

La modernidad de Mario Kaplún

EDUARDO CABALLERO ARDILA

En el marco de la celebración del centenario del nacimiento de Mario Kaplún, este artículo de reflexión evalúa la vigencia o falsación de los planteamientos y teorías de este autor. Se analizan a la luz de la transformación de las tecnologías de la comunicación, con énfasis en los nuevos medios, el desarrollo de las redes sociales, así como la reciente evolución de la inteligencia artificial.

LA MODERNIDAD DE KAPLÚN

El pensamiento y obra del Mario Kaplún (1923-1998), se encuentra centrado en la relación entre la comunicación y la educación, destacando su análisis relacionado a la democratización de la comunicación, la participación activa de la audiencia, la diversidad de voces, así como la necesidad de la educación para los medios. Sus ideas han dejado un legado significativo en el campo de la teoría de la comunicación y han influido en la comprensión contemporánea de la relación entre los medios y la sociedad.

La obra de este autor se desarrolló en un contexto nada parecido a la actualidad. Desde 1978 a 1985, Kaplún, fértil en su producción literaria, vive en una Venezuela de aproximadamente 15 millones de habitantes (INE 2014), marcada por un modernismo que proviene de la explotación petrolera. Su vida en el país la acompaña un férreo oligopolio televisivo controlado por dos grupos empresariales, que aunque compiten ferrocamente, acuerdan en una misma mesa denominada Servicios de Cobranza Televisiva C.A. (Ser-

cotel), precios, recursos humanos, cobranzas y hasta la distribución del mercado.

Esa situación oligopólica era similar en otros países de la región tal y como puede observarse en el cuadro 1.

Es en ese entorno que Kaplún analiza y denuncia a una industria que impone sus mensajes e intereses con una marcada *agenda setting*, denunciando a unos medios de comunicación que no considera medios de comunicación sino medios de información. Son medios que tal y como indica Geneviève Jaquinot (1996), educan; de buena o mala manera, pero siempre educan.

LOS MEDIOS QUE KAPLÚN NO CONOCIÓ

Tras el fallecimiento de Kaplún en 1998, la industria de los medios, así como la aparición de las redes sociales, y más recientemente la inteligencia artificial, han copado la escena audiovisual y educativa. Este autor vio nacer la web TV en 1993 con la primera transmisión en directo de

CUADRO 1

PAÍS	PRINCIPALES CANALES DE TELEVISIÓN	PRINCIPAL ACCIONISTA
Argentina	<i>Telefé</i>	ViacomCBS (anteriormente Telefónica)
	<i>Canal 13</i>	Grupo Clarín
Colombia	<i>RCN</i>	Grupo Ardila Lülle
	<i>Caracol</i>	Grupo Valorem (antes nombrados como Grupo Santo Domingo)
Uruguay	<i>Canal 4 (Monte Carlo TV)</i>	Grupo Romay
	<i>Canal 10</i>	Grupo Fontaina - De Feo
Brasil	<i>TV Globo</i>	Familia Marinho
	<i>SBT (Sistema Brasileiro de Televisão)</i>	Grupo Sílvio Santos
Méjico	<i>Televisa</i>	Emilio Azcárraga
	<i>TV Azteca</i>	Grupo Salinas
Perú	<i>América TV</i>	Grupo América
	<i>Panamericana Televisión</i>	Grupo Panamericana Televisión
Bolivia	<i>Red Unitel</i>	Grupo PAT/ familia Monasterio Añez
	<i>Bolivisión</i>	Albavisión
Ecuador	<i>Ecuavisa</i>	Familia Alvarado
	<i>Teleamazonas</i>	Grupo Teleamazonas
Chile	<i>TVN (Televisión Nacional de Chile)</i>	Televisión Estatal
	<i>Mega</i>	Grupo Mega Media
Venezuela	<i>RCTV</i>	Empresas 1BC (Familia Phelps)
	<i>Venevisión</i>	Grupo Cisneros

la historia “... a través de la red virtual *Mbone* (Multicast Backbone), donde se emitió un show del grupo musical *Severe Tire Damage*” (Grupo Educar 2022), posteriormente, casi a finales de los años noventa, se desarrolló la televisión por suscripción; indica Bisbal (2020) que, “... en 1996, surge DirecTV. Desde sus comienzos el negocio de la televisión por suscripción en Venezuela empieza a desarrollarse poco a poco, pero de manera sostenida”. La evolución continúa con la aparición de nuevas tecnologías “como la IPTV en el 2006” (Crespo 2016), así como la televisión digital terrestre (TDT), con múltiples fechas de desarrollo en el territorio americano, todas posteriores al año 2000.

En el caso de las redes sociales, el disparo de salida lo dio la red *classmate* en 1995.

Podemos recordar que el año 2003 nació LinkedIn, el 2004 vimos aparecer a Facebook y a Flickr, el 2005 hizo lo propio YouTube. En el 2006 apareció twitter, y en 2009 WhatsApp (que fue posteriormente comprada por Facebook en 2014). El año 2012 nació Pinterest y el 2016 fue lanzada Tik Tok. (Caballero Ardila 2023 – 2: p. 39).

Por otra parte, la inteligencia artificial tampoco estuvo en el radar atencional de Kaplún. A pesar de que los historiadores de la comunicación destacan los primeros avances en la década del año 60, no es sino hasta después de la pandemia de la Covid 19 cuando explota el fenómeno que actualmente crece a pasos agigantados.

LOS CAMBIOS EN LOS HÁBITOS DE LAS AUDIENCIAS EDUCATIVAS

El desarrollo de la tecnología, así como el impacto audiovisual, ha venido acompañado de modificaciones y transformaciones que Kaplún no vivió, principalmente las relacionadas al comportamiento de los hábitos, costumbres y hasta valores en las audiencias, principalmente el de las audiencias jóvenes en etapa de formación académica. Hernández Díaz (2023) destaca que: “... es fundamental comprender al estudiante en su integralidad humana, incluyendo el conocimiento de sus gustos, preferencias, interacción con los medios, cultura nacional y globalizada, exposición a los medios masivos e Internet, producción multimedia y lenguaje audiovisual”.

En este sentido Caballero Ardila (2023), destaca seis cambios principales que deben ser analizados y que tienen efecto en la apropiación de conocimientos de los alumnos en la modernidad, al punto de proponer que deben ser considerados *audiencias educativas*; esos cambios son: los hábitos multitarea, los hábitos multiplataforma, la inmediatez, la no linealidad, los efectos del consumo audiovisual y el corto poder atencional.

En referencia a este mismo tema, es importante destacar cómo la pandemia de la Covid 19 transformó el modelo educativo e impulsó la formación virtual en tres escenarios, los dos primeros considerados por Kaplún como exógenos.

El primero considerado un *sálvese quien pueda*, cuando los docentes, sin mayor preparación, se vieron obligados a apelar a cualquier recurso tecnológico posible para sostener la educación en la virtualidad. Esta fase se dio bajo el modelo transmisor-informativo propugnado por Kaplún y referido a una educación que se basa en la transmisión pura y simple de conocimientos desde el profesor hacia los alumnos, en este caso los alumnos domiciliados en la red. Una educación de una sola vía donde el papel de ambos estuvo marcado por la diferencia de castas entre el educador y el educando.

Posteriormente una segunda *ola tecnológica*, que aconteció cuando la mayoría de las instituciones lograron incorporar distintas plataformas educativas virtuales, pero sin formar a profesores ni alumnos para apropiarse de las competencias a través de ellas; hasta acá una educación bancaria como la denunciaba Freire (1972), donde el educador se limita solamente a depositar contenidos en la mente del estudiante; es una educación que pone énfasis en los efectos y que es analizada por Kaplún como modelo pedagógico conductista-persuasivo. Nuevamente Hernández Díaz (2023), indica que "... el educador en la pedagogía conductista utiliza la retroalimentación o en la respuesta automática del receptor-educando para constatar si el material instruccional ha logrado modificar su conducta".

Finalmente, una tercera ola, posterior a la tecnológica, que ha estado signada por el entendimiento de las audiencias educativas, con el objetivo de que "... educadores del siglo XX puedan formar a jóvenes del siglo XXI, eludiendo las

características de un sistema educativo del siglo XIX" (Monereo y Pozo, 2001). Este nuevo tipo de pedagogía es signada por Kaplún como dialógica y cooperativa. La marca personal de esta nueva fase endógena es la interacción y el conocimiento mutuo que permite una comunicación eficiente y eficaz. El educando es el centro del proceso cuando empieza a reflexionar con compañeros y profesores y tomar sus propias decisiones, aprendiendo a aprender.

El desarrollo de la tecnología, así como el impacto audiovisual, ha venido acompañado de modificaciones y transformaciones que Kaplún no vivió, principalmente las relacionadas al comportamiento de los hábitos, costumbres y hasta valores en las audiencias, principalmente el de las audiencias jóvenes en etapa de formación académica.

NUEVOS DESAFÍOS ÉTICOS PARA LOS PLANTEAMIENTOS DE KAPLÚN

Kaplún abogaba por la diversidad de voces en los medios de comunicación. Los avances tecnológicos posteriores a su fallecimiento lo han permitido. En las redes sociales, esta diversidad se ha expandido exponencialmente, permitiendo que una gama más amplia de perspectivas y voces sea escuchada. Con las redes nace una democratización de la información; los prosumidores llenan el poder atencional; sin embargo ¿dejó de existir la *agenda setting* o se desplazó hacia nuevos actores? ¿Es ahora más fiable la información?

Las nuevas tecnologías de la comunicación y la información pueden ser vistas desde una óptica positiva, que permite el desarrollo de comunidad y conocimiento; en esta línea se encuentran quienes destacan aspectos como el enriquecimiento del bagaje humano en áreas como la ciencia o el arte, ante la facilidad del acceso a la información, o incluso aspectos como el progreso en la producción de los videojuegos, que permiten el desarrollo del aprendizaje colaborativo. En la otra acera se encuentran quienes aler-

EN RECUERDO

tan el desarrollo desde las consecuencias alienantes del efecto de los mensajes que inciden en costumbres, hábitos y valores de la humanidad, o desde la tesis del ejercicio del biopoder destacado por Foucault para el control de poblaciones. Es una dicotomía permanente entre autores.

Con las redes nace una democratización de la información; los prosumidores plenán el poder atencional; sin embargo ¿dejó de existir la *agenda setting* o se desplazó hacia nuevos actores? ¿Es ahora más fiable la información?

Lo que han logrado las redes sociales en la comunicación, es salir de los monopolios parroquiales e imponer monopolios mundiales, que trasladan a audiencias prosumidoras la construcción de contenidos y los privilegian para su consumo sobre métricas, siempre que se hayan construido sobre el interés de los accionistas de las redes sociales y que sean atractivos a consumidores similares. La pureza del compartir de las redes sociales se empaña frente a los algoritmos que privilegian contenidos para cada tipo de audiencia.

Es en esta línea de pensamiento, que Kaplún (1995), aboga por una audiencia activa y participativa, quienes escapan al dilema engañoso que supone una mayor cantidad de participación, pero sin posibilidad de expresión. En otras palabras, una mayor cantidad de gente hablando, pero con una menor cantidad de participación que se encuentra limitada a agendas establecidas. El autor plantea la paradoja del desarrollo imparable de las tecnologías de la comunicación, orientadas hacia la opacidad de una comunicación entre individuos que no entienden hacia donde van en medio de tanta modernidad, al punto de compartir con Ignacio Ramonet, la visión paradójica de que, "... cuando alcancemos el óptimo de la información, habremos llegado al máximo de la desinformación" (Kaplún, 2006). Este último autor sugirió posteriormente la tesis de la era del darwinismo mediático, donde informarse cuesta y donde la desinformación puede estar erosionando a pasos agiganta-

dos los cimientos de las democracias (Ramonet, 2022).

Se ve entonces cómo Kaplún se une a otros pensadores que acogen la modernidad y el desarrollo de nuevos medios, solo cuando venga acompañado del desarrollo de un ser humano formado como consumidor responsable de los contenidos que recibe, contenidos cuyos valores pueden y deben ser construidos de manera apetecible sin tener que apelar a elementos tradicionales de captación como la violencia o el sexo. Kaplún (1995), afirma entonces, que cuando se plantea en los medios de comunicación la dicotomía entre lo educativo y lo exitoso, se está planteando un enfoque falso; en otras palabras, que la masividad no está reñida con un contenido que permita el desarrollo del individuo.

EN CONCLUSIÓN

Mario Kaplún propuso un enfoque que destaca la comunicación como un medio para empoderar a la ciudadanía y fomentar la participación activa. En el contexto actual, caracterizado por la omnipresencia de los medios digitales, resulta crucial examinar cómo las ideas de Kaplún se aplican a los nuevos desafíos planteados por la evolución de los medios, así como el desarrollo de las redes sociales y la inteligencia artificial.

Medios de comunicación: el pensamiento de Kaplún, enfocado en la comunicación como herramienta de empoderamiento y participación ciudadana, invita a estar atentos acerca de cómo los nuevos medios pueden amplificar o limitar la diversidad de voces y la accesibilidad a la información. La atención a estas dinámicas se torna imperativa para garantizar la equidad y la justicia en la sociedad.

Redes sociales: la preocupación del autor por la participación ciudadana y la construcción de una sociedad más justa, nos lleva a considerar cómo las redes sociales afectan la formación de opinión, la deliberación pública y la capacidad de la sociedad para abordar problemas colectivos. Estas interrogantes nos invitan a explorar la influencia de las plataformas digitales en la esfera pública y su papel en la configuración de la opinión ciudadana.

Inteligencia artificial: visto que Kaplún abogaba por una educación que promoviera el pensamiento crítico y la autonomía, su pensamiento convoca a interesarnos acerca de cómo la inteligencia artificial impacta la educación. Adicionalmente, a cuestionarnos sobre si se promueve un aprendizaje más personalizado o si por el contrario se presentan desafíos en términos de privacidad y control sobre la información. Es en este sentido que el autor podría enfrentarse a nuevos desafíos éticos relacionados con la automatización de la creación de contenido y la posible manipulación de la información, así como la necesidad de mantener la transparencia y la ética en la era de la inteligencia artificial.

En resumen, la vigencia del pensamiento de Mario Kaplún en la actualidad implica adaptaciones para abordar las dinámicas de las redes sociales y la inteligencia artificial. La participación activa de la audiencia, la diversidad de voces, los desafíos éticos en la inteligencia artificial y la colaboración ciudadana son aspectos que podrían enriquecer y modificar sus postulados teóricos en el contexto actual. La continua aplicación y reinterpretación de sus ideas constituyen un imperativo para mantener la vigencia y la pertinencia de su legado en la era contemporánea de los nuevos medios de comunicación.

EDUARDO CABALLERO ARDILA

Presidente en MEDIAX Gente de Medios y profesor de la Universidad Monteávila. Recientemente publicó el libro *Alfabetización mediática* (2023) de Ediciones y la Fundación Empresas Polar.

Referencias

BISBAL, M. (2020): “A propósito del apagón de Directv: la televisión de pago en Venezuela”. En: revista *Comunicación*. Estudios Venezolanos de la Comunicación. Nros. 190-191. Centro Gumilla. <https://biblioteca.gumilla.org/cgi-bin/koha/opac-retrieve-file.pl?id=4b09589f0c3ff7d-6fb1893ea8b1b9f48>

CABALLERO ARDILA, E. (2023): “Audiencias educativas: impacto del entorno mediático en la realidad virtual”. En: *AULA Revista de humanidades y ciencias sociales*, 68(2). Pp. 9–21. <https://doi.org/10.33413/aulahcs.2022.68i2.203>

CABALLERO ARDILA (2023-2): *Alfabetización mediática*. Ediciones y Fundación Empresas Polar. <https://bibliofep.fundacionempresaspolar.org/publicaciones/libros/alfabetizacion-mediatica/>

CRESPO, A. (2016): *Los servicios IPTV y cómo fue el origen de las tarifas convergentes*. Redes Z. Redes Zone. <https://www.redeszone.net/2016/12/31/los-servicios-iptv-fue-origen-las-tarifas-convergentes/>

BOREDNABE, J. (1976): *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Ponencia presentada en la reunión de consulta sobre la investigación para el desarrollo rural en Latinoamérica. Cali.

Grupo Educar. (2022): *Historia del streaming*. <https://www.grupoeducar.cl/revista/edicion-269/como-nacio-la-television-por-streaming/>

FREIRE, P. (1972): *Pedagogía del oprimido*. Buenos Aires: Tierra Nueva y Siglo XXI Argentina Editores.

HERNÁNDEZ DÍAZ, G. “Mario Kaplún: La verdadera comunicación no comienza hablando sino escuchando”. En: revista *Temas de Comunicación*. Revistas UCAB. <https://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/index.php/temas/article/view/6415>

JACQUINOT, Geneviève (1996): *La escuela frente a las pantallas*. Buenos Aires: Aique.

KAPLÚN, M. (1995): 1º Festival de Radioapasionados y Televisiónarios. Quito, Ecuador: Ciespal. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina. <https://www.youtube.com/watch?v=Q5OuY0heXWM>

KAPLÚN, M. (1998): *Una pedagogía de la comunicación*. Editorial. Ediciones de la Torre.

KAPLÚN, M. (2006): *Kaplún habla sobre nuevas tecnologías*. <https://www.youtube.com/watch?v=zucrwIkexsM>. Programa modular Nuevas tecnologías y educación UNED.

Instituto Nacional de Estadísticas (INE). (2014): XIV Censo nacional de población y vivienda. Resultados total nacional de la República Bolivariana de Venezuela. <http://www.ine.gov.ve/documentos/Demografia/CensodePoblacionyVivienda/pdf/nacional.pdf>

MONEREO, C.; POZO, J.I. (2001): “En qué siglo vive la escuela?”. En: *Cuadernos de Pedagogía*. N° 298, enero 2001. (Fragmentos). https://www.researchgate.net/publication/285427977_En_que_siglo_vive_la_escuela

RAMONET, I. (2022): *La era del conspiracionismo: Trump, el culto a la mentira y el asalto al Capitolio*. Clave intelectual.