¹³ Los medios en la Universidad. Apuntes para la recuperación de una memoria: diagnóstico y prospectiva» (Escuela de Comunicación Social, marzo de 1999.

Política de comunicación del canal universitario. Decálogo del canal

En «Los medios en la Universidad. Apuntes para la recuperación de una memoria: diagnóstico y prospectiva» (Escuela de Comunicación Social, marzo de 1999), ofrece una perspectiva clave desde donde pensar y desarrollar el Canal Universitario: «Es desde la comprensión de las transformaciones culturales desde donde podemos ubicar el papel de la Universidad pública, así como los modos de docencia y de relación con su entrono: sea en la legitimación y puesta en circulación de obras (aunque dudamos que sea su competencia) o de la densificación cultural por la vía de estimular la creación, la experimentación, la ruptura con la lógica agregada de los planes de estudio, para proponer el encuentro productivo entre seres pensantes y sensibles, sean profesores o estudiantes, en unos proyectos de producción que aunque tendrán pobreza económica (y tal vez por eso mismo), demandarán riqueza en ingenio y conocimiento» (pp.46). Esta «densificación cultural» implica reconocer tanto aquella producción dominada por un conocimiento complejo de los públicos existentes, como aquella producción que genera sus públicos y está fuertemente determinada por las exigencias del creador. En ese rango que va de las obras determinadas por los públicos a aquellas que, dominadas por las lógicas y deseos del creador, fundan un público nuevo, puede encontrarse experiencias de notable calidad y excelencia. «Si la Universidad tiene que competir duramente para ocupar una posición decorosa en el campo de la industria cultural, que al menos sepa escoger el vecindario, los antagonistas y los aliados que se merece». Es indispensable entonces definir cuáles son las prioridades de un Canal que, adscrito a una Universidad pública, puede llegar a hacer aquello que no hacen los medios de comunicación comercial y aquello que nos permita construir un público propio, garantizar su sostenibilidad y darle un decoroso papel al Canal en términos de prestigio simbólico, académico y universitario. Este debería constituirse en el principio fundamental del Canal Universitario.

Para la realización y operacionalización de este propósito general, el documento en mención precisa algunas claves de trabajo que constituye, en conjunto, una política de comunicaciones para el Canal Universitario.

1. El canal debe imaginar una relación renovadora con la cultura de la comunidad universitaria. Es indispensable hacer alianzas internas con las unidades académicas, asumiendo que la Universidad hace «cultura» todos los días a través de su trabajo educativo. La comunidad universitaria es, entonces, no sólo un potencial generador de «contenidos» y «propuestas» para desarrollar el canal, sino que en tanto comunidad educativa e intelectual, es uno de sus públicos más importantes. El canal debe contribuir a repensar «la docencia, la investigación y la extensión dentro de la Universidad», articularse a las dinámicas culturales de la Universidad empezando por sus actividades de docencia. La relación entre el Canal y el mundo académico no debe derivar en mutua instrumentalización, esto es, el canal no debería ser un mero empaquetador de contenidos escolares y las unidades académicas no deberían ser sólo suministradores de contenidos para el canal.

Se debe buscar su vinculación más fuerte con el Campus universitario a través de ciclos de actividades (como video, conciertos o debates al aire libre), asumiendo como público privilegiado a la comunidad universitaria (y, por extensión, el de las otras universidades). Ha faltado construir espacios transversales de vínculo entre los medios y el quehacer cotidiano universitario, que medien entre los modos académicos y las formas mediáticas, lo que se podría lograr si no se pensara en el diseño de un espacio y un Medio particular sino en proyectos de Investigación-producción por temáticas (ambiental, formación ciudadana, análisis de coyuntura, innovaciones

educativas. etc.) en donde converjan los distintos académicos interesados y los comunicadores, alimentando desde ese trabajo la programación de los distintos medios de la Universidad.

El Canal Universitario es igualmente el ojo vigilante y reflexivo sobre lo público, el nuevo ágora; lo que implica un compromiso con el medio en términos de investigación, comprensión e interés por su problemática, no de un modo artificial sino vinculando el quehacer cotidiano de la Universidad -Docencia, Investigación y Extensión- con el mediático. Esto en las políticas mediáticas no sólo plantea la necesidad de calidad en los programas, sino la atención en la programación a la generación de nuevos públicos, a ser el espacio de la creación y la experimentación, pero también, de otro modo de relación con el conocimiento que el propuesto por la comunicación masiva o por la retórica escolar. No se trata de un Canal para transferir o divulgar el conocimiento producido por la comunidad académica.

Democratizar el saber no es vulgarizarlo ni divulgarlo; es crear condiciones para la comprensión, vías de acceso a la complejidad sin simplificación. Frente al académico encerrado en su torre de marfil, quien considera «el pensar como abstención de la acción, el teorizar como alternativa al compromiso y la vida intelectual, como una especie de regla monástica secular exenta de responsabilidad», donde la racionalización ha acabado por establecer un sistema autosuficiente, autista, delirio de la abstracción, el pensar es un acto social y por lo tanto responsable, es una posibilidad costosa que compromete a quien lo ejerce. La Universidad se debe al medio, pero contra los populistas y los instrumentales, su vínculo ni es mecánico ni es directamente funcional, y contra los mesiánicos –todavía los hay- no se trata de una empresa salvadora que atienda a la pronta solución de cualquier problema social. Su aporte fundamental consiste precisamente en utilizar la relativa autonomía que se la ha dado para re-crear ese medio, para pensarlo y aportar en vías a su comprensión y/o transformación. Contrasta esta actitud con la política del rating y con esa aberración según la cual, el programa «malo» pero «comercial» financia el «bueno que nadie» ve.

2. Televisión de experimentación y de bajo costo. El Canal debe favorecer la creación, la experimentación y el encuentro dentro de la comunidad universitaria, mediante el desarrollo de formatos de bajo costo, pero ingeniosos y ricos en términos de densidad cultural. El compromiso de la Escuela de Comunicación con el Canal debe referirse, particularmente, al ejercicio de propiciar nuevos modos de producción, recomendar formas de lucha por las audiencias, la competencia -en y por el mercado- sentando nuevos precedentes, mostrando en la práctica nuevos modos de explorar y trabajar las relaciones entre educación, cultura, conocimiento y placer. En suma, la propuesta deja ver como tras la justificación general de carácter institucional, hay también interés de los productores académicos por dirimir competencias, calificaciones y liderazgos profesionales con sus «rivales massmediáticos del sector comercial», mostrando dentro y fuera de la Universidad que tienen argumentos, habilidades y saberes para «hacer una comunicación distinta y mejor».

Privilegiar la producción de carácter más autónomo, experimental, innovador : la Universidad no puede, al mismo tiempo, alimentar esperanzas de altos ratings, ni supeditar su producción al tipo de consideraciones mercantiles y de cálculos costo/beneficio tan de buen recibo en el inmediato pasado. Esas consideraciones y cálculos puede que funcionen muy bien cuando de lo que se trata es de hacer obras para las que, en cierta medida, no hay que empeñarse en construir, conseguir o crearles su propio público; como habitualmente si se tiene que hacer en el caso de las primeras. Ni seguir creyendo que es muy fácil, hoy, producir en TV obras muy densas, estéticamente arriesgadas e innovadoras y , al mismo tiempo, de fácil comercialización. La fórmula, como

sabemos, ya ha sido intensamente explotada por canales como Film & Arts, People & Arts, Infinito, History Channel y muchos otros de amplísima aceptación mundial. Y para bien, creemos que han elevado el nivel de exigencia del tipo de público al que -posiblemente- también le pudiera interesar la propuesta universitaria. Contra rivales como esos es que tendrán que jugársela las productoras universitarias; no solamente contra la producción adocenada y trivial de las programadoras centrales. En esta opción puede que no se obtengan grandes rendimientos económicos; que lo hecho -literalmente- lo vean, lo oigan, lo lean unos pocos pero, se tiene una cierta seguridad de que el prestigio y el capital simbólico de la Universidad no sufrirá, o por lo menos no tanto, como es de suponer que sería si se empeña en emular -con pocos recursos, las fórmulas o recetas más o menos exitosas- y por lo mismo profusamente explotadas, en el mundo de los medios comerciales.

3. El Canal Universitario articulado a las diversas iniciativas mediáticas y de producción editorial de la Universidad. El Canal debe desempeñar un papel cohesionador e impulsador al conjunto de medios y estrategias de producción editorial que tiene la Universidad desde UVTV hasta el periódico La Palabra, desde la Emisora Univalle hasta el Programa Editorial de la Universidad del Valle, respondiendo a las demandas de comunicación y cultura que se le hacen a la Universidad. En algunos casos se pueden desarrollar estrategias multimediales y convergentes para racionalizar costos, inversiones y evitar duplicar tareas y proyectos entre medios de comunicación de la Universidad.

4. El Canal no es un medio-puente de relaciones entre la Universidad y la Sociedad. Es necesario evitar la tentación de pensar en el Canal como un «medio» para «establecer» los vínculos entre la Universidad y la Sociedad. Esta idea del mejoramiento, de la necesidad de ampliar los canales de comunicación entre la Universidad y la Sociedad, con algunos matices diferenciales, suele presentarse como argumento para definir la pertinencia de los medios de comunicación. Tampoco debe considerarse un medio de proyección y promoción institucional de la Universidad que modere la mala imagen promovida por los medios comerciales, que sólo la representan en su versión conflictiva. El Canal sí debe contribuir a tematizar y promover el debate y la crítica al interior de la vida universitaria y, desde la universidad, a la vida social, a la ciudad, la región y el país. El Canal Universitario no debe ser, entonces, un medio de promoción y propaganda universitaria. La Universidad es una institución de carácter intelectual y crítico, y el Canal Universitario debe atender ese carácter asumiendo la vigilancia crítica sobre los discursos sociales mediatizados, así como sobre las condiciones democráticas para la expresión de las distintas visiones de la sociedad, que coexisten en nuestra región. Esta labor de centinelas de la esfera pública debe empezar a ejercerse «en casa».

El Canal deber ser un difusor crítico de problemas contemporáneos: debe «ayudar a debatir ideas y, de paso, permitir, de una parte, que la Universidad se muestre como una organización capaz de incitar a la sociedad a pensarse y, en consecuencia, propiciar espacios par dar solución a los problemas, y de otra parte, hacer visible la Universidad a los ojos ciudadanos con una cara creativa y productiva. El Canal debe pensar la pensar la región y crear condiciones para que la región se piense a sí misma y tenga capacidad de incidir en la configuración de su historia. Es necesario pensar el papel de la Universidad en la constitución de una agenda pública regional, en la definición de lo que vale poner en común para la región, lo que es de interés público en este ámbito. Así, debe apostarle a la consolidación de un espacio de comunicación que defienda unos intereses civilistas, democráticos y participativos; unos medios que arriesguen en la búsqueda de

audiencia con una programación que no dude en abrirse a la sociedad civil, a las Ong's, con el ánimo de ampliar la perspectiva de los discursos y los debates.

5. El Canal no es un medio de promoción de la Dirección Universitaria ni de Comunicación Institucional. Para que el Canal y los medios al interior de la Universidad puedan desarrollar su trabajo - al margen de las vaivenes partidistas y comerciales- la Universidad debe tener una política autónoma de Medios que los regule y proteja de las interferencias de esos poderes. Es conveniente que unos Medios universitarios, financiados -en buena medida- con recursos oficiales, mantengan una distancia crítica y propositiva frente al Poder Rectoral y la Administración Central. No de otra manera se entiende aquel ideal de convertirse en Medios que asuman crítica y experimentalmente los problemas contemporáneos. Recuérdese que la Universidad es un espacio ciudadano, plural, abierto, reflexivo, polémico pro naturaleza, en donde las divergencias y las múltiples voces (incluso la oficial), se deben expresar de manera civilizada, pacífica y democrática.

6. Seleccionar personal proclive a hacer del canal un proyecto académico. El Canal Universitario y los medios en general no puede quedar en manos de «gente de los medios», por más experiencias acumuladas que tenga; ello porque su desarrollo profesional lo han alcanzado en otro marco de referencia, conforme a otra racionalidad y según ritmos y metas que difieren radicalmente de los propios del medio académico universitario. Ese marca de referencia, el campo empresarial en que ha configurado sus lógicas y hábitos de producción, favorecerá una reconfiguración de la propuesta universitaria de tal forma que la dimensión académica prácticamente desaparezca en provecho de la reproducción de los intereses, las lógicas y los rendimientos comerciales. Adicionalmente, el personal que proviene de los medios comerciales suele desconocer las tradiciones, procedimientos y dinámicas del mundo académico, sus autoridades académicas consolidadas y ritmos.

Es otro perfil el que se demanda cuando se trata de un Canal Universitario. Más que un experto Administrador o Gerente se necesita un conocedor del campo cultural, capaz de posicionarlo valiéndose de la calidad de sus programas y de sus conocimientos y relaciones para asegurar recursos de distintas fuentes. La realización de otro tipo de productos, como videos educativos o Cd-Rom, donde la Universidad puede aprovechar mejor sus recursos con obvias ventajas frente a las demás productoras y vincular otros proyectos es una de las opciones para romper el modelo convencional de funcionamiento de estos Medios, sojuzgado por la pauta publicitaria.

7. Reconocer la mediaesfera contemporánea y el desafío que le hace a un Canal Universitario local. Es indispensable reconocer el contexto mediático. No puede ignorarse que los medios y programas que se realicen para consumo público tendrán que exhibirse, circular en un espacio social y cultural densamente poblado por las producciones originadas en múltiples y variadas organizaciones de medios locales, regionales, nacionales y mundiales. En el caso del Canal en necesario asumir la oferta monstruosa vía Tvcable, Sky, Parabólica, DirecTV, etc. Por lo tanto, una política clara en materia de alianzas estratégicas -con instituciones y organizaciones locales, regionales y nacionales, afines al proyecto universitario- será algo que también habrá que recomendar con especial énfasis, como estrategia para asumir una competencia que no se dirima según el conocido símil popular de «pelea de tigre con burro amarrado». Esto -por supuesto- no quiere decir que la institución académica tenga que aliarse «con Dios y con el Diablo» para poder subsistir en el último rincón del campo cultural, o que la producción universitaria deba pelear por el rating, en los términos y condiciones habituales en el mercado de bienes culturales. Otro debe

ser el criterio y otra la estrategia para enfrentar la competencia. Por lo pronto proponemos partir de esta diferenciación:

8. Rentabilidad social y cultural ante todo. El Canal debe ser rentable en términos sociales, culturales y simbólicos. Las dificultades financieras de la Universidad para conseguir recursos pueden propiciar que se adopten, a la ligera, estrategias desesperadas de canjes, comisiones, prebendas que pueden hacer olvidar el norte. Evitar la pérdida financiera no puede hacer relegar la rentabilidad social. Las políticas de consecución de recursos, venta de servicios, pauta publicitaria y mercadeo de productos deben ser audaces y consecuentes con las del mercado, pero deben estar inscritas en una política que vigile los intereses colectivos del proyecto social y cultural que es la Universidad. El Canal debe ofrecer una opción de calidad, en forma y fondo, en todos sus programas. La racionalidad económica del Canal Universitario, no debe ser la misma que predomina en las instituciones comerciales. Debe ser un Canal, en ese sentido, independiente, abierto a la experimentación y la investigación. Sin embargo, independencia no significa que no deba responder, como toda entidad pública, responsablemente por sus realizaciones ante la sociedad. El Canal estará sujeto a la evaluación periódica, controles internos y externos, y a la crítica de la comunidad académica.

9. Una política de renovación permanente de programación, de la producción y de equipos. A la hora de los replanteamientos y ajustes, se debe revisar, firme pero cuidadosamente, lo relativo a la cantidad de horas de emisión, recorte de personal, estrategias para renovar los programas, austeridad a la hora de hacer el mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos, etc. Debe configurarse un Plan de Desarrollo Programático y Técnico a 2/ 5/ 10 años que considere de manera prospectiva el descarte y renovación de equipos, vinculaciones y movilidad laboral, capacitación e intercambio del personal, etc. No se debe temer a la renovación regular de ciertos programas y franjas: ningún programa o espacio o formato es eterno.

10. Favorecer alianzas, producción compartida e intercambio de material audiovisual con organizaciones mediáticas nacionales e internacionales. El Canal debe abrirse a la comunidad universitaria, local, nacional e internacional. Es necesario preguntarse y regular la fórmula ideal de vinculación de colaboradores, ya sean estos internos o externos; locales, nacionales o internacionales; institucionales o no, etc. Se debe estrechar la relación del Canal con otros canales universitarios del país y el continente, favoreciendo el intercambio y la coproducción.

Cuatro Modelos de Canal.

Hay al menos cuatro propuestas de Canal Universitario, en términos de contenido y programación:

- a. Un canal Universitario como proyecto de la ciudad, abierto a la ciudad, lo que implica concertar con diferentes actores sociales las agendas, temáticas y hasta la producción de material audiovisual del Canal. En esta perspectiva el principio de eficacia del canal es: por un lado, constituirse en canal local, esto es, articulado a las dinámicas sociales de la ciudad y sus demandas de una manera fuerte; y por otro, ampliar los márgenes de participación de los ciudadanos, que serían -en algunos casos- menos audiencia que grupos y actores para el diseño de programación, definición de agendas y animación de experiencias de comunicación. En esta propuesta, el Canal es -sobre todo- la expresión de un proyecto cultural de la Universidad sobre la ciudad (no sólo de Comunicación Social).

Aquí los aliados claves serían las organizaciones sociales, grupos y comunidades, redes de movilización social, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales).

- b. Un Canal Universitario como proyecto de la Universidad, orientado a poner en circulación su propia producción intelectual, las agendas de la Universidad y sus comunidades. Un canal a la manera de los Canales de Divulgación Científica y Cultural. Aquí la producción intelectual, las obras y las agendas de la Universidad se divulgan usando el canal como vía. Probablemente el aliado central en este caso sería la Vicerrectoría Académica y la Vicerrectoría de Investigaciones, las unidades académicas.
- c. Un Canal educativo y cultural , en que la Universidad, de una u otra manera, extiende su trabajo educativo escolar a través de las pantallas, teniendo a un aliado central que sería la Oficina de Educación Desescolarizada y sus proyectos.
- d. Un canal que sea Televisión Cultural de alta calidad y bajo costo, experimental, con amplia solvencia estética y fundada en tareas de investigación alrededor de tres formatos: video experimental, documental y gran reportaje televisivo, en que los aliados claves serían la tradición documentalista y televisiva de la Escuela de Comunicación Social, las unidades académicas que adelantan proyectos de investigación en relación con la vida social y cultural, la experiencia histórica, del país, y grupos de productores - documentalistas- que en la ciudad podrían contribuir con la producción de obras de excelencia audiovisual.

La Escuela de Comunicación Social cree que en los modelos a) y d) están los modelos de Canal Universitario a desarrollar, los de mayor proyección y calidad, los que implican más inventiva, y los que podrían obligarnos a imaginar de una manera no convencional la televisión universitaria. En el documento «Los medios en la Universidad: apuntes para la recuperación de una memoria. Diagnóstico y prospectiva», se identifica como criterio de eficacia central para definir el destino de las unidades de medios de la Universidad: producciones experimentales, creatividad televisiva, calidad y excelencia en la producción, aunque se trate de productos con muy baja rentabilidad comercial inmediata, salvaguardan el bien simbólico máspreciado de la Universidad: su prestigio cultural. Por el momento, el Canal Universitario no encuentra su forma y no ha definido sus apuestas de largo plazo. Las urgencias nos condenan a sembrar de todo, menos olivos.

...pero todo puede ser inventado,
cuando se calculan siglos, no años.

Cali, abril de 2003

Julián González
Profesor
Escuela de Comunicación Social