

EN DIRECCION A LA POSTCOMUNICACION (*)

(Towards The Postcommunication)

Luis Rodolfo Rojas Vera

Universidad del Zulia, Venezuela

Elizabeth Arapé Copello

Universidad Rafael Bellosillo Chacín, Venezuela

RESUMEN:

El artículo desarrolla bajo el estilo de ensayo la idea de una teoría de la Postcomunicación. Centra la atención en los cambios acelerados del mundo comunicacional y los retos de entendimiento de la cultura postcomunicacional bajo los esquemas de los actuales modelos de comunicación. Señala que la sinergia de las comunicaciones será la clave que explicará el mundo postcomunicacional del Siglo XXI. Anuncia que la Postcomunicación cambiará las reglas de la Dirección y plantea la necesidad de enfoques transdisciplinarios para el estudio de la postcomunicación. Ofrece un conjunto de reflexiones que pueden ser útiles para los científicos de la Comunicación.

PALABRAS CLAVES:

Comunicación, Postcomunicación, Organizaciones, Virtualidad, Retos, Futuro.

ABSTRACT:

This article develops as the essay style the framework of a Postcommunication theory. Placing emphasis on the accelerated change into the communicational world and the challenges to understanding the postcommunicational culture under the current communication model frameworks. The article explains that the communicational synergy will be the key to understand the 21th Century Postcommunicational. The article announces the Management change by the postcommunication and argues the needs of transdisciplinary view to understand the Postcommunication. It also presents a combination of reflections that can be useful to Communication Schoolers.

KEY WORDS:

Communication, Postcommunication, Organizations, Virtuality, Challenges, Future.

Introducción

¿Cómo será la comunicación del siglo XXI? El futuro comunicacional podría estar

(*) Este artículo es parte de la Investigación Postdoctoral sobre "Comunicación y Dirección" realizada en la Universidad Autónoma de Barcelona (1995-1996) con las ayudas S-112-291-95 del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas (CONICIT) Venezuela, y la S-1915-95 del Consejo de Desarrollo Científico de la Universidad del Zulia. CONDES-LUZ. Los autores agradecen al Centro de Investigaciones Postdoctorales (CIPOST) de la Universidad Central de Venezuela por las discusiones previas, a la Universidad del Zulia y a la Universidad Autónoma de Barcelona por los apoyos prestados.

conformado por la sinergia entre las tecnologías y una comunicación no tangible, por integraciones complejas hoy inimaginadas dentro de lo que conocemos como comunicación.

Centramos la atención en lo que llamaremos la Teoría de la Postcomunicación. Una comunicación virtual y caótica donde todo el espacio-tiempo comunicacional se expande y se comprime mediante el desarrollo de zonas hasta ahora no comunicadas.

Más allá de la actual comunicación puede venir un orden comunicacional que sólo podríamos entender como postcomunicación por el universo de posibilidades comunicativas.

Cinco ejes son de interés en esta aproximación a la Postcomunicación: 1) la valoración del cambio acelerado de todo y en especial del mundo de las comunicaciones, 2) el papel preponderante de la información y la comunicación, y su conocimiento científico, para la construcción de la sociedad del Siglo XXI, 3) la crisis de las fronteras comunicacionales, 4) las esperanzas del mundo comunicacional, y, 5) el creciente déficit conceptual para entender las nuevas realidades.

La aproximación se orientan hacia la frontera de Estudios Avanzados, punteros e imprecisos, más ideológicos que instrumentales. Por tanto, el lector ingresará a una discusión de problemas comunicacionales de un modo más heurístico que prescriptivo, más hermenéutico que mecanicista.

Más allá de la Comunicación

Podemos entender la comunicación como los procesos, normalmente intencionales, para hacer común visiones, pensamientos, emociones y sentimientos, en dimensiones personales, grupales, corporativas, o sociales, e independientemente que estén orientadas al ocio o al negocio.

El actual estado del arte de los estudios de la comunicación puede revelar la preponderancia de entendimientos parciales y más especializados que holísticos sobre el tema (Anderson, 1987; Assoun, 1992; Bofill, 1976; Bostrom, 1992; Cashdam y Jordim, 1987; Fulk, 1991; Heath y Brynt, 1992; Hecht, 1993; Nelson, 1994; Sholar, 1994; Soreson et al, 1990; Sowel, 1987), con lo cual muchos problemas de comunicación pueden estar escapando de nuestra preocupación y entendimiento: ¿Cuál es el sentido de la comunicación? ¿Por qué aumenta la paradoja de la desilusión y de la esperanza de la comunicación? ¿Cuáles pueden ser las nuevas dimensiones de la comunicación? ¿Qué comunicación habrá más allá de la actual comunicación?

Las tendencias indican que el futuro comunicacional se parecerá poco al presente (Abdel-Malek et al, 1982; Gaudin, 1988; Sharp et al 1988; Toffler, 1980, 1991). Las diferencias entre el futuro y el presente serán mayores que las que relacionan el presente con el pasado. Nuestra hipótesis es que será tal la transformación de la comunicacional para el Siglo XXI que ésta sólo podrá ser entendida como Postcomunicación. Los límites aceptados hoy para el entendimiento de la comunicación (Baudrillard, 1978), básicamente segmentada y de modelos cerrados, serán insuficientes para entender la postcomunicación.

El gran tema de las comunicaciones, desde el sentido humano al social y desde lo técnico a lo estratégico, exige abordajes más allá de lo interdisciplinario, nos lanza a la transdisciplinariedad. Esto representa un reto para científicos y estudiosos de la comunicación centrados en modelos comunicacionales industriales o informacionales.

La idea de la teoría de la Postcomunicación nos interesa como macro problema teórico sabiendo que navegamos sin mapas precisos. Estamos seguros que las reglas del juego comunicacional del Siglo XXI no serán las mismas que han prevalecido hasta ahora. Lo más seguro es que sea un mundo inimaginado por nuestra propia ciencia actual (Chomsky, 1992; Husserl, 1992; Kuhn, 1978; Moustakas, 1990). Los límites que hemos aceptado para nuestra imaginación y comunicación revelan sólo aquello que estamos dispuestos a aceptar. El pragmatismo ha pesado tanto que frena la imaginación de una postrealidad como la comunicacional (Baudrillard, 1980; Habermas, 1982).

Compartimos convenciones básicas sobre la idea de comunicación: comunidad de conocimientos y sentimientos, procesos de intercambios de información, comunión progresiva en torno a sistemas de ideas, circuitos emisor-receptor, etc. Tenemos ideas claras sobre el desarrollo tecnológico de la información y la comunicación: popularización de la informática (Feigenbaum, 1983; Masuda, 1984; Sharp, 1988; Toffler, 1991; Wilson, 1982); globalización-localización de la comunicación social; nuevas comunidades de saber y poder en torno a la infocomunicación (Drucker, 1993; Páez, 1992; Toffler, 1991); modificaciones de las relaciones trabajo-empresa (Andreu et al, 1991; Erickson, 1989; Jeffcut, 1994; Peter y Watterman, 1982), aumento de la producción intelectual (Drucker, 1994; Murakami, 1993; Popcorn, 1993); aumento en la distribución y comunicación del saber, (Drucker, 1994; Páez, 1992; Toffler, 1994) etc. Pero no estamos seguros de todo lo que vendrá más allá de esta era tecnológica de la Información (Eres, 1988; Feigenbaum, 1983; Hazen y Trefil, 1994; Rodríguez, 1994; Toffler, 1994, 1995). Tampoco estamos seguros que aquellas convenciones básicas sean suficientes para explicar una comunicación más compleja que la actual. ¿Habrà un más allá de la Infocomunicación? ¿Acaso será posible? ¿Cómo será la nueva comunicación? ¿Hacia dónde nos llevarán sus beneficios incrementales? Más allá de las metas de progreso a las que nos conduce la comunicación ¿cómo será la postcomunicación. ¿Será primero la idea que tengamos en nuestras mentes? (Baudrillard, 1994; Habermas, 1991; Sowell, 1987). La información podría llegar a no ser exactamente lo más importante. La comunicación con sentido (si es que lo encuentra) estaría más allá de lo tangible, en alguna dimensión que denominamos postcomunicación. El Siglo XXI podría ser el siglo de la nueva era comunicacional pero más exactamente el Siglo de la Postcomunicación. No es el advenimiento del Siglo XXI lo que traerá la postcomunicación porque ya estamos en él. Lo que nos lanza a la postcomunicación es la aceleración de la comunicación, la búsqueda de una nueva ilusión, el movimiento de los límites comunicacionales hacia nuevos horizontes, las nuevas posibilidades. Nos desplazamos indeteniblemente de la comunicación hacia la postcomunicación.

La Dinámica del Cambio Comunicacional.

La comunicación es nuestro principal acimut hacia el Siglo XXI. Su tecnología, conocimiento, impacto y proyección constituye una fuerza que nos absorbe y nos

dinamiza, pero también nos puede rechazar en cualquier momento. Nos puede expandir o contraer en nuestro ser y conocer. Una fuerza aún subestimada y bastante incomprendida. Es tan alta la relevancia de esta fuerza que es difícil imaginar que algo no esté siendo transformado drásticamente por ella, que algo no dependa de ella, que nada vital esté exento de la infotropía, que algo quede fuera de la comunicación.

El cambio comunicacional (Drucker, 1994; Habermas, 1991; Toffler, 1991) ha sido un importante protagonista en la evolución de la humanidad, sobre todo en la medida en que hemos incrementado nuestro conocimiento y entendimiento de la información y la comunicación (Bofill et al, 1976; Dretske, 1989). Cambios no sólo en las tecnologías de las comunicaciones si no los cambios culturales y mentales que han traído, cambios ideológicos, cambios de dirección en todo. Cambios en la valoración de la información y la comunicación para el dominio del saber y de la vida, cambios en las dimensiones de la comunicación, y en el entendimiento mismo de la información y la comunicación (Bofill, et al, 1976; Del Rey, 1989; Morin, 1966).

El itinerario de estos cambios se caracteriza por cinco grandes valores: 1) una frecuencia cada vez mayor en el cambio comunicacional, 2) un impacto cada vez más alto de la comunicación para la vida comunitaria, 3) el papel determinante de las comunicaciones para la construcción del futuro, 4) la discusión de los resultados comunicacionales, y, 5) la exploración de nuevas zonas comunicacionales.

Los cambios comunicacionales experimentados en los últimos años hablan de una sociedad impensada décadas atrás. Nuestros abuelos no imaginaron que «la mágica bola de cristal», hoy más plana que esférica, llegara a ser realidad. Nuestros padres no creyeron posible consultar bibliotecas sin estar presentes en ellas. Vieron nacer la telefonía pero nunca imaginaron el mundo telecomunicado. El más allá sólo era una fantasía de niños. De la cocina a leña se pasó a la de gas, luego a la eléctrica, e inmediatamente al microondas. Ya hemos ingresado a la era de la cocina digital y a la telecocina. Pronto cocinaremos con lápices optrónicos o ya no será necesario. Estamos en la antecala de la telemedicina, la teletransportación y el teleentendimiento. En todo esto subyace un cambio de operaciones informacionales y procesos comunicacionales, tal como ha ocurrido en la banca, la educación, el arte o el esparcimiento: todo ha sido cambiado, inclusive nuestro encuentro y desencuentro con la información y la comunicación. De la dimensión tele como dominio espacial en la comunicación pronto ingresaremos a la dimensión post como dominio temporal. Cambiará la dirección de la comunicación.

En pocos años la humanidad pasó de desplazarse en animales a viajar en aviones, pasó de la localidad a la globalidad, del libro al computador. Ingresó al mundo de la información y la comunicación, su nueva cultura, una dimensión que hace pocos años era increíble porque estaba en el más allá. En pocos años la frecuencia y el impacto de los cambios informacionales y comunicacionales lanzó a la humanidad a un nuevo horizonte. Nos revela una nueva clase de saber y de poder y de ser (Drummond, 1992; Páez, 1992; Senge, 1992; Sowell, 1987; Toffler, 1991) centrado en la comunicación.

También en pocos años la información y la comunicación permitieron cambiar la relación de tiempo-espacio y hasta el sentido histórico. Guerras y crímenes pasaron a ser un gran show de TV. Con el CD podemos tener todos los museos en casa y nos permite

interactuar con historias que antes eran cerradas. La realidad virtual nos permite jugar con lo que aún no es (Livet, 1994; Magnenat y Thalmann, 1994; Maldonado, 1992). Lo que antes parecía lejano ahora parece más cercano gracias a las comunicaciones, y paradójicamente, más distante. La convergencia es una ilusión de la divergencia y viceversa. Nos expandimos y nos comprimimos al mismo tiempo. Nos encontramos y nos desencontramos, nos descubrimos y nos ocultamos. Mas allá de la comunicación hay una nueva dirección.

Este avance implica un desplazamiento en las fronteras conceptuales de la comunicación haciéndolo cada vez más complejo. ¿Qué tendremos después de la comunicación total? Las nuevas han capturado la nueva ilusión pero no hay motivo para no pensar que pronto nos desilusionarán. Estamos nuevamente buscando más allá de la comunicación, moviéndonos hacia la postcomunicación.

En pocos años ha cambiado el drama del hombre ante la historia. El mundo y la historia implosionan hacia el hombre y el hombre explosiona hacia el mundo y la historia. Espacio y tiempo ya no significan exactamente lo mismo si miramos hacia el futuro comunicacional (Boudrillard, 1992; Gaudin, 1988) ¿Puede la comunicación estar cambiando la idea de la historia y del hombre? ¿acaso estaremos en el futuro más comunicados? Si no es así ¿cómo corregir el rumbo? ¿hacia dónde se dirige la comunicación, cualquiera que esta sea? ¿habrá límites para la comunicación? ¿estaremos llegando al final de la historia comunicacional o estaremos apenas comenzando? ¿será circular la historia que antes era lineal? ¿será redondo lo que antes era plano? ¿será comprensible y comunicable lo que antes no lo era? Nuestro entendimiento de la comunicación ha cambiado nuestra relación con el mundo: vamos de un mundo incomunicado a un mundo comunicado y de un mundo comunicado a uno descomunicado. Parte del drama del gran cambio es que la fantasía y la ficción se han hecho realidad y la realidad se ha tornado una película acelerada, como una fantasía a veces no aceptada (Baodrillard, 1992). El más allá comunicacional parece estar ahora cada vez más cerca, y, paradójicamente, la realidad más distante.

La ciencia pareciera estar atrapada en unos límites que le impiden ver más allá del cambio que está dispuesta a aceptar (Bofill et al, 1976; Kant, 1990; Kuhn, 1978, 1992; Morin, 1966), olvidando que lo cierto sólo lo es en un instante, que vivimos una dinámica caótica (Balandier, 1989) donde nada es estable. Los cambios en el campo de la comunicación pueden estar evidenciando un déficit conceptual para la propia ciencia si se desea ver sobre los horizontes que anuncia el Siglo XXI.

Las comunicaciones nos llevan al mundo de las posibilidades inimaginables: más comunicaciones sobre otras, cruces de dimensiones comunicacionales cada vez más complejos, nuevas comunicaciones, megacomunicaciones, hipercomunicaciones, transcomunicaciones, etc. Un nuevo orden que por entrópico y caótico, parece difícil interpretar y explicar con la actual racionalidad (Denet, 1995; Gluckman, 1988; Habermas, 1991; Husserl, 1992). Un mundo transcomunicado pero a la vez perseguido por la incomunicación y la descomunicación (Castilla del Pino, 1975, 1977).

El Impacto de la Información y la Comunicación

La información y la comunicación han pasado de ser un recurso a ser el eje de las transformaciones (Andreu et al, 1991; Drummond, 1992; Feingenbaum, 1983). Muchos aún no ven este papel preponderante (Johansen et al 1993; Itami, 1991; Toffler, 1991). El desarrollo comunicacional nos empuja hacia un horizonte para el que aún no tenemos mapas precisos: no sabemos hacia dónde vamos, no sabemos qué pasará mañana, al menos con los esquemas actuales. ¿Puede alguien decir con exactitud cómo será la película comunicacional en el 2100 o acaso en el 2003?. El impacto está siendo tal que resulta difícil ponernos de acuerdo en lo que entendemos como información y comunicación. Impera una perspectiva científica monodisciplinaria y sindicalizada que comienza a ser bombardeada por las comunicaciones y por el replanteamiento de los límites mismos de las ciencias.

El principal impacto de las comunicaciones está en la dinamización del cambio (Drucker, 1994; Toffler, 1991, 1995). Cambios en el mundo social, empresarial, en el hogar, en las órbitas personales. Nunca antes habíamos estado tan impactados por el mundo comunicacional. Es el desarrollo de la comunicación lo que nos lanza a la globalización y lo que reivindica la particularización en la diversidad, lo que nos individualiza en lo masificado, lo que fomenta el entendimiento humano y social y lo que estructura el nuevo orden de saber y poder, de ser y estar.

Gracias al desarrollo de la comunicación nos hemos movido del ejercicio de la fuerza hacia el entendimiento humano (Meuler, 1988; Rojas-Vera et al, 1995), de la imposición a la negociación (Fisher y Ury, 1985), de la ignorancia al saber creciente (Páez, 1992). Hay un gran impacto que nos mueve desde lo pragmático hacia lo intangible (Baudrillard, 1978; Gaudin, 1988; Itami, 1991; Livet, 1994; Maldonado, 1992). Tantas cosas cambian que resulta difícil entenderlo y aceptarlo, o interpretarlo.

Los Cambios de Mundos

El impacto de la comunicación nos ha permitido recomprender el mundo aunque no sabemos si en sentido correcto (Gaudin, 1988; Kuhn, 1992; Llano, 1994; Rojas-Vera et al, 1995; Sowell, 1987). Mezclar pasado y futuro como el aquí y el allá. Vivimos entre campesinos, industriales e informacionicos, entre precomunicacionales, comunicacionales y postcomunicacionales. Sabemos que la comunicación está cambiando al mundo pero la cuestión más que tecnológica es ideológica.

El paso del mundo agrario al industrial (Toffler, 1980) ofreció una nueva opción de vida comunicacional a la humanidad y dejó un primer déficit para entender la nueva sociedad. Fue un cambio comunicacional para la humanidad y con ello el reto de un nuevo proyecto social. Pero no habíamos terminado esta parte de la historia cuando ingresamos a la sociedad de la información, lo que ha planteado una tercera opción de vida comunicacional y un nuevo déficit conceptual mayor para interpretar y comprender los cambios. Si en las últimas décadas los cambios tecnológicos y comunicacionales han sido drásticos, más lo están siendo en los últimos días.

La dinámica del mundo comunicacional nos permite cambiar de mundos, evolucionar

del agrario e ingresar al informacional, o luego regresar al industrial o al agrario por voluntad o por incapacidad, regresar o ser regresados. En realidad podemos vivir entre los tres mundos sin enterarnos de los cambios (Baudrillard, 1994; Gluckman, 1988; Habermas, 1991; Rojas-Vera, et al, 1995; Toffler, 1995). Podemos carecer de información y conocimientos para entender los cambios de mundo (Drucker, 1994). Lo mismo sucederá entre estos y el mundo postcomunicacional. Podremos ingresar al mundo postcomunicacional, permanecer en él o regresar a los anteriores bien sea por voluntad o por incapacidad, podremos ser aceptados o rechazados. Quedar postcomunicados o descomunicados de la noche a la mañana.

Muchas personas que interactúan con novedosa tecnología informática aún viven bajo la mentalidad humana y social de la época agraria. Han cambiado de tecnologías pero no han evolucionado en las bondades de la comunicación humana y social.

El avance de la comunicación nos permite cambiar de mundos. Ahora viajan en el mismo autobús los prehistóricos trogloditas y los informacionicos, los comunicados y los neoincomunicados. Podemos ahora cambiar de mundos, ingresar al mundo global y dentro de él navegar en lo intangible sobre rutas a la medida. Lo local se hace mundial y lo global doméstico. El mundo se nos puede presentar según nuestras propias necesidades y aspiraciones, una diversidad infinita antes inimaginable. De la televisión hemos ingresado a la multitelevisión, megatelevisión e intertelevisión. De la masificación industrial ingresamos a los mundos particularizados. Están muriendo los *mass media* de la era industrial, su cultura y su modelo comunicacional. Comienza a reinar un nuevo orden comunicacional. El acceso al futuro comunicacional antes estaba más cerca de lo ficcional, ahora está más cerca de lo real y racional (Maldonado, 1992; Morin, 1966; Gaudin, 1988; Murakami, et al 1993). Hoy podemos estar más cerca de la postcomunicación de lo que creemos. Algunas Facultades de Ciencias de la Comunicación parecen miopes ante las nuevas posibilidades postcomunicacionales. Percieran estar atrapadas en esquemas de adiestramiento técnico o en viejos modelos de interpretación que poco servirán para el Siglo XXI.

Hace apenas pocos años comenzamos a ver imágenes reales del pasado, dentro de poco ingresaremos al futuro tal como hemos ingresado a la globalización, a ver lo que aún no ha sido (Livet, 1994; Magnenat, 1994; Maldonado, 1992; Baudrillard, 1992). La posibilidad de una postcomunicación nos permite una reinención del mundo. No hay garantías científica de que el futuro se parezca al presente, entonces científicamente la comunicación dará paso a la Postcomunicación.

El mundo postcomunicacional buscará acortar la distancia comunicativa y potenciar el entendimiento entre personas, grupos humanos, o cualquier otro tipo de entidades. Adquirirá tal potencia el pensamiento que el medio tenderá a desaparecer en su desesperado camino por hacerse intangible, lo que ya estamos viendo con la miniaturización. Pero no es fácil interpretar, comprender y aceptar la nuevas realidades sencillamente porque no son tangibles. No podemos demostrar lo que aún no ha sido: esa es una vieja regla de la ciencia.

La comunicación ha transformado el negocio bancario a la medicina, la educación, el aprendizaje, el arte y la cultura, el deporte y el esparcimiento. La potenciación de la comunicación es la nueva clave para el Siglo XXI (Murakami et al, 1993). La

transformación expulsa a las personas fuera de las fronteras del conocimiento sindicalizado con lo que pueden estar muriendo muchas profesiones. Se están transformando los límites disciplinarios (Barker, 1994; Bostrom, 1992). La virtualidad puede ser sólo la punta del iceberg.

Muchos estilos de la actividad científica actual se convertirán pronto en prehistóricos si no sufren una reconversión comunicacional. Serán desechos tóxicos como sentencia Baudrillard (1992: 46): "Los residuos históricos e intelectuales representa un problema mucho más grave aun que los residuos industriales." La inversión en sistemas de producción de saber y de comunicación como principal fuente de riqueza (Feingenbaum, 1988; Páez, 1992) podrá modificar los conceptos de las profesiones del Siglo XXI. Esto sacudirá a las empresas, organizaciones y universidades.

Dos retos destacan para el mundo postcomunicacional: 1) la reinversión de muchas entidades, como la sociedad, la empresa, la educación o la comunicación; y, 2) la corrección del rumbo para recuperar y garantizar la dignidad del hombre. No podremos avanzar hacia la postcomunicación en el Siglo XXI con estos saldos negativos.

Del Mundo Virtual a la Postcomunicación

El camino hacia la postcomunicación nos trae muchas verdades y dudas: la instantaneidad y fugacidad de la verdad, la incertidumbre de la razón, la preponderancia de lo intangible, el mundo de la virtualidad, la reversibilidad del tiempo, la contracción del espacio, límites imprecisos para el conocimiento, búsquedas sin fronteras para un mundo nuevo, navegantes del conocimiento más allá de una disciplina; la explosión de la comunicación y del conocimiento. También nos trae el reconocimiento de que nunca antes la humanidad había acumulado tantos fracasos en tan corto tiempo. Nunca antes tantas cosas juntas habían mostrado tanta crisis y nunca antes la humanidad había tenido tanta necesidad de esperanzas. Nunca antes tiempo y espacio habían sido paradójicamente tan convergentes y divergentes. Nunca antes habíamos estado en tanto peligro por la sin razón de la razón o por la razón de la sin razón. Tal vez debamos reaprender a comunicarnos e inventar las reglas del juego de la postcomunicación. Puede ser la discusión de la crisis de la modernidad y la reflexión sobre la postmodernidad (Ballesteros, 1989; Calhoun, 1992; Derrida, 1975, 1989; Foucault, 1978, 1984, 1986; Gargani, 1979; Guiddens, 1991, 1992; Habermas, 1982, 1985, 1988, 1991; Lyotard, 1987, 1988; Morin, 1976, 1977, 1984; Sholar, 1984; Touraine, 1993). Los nuevos mundos puede que sean principalmente imaginarios (Baudrillard, 1978; Livet, 1994; Magnenat, 1994), puede que sean sólo una posibilidad intelectual.

Entre las fuerzas que nos empujan hacia la postcomunicación destacan la sinápsis, la virtualidad, las interacciones entre lo real y la ficción, y los metamedios de información. En este mundo de la virtualidad, de la interactividad y de las autopistas de la información, muchas cosas se debaten entre la ficción y la realidad. Muchas organizaciones, como bibliotecas, empresas y universidades, pueden ser ahora virtuales con lo que se inicia la muerte de la organización real industrial y preinformacional. Con el ingreso a la virtualidad va muriendo el entendimiento de la comunicación previrtual: cambian los sujetos y los entornos, y la historia. Pero si estamos ante el mundo de la virtualidad no hay razón para no pensar en una comunicación virtual que podría ser la pista de la

postcomunicación para la que deberán ser creadas nuevas interpretaciones y explicaciones teóricas.

Podemos percatarnos del cambio tecnológico pero no es tan fácil percatarse del cambio intelectual respecto del fenómeno comunicacional con lo virtual o lo postcomunicacional. Sólo vemos el cambio que deseamos aceptar. No nos damos cuenta que hoy información y comunicación no significan lo mismo que diez años atrás. No podemos imaginar que la sociedad de la información morirá pronto y dará paso a un nuevo paradigma.

Será necesario desarrollar estudios sobre la postcomunicación ¿Qué estamos haciendo en esta ruta? ¿por dónde encaminar la búsqueda? ¿cuál es el peso que nos aferra a viejos modelos de comunicación ¿qué tipo de joint venture epistemológica podemos emprender? ¿qué atención prestan las Facultades de Comunicación a esta tendencia? ¿cómo comunicar los mundos reales y virtuales?

La nueva sociedad postcomunicacional puede ser tan inimaginable como lo era la sociedad de la información para el campesino o para el mecánico de comienzos de siglo. No sabemos si se trata del comienzo del fin, de la virtualidad del mundo y de la vida, la metainformación, la metacomunicación, o los transmundos. Ni siquiera sabemos si ese mundo será en el futuro porque siendo reversible el tiempo y virtual la realidad podremos estar en cualquier lugar incierto o irreal, sin ser tal viaje, algo más que información sobre la misma virtualidad. Pudiéramos estar ya en la dimensión Postcomunicación aún sin darnos cuenta convirtiendo la utopía en eutopía. Pudiéramos estar invirtiendo el sentido de la Dirección de la Comunicación.

El cine y la TV ya nos han colocado virtualmente en el pasado y futuro, en el aquí y el allá al mismo tiempo. Ahora nos colocaremos realmente en el mundo virtual o metareal donde espacio y tiempo tendrán otra lectura, o también nos colocaremos virtualmente en el mundo real. ¿Cómo entender lo que la ciencia aún no puede colocar a comprobación? ¿será la nueva racionalidad postcomunicacional realmente racional o será sólo una virtualidad de la racionalidad comunicacional? ¿cómo explicar lo que aún no podemos conocer más allá de la información? ¿puede la ciencia de la comunicación actual aceptar su muerte y dar paso a una nueva ciencia postcomunicacional? Estamos ante una nueva brecha y un nuevo déficit conceptual.

La Postcomunicación es una teoría como lo es el futuro o el pasado, podemos creer o no creer. Pensar que es una fantasía o una ilusión. Hace pocos siglos se juraba que el mundo no era redondo, hace apenas un siglo no había ciencias de la comunicación, tampoco había TV, ni telefonía ni automóviles: sencillamente eran visiones teóricas del más allá. No había cultura de la comunicación. Estábamos más cerca del pasado que del futuro. Hoy estamos más cerca del futuro pues el pasado se ha hecho lejano. Puede que toda la racionalidad científica de la comunicación sea insuficiente para ayudarnos a entender la postcomunicación.

El Drama del Déficit Conceptual

El surgimiento del déficit conceptual aparece conjuntamente con la paradoja de la desilusión y la esperanza en torno a la comunicación. Las cosas no han salido como se esperaban. Se pasa de la comunicación esperanzadora a resultantes zonas incomunicadas o descomunicadas, o sencillamente a querer más comunicación por falta de comunicación.

La evolución de los mundos hacia el postcomunicacional nos deja tantas dudas pendientes: ¿cómo se transformará el hombre agrario en las próximas décadas? ¿cuántas barreras podrá colocar el pensamiento industrial al informacional y estos al postcomunicacional? ¿cómo abrir camino con el pensamiento postcomunicacional? ¿podremos abordar la comprensión de la sociedad postcomunicacional, sus retos y oportunidades, desde la actual ciencia rígida y dura? ¿podremos comprender lo que pueda venir con el Siglo XXI? Tenemos un gran déficit conceptual y teórico para entender la nueva posibilidad. A pesar de los cambios vertiginosos, el progreso sigue en deuda con la comunicación y el entendimiento. La sociedad preinformacional reduce el tema de sociedad de la información a sociedad informatizada precisamente por haber un déficit conceptual. El mismo peligro se corre al reducir la idea de la postcomunicación a una comunicación supertecnificada, massmoderna o simplemente hiperinformatizada.

A pesar de que la distancia temporal entre la sociedad de la información y la industrial fue menor que entre esta última y la agraria, la brecha cultural y epistemológica que nos anuncia la postcomunicación será mayor. Una nueva sociedad postcomunicacional aparecerá en menos de la mitad del tiempo que separa a la sociedad de la información de la sociedad industrial. El hombre estará más lejos del mundo informacional que éste del industrial. Tal vez sea la era de las comunicaciones intangibles, de las posibilidades de la comunicación total que nada tiene que ver con la comunicación crematística.

Superada o resuelta la dimensión tecnológica de la información y la comunicación y adentrándonos en el horizonte de la postcomunicación ¿cuál será el centro del nuevo logos y el nuevo ethos? ¿cuál el centro de la nueva sociedad, y cuáles los retos de la humanidad? Tal vez una nueva ilusión, una utopía metavirtual por ser virtual el mundo y el saber. Solventar este déficit puede ser el gran reto de los científicos de la comunicación.

La brecha para comprender lo que debemos afrontar parece mayor que las anteriores. ¿Cómo aproximarnos a la sociedad postcomunicacional que no sabemos inclusive si será realmente postinformacional, metainformacional, metacomunicacional, megacomunicacional, hipercomunicacional, o inclusive simplemente si será posible por el camino que vamos? ¿acaso podremos imaginarla o comprenderla con la racionalidad aún incomprendida de la misma sociedad de la información? Si explicar a la sociedad de la información bajo conceptos industriales ha sido un error por el riesgo del reduccionismo técnico, tanto más lo será buscar la explicación de la sociedad postcomunicacional bajo los conceptos de la misma sociedad de la información (Murakami et al, 1993; Moustakas, 1990; Sowell, 1987). El advenimiento de la postcomunicación no coincidirá con el cambio de siglo pero si será característico de esta transición como la comunicación ha sido tópica del siglo XX, la gran ilusión del Siglo XX. Lo terrible del drama es que ya estamos dentro de ella.

Muchos dirán que la postcomunicación no es posible, que es la frontera de la ciencia-ficción. ¿Acaso la ciencia tiene fronteras? ¿Acaso la virtualidad no viene de la ficción y es hoy una irrefutable realidad científica? Ya tenemos hipermercados virtuales de información y conocimientos, ya se compra con dinero virtual, pronto apostaremos información en la bolsa informacional. Pronto seremos teletransportados, teleentendidos, postcomunicados.

Pronto tendremos chips de alta tecnología de comunicación transplantados en nuestro cerebro para facilitar las comunicaciones en dimensiones aún no imaginadas, pero inmediatamente esto ya no será necesario, pues la tecnología de la información será cada vez tan *light* que pronto ya se tornará intangible. Será entonces cuando se supere la sinergia altas tecnologías con comunicación intangible. Será entonces cuando ingresemos a la dimensión de la postcomunicación.

La postcomunicación podría ser la clave del entendimiento instantáneo, de la convergencia sobre la diversidad, del pensamiento y saber infinito. El hombre más cerca del hombre que es en realidad lo que buscamos con la comunicación, si es que antes no cambia el guión y el drama de la película.

¿Cuáles serán las ideas maestras de la sociedad postcomunicacional? ¿Tendrá rutas modélicas? Muchas macroteorías, ideologías, mitos, muros políticos y gobiernos se están derrumbando con lo que se plantea la necesidad de nuevas ideas o teorías. No hay seguridad de que la actual comunicación reduzca las desigualdades e injusticias. El desarrollo de la postcomunicación, sin embargo, puede alimentar la comunidad de pensamientos, el entendimiento y la convivencia. Necesitamos saber y comunicar más para decidir mejor los caminos sobre los mapas de la vida.

Todo el avance hacia la Postcomunicación nos deja deudas: 1) tener más conocimientos pero no tener suficiente conocimiento, 2) tener mayor comunicación pero estar más incomunicados y descomunicados, 3) no haber superado la intolerancia de la diferencia, 4) contradicción entre el pensamiento global y el puntual, y, 5) el rigor y el poder de la mentira y la hipocresía. No estamos seguros que el conocimiento y la actual comunicación nos tengan encausados por el camino correcto. La humanidad no está donde realmente hubiera deseado estar. Gran parte del avance de la ciencia se puede volver en contra del hombre. Lejos de encontrar el bienestar prometido estamos siendo sorprendidos por la desilusión y la desesperanza, por el peligro inminente, por la incomunicación y la descomunicación. Nuestra comunicación y entendimiento son deficitarios. ¿Estaremos más perdidos en la diversidad? ¿habrá una curvatura en la búsqueda del conocimiento para reencontrarnos? ¿cómo mantener la compartición del conocimiento para reducir las desigualdades y las injusticias? No sabemos si el futuro postcomunicacional será real, intangible, virtual, una utopía más o, sencillamente, no lo será. Lo que si resulta evidente es la urgencia intelectual para solventar el déficit conceptual si deseamos ampliar nuestro horizonte de entendimiento, nuestra comunicación y nuestra trascendencia. El gran problema de la humanidad en los próximos años será saldar el déficit conceptual y comunicacional para reencontrar al hombre antes de que sea tarde.

La cuestión de la postcomunicación es de naturaleza filosófica y no de reingeniería: nuevas ideas para las nuevas posibilidades. Es posible que la principal barrera del Postcomunicación sea la misma comunicación pragmatizada, sindicalizada; pero

sabemos, también que la principal oportunidad del hombre del Siglo XXI puede estar en la Postcomunicación, en el entendimiento más allá de los límites actuales.

Agenda Pendiente

La Postcomunicación se formula como una teoría posible abierta a la libre interpretación más que a su comprobación. En este trabajo no hemos pretendido probar hipótesis alguna pero sí interpretar un conjunto de signos y dejar preguntas y reflexiones para continuar el camino. Sólo sabemos que los nuevos horizontes comunicacionales no se parecerán a los actuales, que podemos creer o no en una posible postcomunicación. Sabemos que el cambio acelerado del mundo, tecnológico y cultural, de las comunicaciones, nos lanza a la esperanza y la desilusión creciente, y nos deja un gran déficit conceptual para entender los cambios. Sabemos que la nueva postcomunicación que caracterizará al Siglo XXI curvará la dirección de todo.

Será necesario visionar el futuro. Será necesario que las ciencias de la comunicación vean las posibilidades más allá de los actuales fronteras. Todo el avance de la tecnología de la comunicación no ha logrado evidenciar un mejor entendimiento en la comunicación humana. Es la paradoja del éxito y el fracaso. Queda la necesidad del más allá de la comunicación. Queda una gran zona fuera de la comunicación humana por explorar, queda la necesidad de entendernos en esas zonas de no comunicación para superar la incomunicación y descomunicación a que nos lanza la comunicación. Tal vez el mayor de los retos sea desaprender la comunicación y aprender a comunicarnos, en cualquier dimensión posible. Queda aún la posibilidad de la Postcomunicación.

Referencias Bibliográficas

01. Abdel-Malek, Anouvar et al. Recop (1982) **Science and Technology in the Transformation of the world**, The United Nation University Press, Tokio
02. Ackoff, Russell (1993) **Rediseñando el Futuro**, Limusa, Noriega Edit. México
03. Anderson, James (1987) **Communication Research: Issues and Methods**, McGraw Hill, N.Y.
04. Andreu, R., et. al. (1991) **Estrategia y Sistemas de Información**, McGraw Hill, Barcelona
05. Assoun, Paul-Laurent (1992) "**Metapsicologie et Theorie de la Communication: Freud versus Habermas**" *Communication & Cognition* 25 (1) 11-28.
06. Balandier, G. (1989) **El Desorden y la Teoría del Caos**, Gedisa, Barcelona
07. Ballesteros, Jesus (1989) **Posmodernidad: decadencia o resistencia**, Tecnos, Madrid
08. Barker, James (1994) "**The Concept and the Practice of Discipline in Contemporary Organization Life**", *Communication Monographs*, 61 (1) 19-43
09. Baudrillard, Jean (1978) **Cultura y Simulacro**, Kairos, Barcelona
10. Baudrillard, Jean (1980) **El Espejo de la Producción**, Gedisa, Barcelona
11. Baudrillard, Jean (1992) **La Ilusión del Fin**, Anagrama, Barcelona
12. Baudrillard, Jean (1994) **Las Estrategias Fatales**, Anagrama, Barcelona
13. Bofill, J. et. al (1976) **Epistemología de la Comunicación**, Torres Edic. Valencia
14. Bostrom, Robert y Lewis Donohew (1992) "**The Case for Empiricism: Clarifying Fundamental Issues in Communication Theory**" *Communication Monographs* 59 (2) 109-129
15. Calhoun, Craig. edit. (1992) **Habermas and the Public Sphere**, MIT Press
16. Cashdam, Asher y Martín Jordin (1987) **Studies in Communication**, Basil B. Pub, Oxford , U.K.
17. Castilla del Pino, Carlos (1975) **El Humanismo Imposible**, Taurus, Madrid
18. Castilla del Pino, Carlos (1977) **La Incomunicación** Península, Barcelona
19. Chomsky, Noam (1992) **Crónicas de la Discrepancia**, Visor Edit., Valencia
20. Del Rey, Francisco (1989) **Epistemología de la Información**, Fragua, Madrid
21. Dennet, Daniel (1995) **La Conciencia Expandida**, Paidós, Barcelona
22. Derrida, Jacques (1975) **La Diseminación**, Fundamentos, Barcelona
23. Derrida, Jacques (1989) **¿Cómo no Hablar? y otros textos**, Anthropos, Barcelona
24. Drucker, Peter (1993) **La Sociedad Post-Capitalista**, Norma Edit. Bogotá
25. Drucker, Peter (1994) "**The Age of Social Transformation**" *The Atlantic Monthly*, 5 (247) 53-80
26. Drummond, Helga (1992) **Cómo Crear y Usar el Poder**, Legis, Bogotá
27. Erickson (1989) **La Tercera Generación de I+D**, McGraw Hill, Madrid
28. Eres, Barouch (1988) «2010: Opciones e incertidumbres tecnológicas» en **Estudios del Siglo XXI**, de Barney,G., y A. Alonso (Compiladores), Limusa,
29. Feigenbaum, E. y P. McCorduck (1983) **La Quinta Generación**, Planeta, Barcelona
30. Fisher, R., y W. Ury (1985) **El Arte de Negociar sin Ceder**, Cecsá, México
31. Foucault, Michel (1978) **Microfísica del Poder**, Edic. de la Piqueta, Madrid
32. Foucault, Michel (1984) **La Arqueología del Saber**, Siglo XXI, Madrid
33. Foucault, Michel (1986) **La Crisis de la Razón**, Universidad de Murcia
34. Fulk, Janet y Brian Boyd (1991) «**Emerging Theories of Communication in Organization**», *Journal of Management*, 17 (2) 407-446

35. Gaudin, Thierry (1988) **Les Métamorphosis du Future**, Économica Edit. Paris
36. Gargani, Aldo (1979) **Crisis de la Razón**, Siglo XXI, México
37. Gluckman, André (1988) **La Estupidez**, Península, Barcelona
38. Guiddens, Anthony (1991) **Modernity and Self-Identity**, Polity Press Oxford, U.K.
39. Guiddens, Anthony (1992) **The Consequences of Modernity**, Polity Press, Oxford, U.K.
40. Habermas, Jürgen (1982) **Conocimiento e Interés**, Taurus, Madrid
41. Habermas, Jürgen (1985) «La Posmodernidad, un Proyecto Incompleto», en **La Posmodernidad**, selección de Hall Foster, Edit. Kairos, Barcelona.
42. Habermas, Jürgen (1988) **Pensamiento Postmetafísico**, Taurus, Madrid
43. Habermas, Jürgen (1991) **Conciencia Moral y Acción Comunicativa**, Península, Barcelona
44. Hazen, Robert y James Trefil (1994) **Temas Científicos**, Plaza y Janes, Barcelona
45. Heath, R. y J. Brynt (1992) **Human Communication Theory and Research**, Laurence, London
46. Hecht, Michael (1993) "2002 a Research Odyssey: toward the Development of a Communication Theory of Identity", *Communication Monographs*, 60 (1) 76 - 82
47. Husserl, Edmund (1992) **La Crisis de las Ciencias**, Critica Coop., Barcelona
48. Itami, Hiroyuki (1991) **Mobilizing Invisible Assets**, Harvard Press. Bostom
49. Jeffcutt, Paul (1994) "The Interpretation of Organization: a Contemporary Analysis and Critique", *Journal of Management Studies*, 31 (2) 225-250
50. Kant, Emmanuel (1990) **Crítica de la Razón Pura. ¿Qué es la Ilustración?** UdV, España
51. Kuhn, Tomas (1978) **Pensamientos sobre Paradigmas**, Tecnos, Madrid
52. Kuhn, Tomas (1992) **The Structure of Scientific Revolution**, Chicago Press
53. Livet, Pierre (1994) **La Communauté Virtuelle**, Edic. L'Éclat, Paris
54. Llano, Carlos (1994) **El Postmodernismo en la Empresa**, McGraw Hill, México
55. Lyotard, Jean-Françoise (1986) **La Condición Postmoderna**, Edic. Cátedra, Barcelona
56. Lyotard, Jean-Françoise (1987) **La Postmodernidad**, Gedisa, Barcelona
57. Magnenat, N. y D. Thalmann (1994) **Artificial Life and Virtual Reality**, J. Wiley Ed. Sussex, England
58. Maldonado, Tomas (1992) **Lo Real y lo Virtual** Gedisa, Barcelona
59. Meulier, Herard (1988) "El Arte del Acompañamiento: Una Contribución a la Formación de Adultos", *Rev Educación*, Inst. Tübingen, Alemania, 39, 38-53
60. Morin, Edgar (1966) **El Espíritu del Tiempo**, Taurus Madrid
61. Morin, Edgar (1977) **El Método (I, II, y III)**, Edic. Cátedra, Madrid
62. Morin, Edgar (1984) **Ciencia con Conciencia**, Anthropos, Barcelona
63. Moustakas, Clark (1990) **Heuristic Research**, Sage Pub., Calif.
64. Murakami T., et. al. (1993) **Estrategia para la Creación**, Nomura Research Institute & Panorama, México
65. Nelson, Jack A. et al. (1994) **The Disable, The Media, and the Information Age**, Greenwood Press, Connecticut
66. Pérez U. Iraset (1992) **Gestión de la Inteligencia, Aprendizaje Tecnológico y Modernización del Trabajo Informacional**, IDESCO, USB, Caracas
67. Peters, T., y R. Waterman, (1982) **In Search of Excellence**, Harper and Row, N.Y.
68. Popcorn, Faith (1993) **Lo que Vendrá**, Barcelona, España
69. Rodríguez, Enríquez (1994) «Educación, Ecología y Tecnología: una necesidad

- de Homeostásis para la existencia del hombre»,** en Revista de Estudios Avanzados (Discurso Técnico, Ambiente y Postmodernidad) CIPOST-UCV.
70. Rojas Vera, Luis Rodolfo, et. al. (1995) **«Empresa y Postmodernismo: Reflexiones para el Estudio»** Revista de Estudios Avanzados, S/F, Centro de Investigaciones Postdoctorales (CIPOST) Universidad Central, Caracas.
 71. Senge, Peter (1992) **La Quinta Disciplina**, Granica Edit. Buenos Aires.
 72. Sharp, Nancy et al (1988) **Communication Research: The Challenge of Information Age**, Siracuse Press Univ., N.Y.
 73. Sholar, Sylvia (1994) **“Habermas, Marx and Gramsci: Investigating the Public Sphere in Organizational Communication and Public Relation Courses”** Journal of Communication Inquiry, 18 (2) 77-92
 74. Sorenson, Ritch et al, (1990) **“A Profile of Communication Faculty Needs in Business Schools and Colleges”**, Communication Education Rev, 18, (2) 148-160
 75. Sowell, Thomas (1987) **Conflicto de Visiones**, Gedisa Edit. Barcelona
 76. Toffler, Alvin (1980) **La Tercera Ola**, Plaza y Janes, Barcelona
 77. Toffler, Alvin (1991) **El Cambio del Poder**, Plaza y Janes, Barcelona
 78. Toffler, Alvin (1994) **Las Guerras del Futuro**, Plaza y Janes, Barcelona
 79. Toffler, Alvin (1995) **La Empresa Flexible** Plaza y Janes, Barcelona
 80. Touraine, Alain (1993) **Crítica de la Modernidad**, Ediciones Temas de Hoy, S. A. España