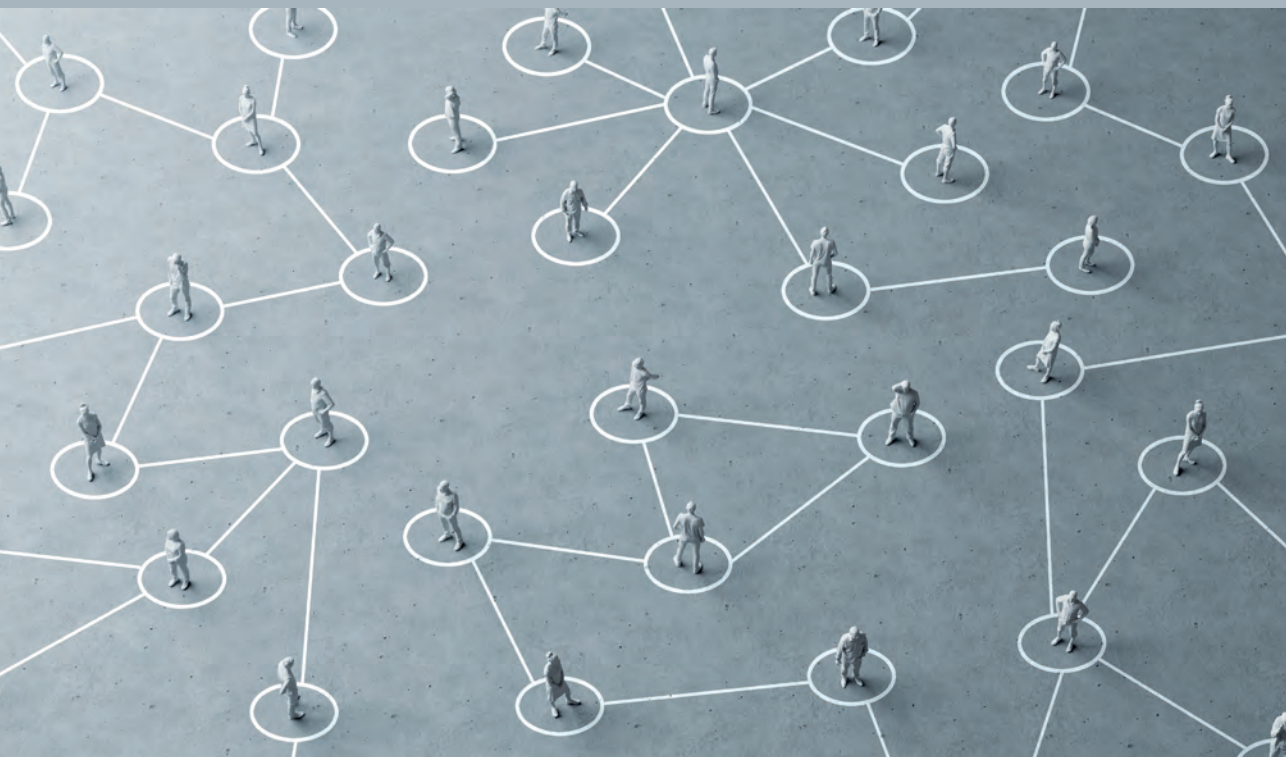


RED IBEROAMERICANA DE INVESTIGADORES,
ACADÉMICOS Y PRODUCTORES TRANSMEDIA



DIANA L. ÁLVAREZ-MACÍAS
DIANA ELISA GONZÁLEZ-CALDERÓN
CLAUDIO LOBETO

(Coords.)

IBEROAMÉRICA EN POSPANDEMIA: DIÁLOGOS DESDE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA

Iberoamérica en pospandemia: diálogos desde la comunicación y la cultura.

Diana L. Álvarez-Macías, Diana Elisa González-Calderón, Claudio Lobeto (coords.).

Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía, 2021. ISBN 978-84-7993-368-5. Enlace: <http://hdl.handle.net/10334/6087>

un
Universidad
Internacional
de Andalucía
A

CAPÍTULO 4

COMUNICACIÓN CONSCIENTE, TECNOLOGÍA Y PANDEMIA

DARCY VIRGINIA FERNÁNDEZ

Universidad Católica Cecilio Acosta. Venezuela
[darcyvirginia@gmail.com]

DARCY CASILLA

Universidad del Zulia. Venezuela
[darcycas@hotmail.com]

MIGUEL GONZÁLEZ TENIAS

Universidad Minuto de Dios. Colombia
[miguel.gonzalez-t@uniminuto.edu.co]

Introducción

A lo largo de la historia, los aportes teóricos, junto al desarrollo tecnológico y las prácticas sociales, reafirman que el proceso comunicativo es parte inherente a la naturaleza humana, y su acto comunicativo ha ido evolucionando en diversidad y complejidad; sin embargo, con frecuencia se le suele ver como una acción muy ingenua, que realizamos de forma inconsciente en nuestras rutinas diarias.

En este trabajo nos cuestionamos lo siguiente: ¿qué deja la pandemia 2020 en los procesos comunicacionales? ¿Qué cambios surgen por la emergencia sanitaria? ¿Cómo han cambiado los hábitos de comunicación? Estas interrogantes surgieron para guiar la discusión sobre la comprensión del valor de los procesos comunicacionales y orientar la búsqueda de alternativas o formas de mejorar su ejecución, en vinculación con las expectativas y oportunidades que se presentan en el planteamiento,

los avances del desarrollo tecnológico, los aportes de las disciplinas científicas, la creación humana y las demandas de las circunstancias actuales y futuras.

Observamos que la necesidad de relacionamiento social nunca se detuvo durante la pandemia, y la comunicación se constituyó como la base para las labores de trabajo, la educación, la conformación de comunidades y la integración en la familia. La necesidad de relacionarnos ha provocado que se rompan las barreras y se auto-lideren procesos para la adaptación tecnológica, a través de plataformas digitales.

Nos planteamos cuestionar la consciencia entre los desafíos de la comunicación y las formas de relacionarnos socialmente por medio de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Los avances de estas tecnologías permiten explorar las capacidades humanas para superar las barreras y brechas, por acceso y por conocimiento, en la diversidad de escenarios digitales. Consideramos la necesidad de continuar o no con las rutinas rotas por la pandemia. La actual interacción social es: tele-trabajo, reuniones virtuales, el mercadeo digital, comunidades en redes sociales, la familia reunida por pantallas; razón por la que surgen algunas preguntas: ¿cómo valoraremos en el futuro las conexiones sociales o comunicacionales?, ¿qué elementos o procesos debemos considerar para mejorar a futuro los alcances de la comunicación? A través de la búsqueda de alternativas con sentido y significado para alcanzar el desarrollo humano y ecológico, en tiempos de superación de la pandemia, en este trabajo cerraremos con la construcción de aportes y posturas que provocan reflexiones y abren posibilidades de repensar la comunicación como herramienta fundamental para el bienestar humano.

1. Marco situacional de la pandemia para la comunicación

Los tiempos de crisis de salud que vive la sociedad en general, enfrentando la pandemia del COVID-19, reclaman enfocarse en desafíos prioritarios y complejos. En tiempos de cambios permanentes y en un devenir colmado de incertidumbres, se buscan caminos para construir espacios que promuevan bienestar integral y ecológico, lo que señala la necesidad de aprender en varios ámbitos: en lo organizacional, en lo personal y en lo social, con el fin de crecer en actitudes responsables, en respuestas, adaptaciones y prevención de oportunidades y condiciones

comprometidas con la equidad de posibilidades evolutivas, construidas por y para todos. La comunicación social y el desarrollo tecnológico asumen el desafío de una mediación formativa y de facilitar diversas formas de relacionamiento, a fin de buscar salidas con sentido y significado.

En las circunstancias actuales, el relacionamiento social ha trascendido la barrera del no contacto físico. Los intercambios se dan a través de la red. Hay una gran diversidad de contenidos e iniciativas que expresan múltiples puntos de vista en las diferentes redes, impactando el aumento de la cantidad de interacciones. Las personas han sido desafiadas a buscar y desarrollar nuevas alternativas y formas de trabajo, se han encontrado soluciones a sus necesidades de comunicación y se han transformado los hábitos al comunicarnos.

Es hora de revisar las intenciones o propósitos, procesos y contenidos que se comunican, sus experiencias e impactos, sus roles y los de la comunidad. Se plantean alternativas para construir, en sentido amplio, escenarios interactivos desde distintas localidades que dejan huellas importantes en la cultura, en las políticas, proyectos y organizaciones, en los contenidos comunicacionales, en la diversidad de formas, medios e instalaciones o infraestructura. Esta es una tarea que promovemos reconociendo que las vivencias e impactos comunicacionales son muy diversos, que requieren ser creados y cuestionados permanentemente para promover oportunidades pertinentes de bienestar humano.

2. La comunicación consciente en el desarrollo humano y la interacción laboral

La apuesta al desarrollo humano, que se realiza con la ayuda de los aportes de la tecnología en tiempos de pandemia, empezó por reconocer la necesidad de relacionamiento social en la comunicación para satisfacer requerimientos básicos de subsistencia, tal como se manifiestan en las tareas laborales, la educación, las relaciones familiares y entre la comunidad en la que coexisten, en su medio y a nivel global. En el escenario mundial, se ven transversalmente permeadas las interacciones por las tecnologías. Se ha vivido un proceso de adaptación, valoración y aprendizaje de habilidades tecnológicas para superar el aislamiento y romper las distancias con el uso de las plataformas digitales en todas las áreas. El área laboral ha sido enhebrada

con las labores educativas dirigidas a los miembros de la familia que han dejado de asistir a las escuelas. El encuentro social en la pandemia se caracteriza hoy por el tele-trabajo, el aumento del desempleo, los centros de trabajo presencias cerrados, las reuniones virtuales. Educación, diversión y reuniones familiares se realizan por las pantallas, las compras, por *delivery* y, la oración, por las redes. Todas estas son situaciones alternativas que se han implementado, con el uso de la tecnología, para repensar y reconstruir caminos de bienestar individual y social.

Con el propósito de influir con calidad en el desarrollo humano, en el marco de la crisis de salud pública que vivimos, corresponde profundizar en fundamentos teóricos que nutran la misión formativa de la comunicación y asumirla como el pilar fundamental para establecer interacciones y bienestar humano. La comunicación consciente es un tema que nos hace repensar y reconceptualizar una función que ejercemos de manera muy diversa. Por eso hay que analizarla a profundidad y en diversidad de escenarios.

Desde 1999, Chalmers ha trabajado, con profundidad científica, sobre la consciencia. Con el apoyo de las ciencias cognitivas y de la neurociencia, sus aportes advierten sobre la complejidad de factores inmersos en la comunicación, muchas veces abordada de manera reduccionista, ya sea desde el deslumbramiento y la innovación constante de las técnicas, o desde los avances de la tecnología de la información. El autor sustenta que cada ser humano tiene sus propias experiencias conscientes, con caracterizaciones o cualidades relacionadas con sus vivencias. Por definición, “el término «consciencia» es ambiguo, ya que refiere a una variedad de fenómenos distintos” (Chalmers, 1999, 22); contiene procesos y capacidades cognitivas, tales como introspección e información y requiere enfocar o concentrar la atención. Demanda un saber para observar, para percibir relaciones de causalidad y procesamiento; implica conexión y congruencia entre pensamiento, sentimiento y acción. Estos procesos, hábitos, capacidades y cualidades se viven de manera interna y constituyen una experiencia consciente, una cualidad subjetiva de la experiencia. Por ello, requiere un esfuerzo cognitivo integrador.

Desde esta óptica, la complejidad de interrelaciones que están vinculadas a la consciencia, comprende los aprendizajes, las creencias, las posibilidades de acceso y disponibilidad de la información; también demanda la disposición a examinarse

y a ahondar en elementos no visibles de las experiencias comunicacionales a fin de impactar de manera muy significativa en el conjunto de emociones y sentimientos involucrados y reconocidos.

De acuerdo con Kemp (2021), en estadísticas globales recogidas recientemente, dos tercios de la población total del mundo cuentan con un teléfono móvil y, en la población de 13 años o más, puede estar por encima del 80%. Aún con las limitaciones ocasionadas por la pandemia, se encontró que cerca del 60% de las personas de la tierra son usuarios de internet, y de este grupo, 9 de cada 10 personas son usuarios de las redes sociales. A principio de este año se llegó a 4.200 millones de usuarios en las redes sociales, aunque no están distribuidos uniformemente. Esto revela un campo potencial para repensar los procesos comunicacionales, el desafío de valorar su calidad y el impacto que puede tener el emprendimiento de procesos comunicacionales formativos y conscientes.

Según Chalmers (2014), la naturaleza de las experiencias conscientes se hace más compleja porque al comunicarnos está presente “la película” de cada uno, con sus emociones, necesidades, comportamientos, pensamientos y construcciones de manera muy diversa. Cada persona tiene su propia forma o proceso de consciencia y su valoración de sí mismo y del mundo, su razón de vivir y dialogar con la realidad, con sus intenciones y un sentido que, aunque puede expresarse, es muy subjetivo. Es necesario seguir profundizando en el estudio de la auto-reflexión y la relación cerebro-conciencia-comportamiento, tríada en la que la conciencia es fundamental.

La neurociencia, desde un paradigma interdisciplinario, con aportes de las matemáticas, lingüística, ingeniería, informática, química, filosofía, psicología y medicina, explica cómo se comunica el cerebro a nivel estructural; aborda la correlación entre la anatomía cerebral y el comportamiento social en conjunto con el acto de comunicarse. Teniendo al cerebro como órgano social rector, la comunicación funciona en estrecha relación entre cuerpo-emoción-razón, actuando de manera conjunta y no de forma aislada (Miranda, 2019).

Desde esta óptica interdisciplinaria de la ciencia, la comunicación debe considerar las bondades de la conexión emocional, tanto del comunicador como del escenario de receptores al cual se dirige. De igual forma, debe incluir aspectos más

tácticos que responden a tonos, mensajes y canales, enriquecidos por los atributos que brinda la neurociencia aplicada y las oportunidades de las tecnologías de la información y la comunicación (Campos, 2019).

Se asume la premisa de que el ser humano es un ser social por naturaleza. Necesita comunicarse, agruparse y relacionarse a fin de enfrentar, de manera comunitaria, el gran reto de crecer personal y colectivamente; debe vivir gestionando con responsabilidad el bienestar compartido, aun en estos momentos con la crisis integral ocasionada por la pandemia, lo que significa mantenerse vivo, superar las adversidades y alcanzar un nivel digno de subsistencia. La capacidad innata de comunicarse debe de esforzarse por alcanzar acuerdos satisfactorios para construir una convivencia pacífica y favorable, pues el clima de convivencia en cualquier escenario es responsabilidad de todos. Así se modela la calidad, se condiciona y se propicia el bienestar humano, desde lo biológico hasta los comportamientos sociales integrales.

La comunicación es más efectiva en tanto es más consciente y ajustada a las necesidades y formas de ser y actuar de quienes se relacionan... Cuando la comunicación no se realiza de manera consciente, mucho de lo que expresamos es recibido por nuestro interlocutor de manera distinta a cómo lo deseamos. Esto reduce nuestra influencia sobre otros, limita el grado de cooperación que recibimos y hace, en consecuencia, menos eficiente nuestra vida. (Yagosesky, 2003, 1)

Esto significa que una comunicación se hace consciente cuando hay comprensión clara de la intención, del contenido, de la forma, del tiempo utilizado, del porqué y del para qué; es decir, se comprende y anticipa el riesgo e impacto que puede tener la comunicación.

Otros aportes considerados como fundamentos de este trabajo, son los señalamientos de Navío (2019), quien se plantea la pregunta: ¿qué es la comunicación consciente y cuáles son los pasos para practicarla? Respecto a la definición del término, desde los aportes del mindfulness, se establece que la consciencia en “el acto de comunicar, se logra atendiendo a lo que se dice, a cómo se dice, sintoniando lo que se siente con lo que se expresa, y con lo que siente el interlocutor, sea emisor o receptor. El resultado de esta comunicación es una mayor conexión

con el mensaje y con la otra persona, lo que reduce los malentendidos y facilita el vínculo (s. p.)”. Esta afirmación conduce a la intersección entre la intencionalidad y el impacto como fundamento estructural del hecho comunicativo.

Sobre los pasos fundamentales de una comunicación consciente resaltan los siguientes aspectos (Navío, 2019):

1. Interés o empatía con el receptor, expresado en escucha, atención a su naturaleza y expectativa.
2. Propiciar escenarios de comodidad, en situaciones de incertidumbre, para lo cual debe cuidar la claridad de lo expresado, la paciencia y tolerancia a expresiones ambiguas o diferentes al punto de vista de quien comunica.
3. Reconocer y respetar la objetividad y la subjetividad de lo expresado, específicamente en el caso de creencias u opiniones.
4. Aceptar y reconocer la presencia de emociones en la comunicación sin reprimirlas, demostrando solidaridad y dando el tiempo necesario para que afloren.
5. Debe haber asertividad, es decir, respeto, honestidad y claridad por las ideas de sí mismo y de los demás porque estimula la ecuanimidad.
6. Debe predominar un estilo flexible y de humor que estimule a tomar una posición propia, a desahogarse y retractarse, cambiar de opinión. Esto es, un ambiente con cualidades favorables para la comunicación sin tensión.

En este mismo sentido, señala Yagosesky (2003), para diseñar situaciones comunicacionales conscientes, el comunicador deberá atender diversidad de factores que median la comprensión de la interrelación que se establece y debe asumir responsablemente los aciertos y errores comunicacionales. Los errores deben ser espacios de aprendizaje y revisión permanente para alcanzar cualidades de pertinencia en el proceso comunicativo.

2.1 Retos de la comunicación y la tecnología en la actualidad

Desde los aportes de la neurociencia, la comunicación es inherente a la especie humana. Somos tribales por naturaleza, es decir, nos sentimos ligados al grupo al que pertenecemos y, en medio de la crisis de salud que vivimos en la actualidad, sentimos el impacto en la situación económica, social, humanitaria, política y educativa. Esto se expresa en un agotamiento, nerviosismo y ansiedad ocasionada por la incertidumbre. La alternativa la presentan los avances de las tecnologías de información y comunicación que permiten la conexión, incluso en distanciamiento físico, y la difusión inmediata de la información sobre el estado de los hechos vividos.

Se vislumbra un mundo híbrido: se cuestiona la dualidad entre tecnología y humanización. Según Manes (2021), con los avances de las TIC, debe aprovecharse la oportunidad para revalorizar las habilidades y cualidades humanas: la empatía, la curiosidad, la creatividad, la inteligencia colectiva, el coraje, la capacidad de innovar, liderar, motivar, reflexionar, emprender, desaprender y reaprender, desarrollar mecanismos de resiliencia, conformar redes o comunidades de aprendizaje, responsabilizarnos por la autoformación y la comunicación como fuente de avance a la evolución humana, con responsabilidad integral y de naturaleza ecológica.

Es importante considerar la integralidad de las relaciones entre los cambios que se requieren; los protagonistas son las personas, las organizaciones, las comunidades, las autoridades, etc. Es necesario superar las acciones comunicativas fraccionadas (que priorizan lo que afirma mi grupo o quienes opinan como yo, y desoyen a los que tienen opiniones diferentes), y las acciones duales (razonamientos motivados en extremos opuestos: “esto no lo creo porque quien lo dice no pertenece a mi grupo”), a fin de propiciar conexiones necesarias e inspiradas en la inclusión, la resiliencia, el bienestar de los humanos y su ambiente.

En cuanto al impacto que la pandemia ha causado en las demandas de la tecnología, según Ortiz (2020), se ha acelerado la transformación de la comunicación humana. Actualmente la demanda de los medios de comunicación impresos, electrónicos y digitales ha sido vertiginosa si la comparamos con el

tiempo que tardaron los medios como el cine, la radio, la televisión, el internet en la comunicación interpersonal, en el medio laboral, cultural, político y social. Si consideramos que la tecnología ha sido la alternativa para que los seres humanos se conecten y para hacer fluir la información de manera inmediata, esta aseveración es muy importante. Sin embargo, la multiplicación de la información ha llegado al punto en que, casi sin control de calidad, han habido espacios de saturación de información, muchas veces de manera especulativa y sin veracidad, lo que ha derivado en procesos de desconfianza, crisis de angustia y nerviosismo en las personas.

A nivel internacional, advierte Llamas (2020), “los organismos supranacionales tendrán que revisar su papel como entes financieros, de protección a los derechos humanos y como corporaciones que regulan las relaciones económicas y comerciales, la educación, la salud y los derechos humanos (s.p.)”. Esto significa que es necesario considerar la transformación de estrategias y metas a nivel mundial para atender las necesidades y brechas de acceso planteadas. Las pérdidas de empleo y las demandas de recursos en situación de subsistencia proponen desafíos a la conformación de un escenario geopolítico que se ocupe de lo que realmente se necesita para superar la crisis, mejorar la condición humana y los escenarios de desarrollo integral y ecológico.

La magnitud del impacto de la pandemia en las demandas de la tecnología, deben seguirse estudiando interdisciplinariamente. Los encargados de la comunicación deben acompañar la búsqueda de los procesos de calidad en interacción permanente con los actores del desarrollo humano, porque el empoderamiento de las TIC, que se expresa en las estadísticas del Informe Digital (Kemp, 2021), refleja las dimensiones del desafío de transformación prioritario y en prospectiva. Lo anterior es un insumo importante para las demandas tecnológicas; indica la necesidad de repensar, usando las tecnologías de la información y la comunicación, los retos que se plantea la humanidad en la pospandemia, en términos de calidad, y la misión formativa que le corresponde a la comunicación humana.

Conclusiones

Estas ideas, en lugar de ser un cierre, son planteamientos para provocar diversas reflexiones:

- a. La conexión social es más congruente con la naturaleza humana aun en distanciamiento físico. Las redes sociales son una excelente oportunidad de desarrollo. No obstante, es necesario revisar permanentemente qué y cómo comunicamos, cuánto escuchamos y cuánto creamos o provocamos formas de sembrar la inteligencia colectiva en un escenario tan cambiante y desafiante.
- b. La reflexión y reconstrucción de los escenarios comunicacionales deben partir de cuestionar y reconstruir nuestras creencias, así como nuestros esfuerzos y valores que le asignamos al futuro que deseamos tener.
- c. Una de las aristas para seguir profundizando es el análisis de la intención comunicativa. Es necesario develar el contexto, los valores e intención del mensaje. Se reconoce que la globalización desdibuja e integra fronteras y puede impactar a cualquiera, sin distinguir bases culturales. Fomentar el conocimiento y la interpretación de las diversas intenciones presupone o anticipa qué efecto tiene el proceso comunicativo; sin embargo, esto solo se valida con el efecto real y empírico, lo que se denomina hoy como viralidad del mensaje, moviendo matrices de contenido. En síntesis, no solo se ha de crear el mensaje o contenido, es necesario interactuar con los receptores y hacer de la comunicación una oportunidad de crear ese tejido de reacciones para causar un efecto transformador en el ser humano y en su contexto.
- d. La comunicación consciente considera fundamentalmente que hay una diversidad de formas y procesos implícitos en las experiencias comunicacionales, pero su sentido tiene que cuidar la información, las formas y los medios, la manera de acceder a ella, los estados del conocimiento y la diversidad de alternativas para favorecerlo. Esa es la base congruente que podemos construir para provocar la reflexión de los diversos actores sobre la

relación: cerebro-consciencia-comportamiento, en el futuro que avizoramos y necesitamos desarrollar entre todos.

- e. Hacer el acto consciente de la comunicación, es contrario a la automatización de los mensajes: habilita y orienta a actuar con una intención clara y a conocer los riesgos y efectos en quienes reciben el mensaje. Es importante hacer de cada elemento implícito del proceso comunicativo un instrumento con el fin de que el mensaje cumpla las expectativas para lo que fue creado.
- f. La comunicación consciente reconoce en el otro, el receptor y actor, sus recursos para la interpretación. Cada acto comunicativo siempre comunica, aun cuando no se cuide la intención del mensaje de estos elementos, por lo que es importante atender los ambientes mediados de la comunicación digital.
- g. La vivencia de la pandemia y la intervención de las tecnologías de la información y la comunicación nos enseñan nuevos rumbos para indagar y construir conocimientos, habilidades y estilos de interacción con las realidades y virtualidades. Estamos a las puertas de cambios y transformaciones de las que no tenemos certidumbre. Debemos estar preparados para co-responsabilizarnos en la construcción creativa del bienestar equitativo, humano y ecológico que se requiera.

Referencias

- CAMPOS, J. (12 de abril de 2019). ¿Cómo *influye la Neurociencia en la forma de hacer comunicación*? Blog. <https://cckcentroamerica.com/como-influye-la-neurociencia-en-la-forma-de-hacer-comunicacion>
- CHALMERS, D. (1999). *La mente consciente. En busca de una teoría fundamental*. Barcelona: Gedisa.
- CHALMERS, D. (14 de julio de 2014). *Cómo explicamos la conciencia? Conferencia TED*. [archivo de video]. https://www.youtube.com/watch?v=uHRhFFhNzQ&list=TLPQMzEwMTIwMjHwt_GPqvIaVw&index=1
- KEMP, S. (8 de abril de 2021). *Digital 2021_ Essential Headlines & Highlights — DataReportal – Global Digital Insights*. <https://datareportal.com/reports/global-digital-statbites-001>
- LLAMAS, G. (7 de mayo de 2020). La pandemia y su impacto en la comunicación humana. *ELIMPARCIAL*. <https://www.elimparcial.com/mexicali/columnas/El-impacto-de-la-pandemia-20200506-0031.html>
- MANES, F. (27 de enero de 2021). Los grandes retos que debemos afrontar como individuos y como sociedad para repensar juntos un futuro que está en construcción. Encuentro con el periodista Iñaki Gabilondo sobre consecuencias de la actual coyuntura pandémica mundial en el funcionamiento y desarrollo del cerebro. <https://espacio.fundaciontelefonica.com>
- MIRANDA, I. (2019). *Neurociencias de la Comunicación*. Universidad de Puerto Rico. Departamento de Educación, Gobierno de Puerto Rico. <https://desarrolloprofesional.upr.edu/wp-content/uploads/sites/99/2019/10/Neurociencias-de-la-Comunicacion-rev-AGS.-MC-IM.pdf>
- NAVÍO, L. (11 de Junio de 2019). *Qué es la Comunicación Consciente y los 7 Pasos para practicarla*. <https://psicologogranada.com/blog/comunicacion-consciente/>
- ORTIZ, M. (12 de mayo de 2020). *La pandemia y su impacto en la comunicación humana*. *ELIMPARCIAL*. <https://www.elimparcial.com/mexicali/columnas/La-pandemia-y-su-impacto-en-la-comunicacion-humana-20200511-0018.html>
- YAGOSESKY, R. (20 de noviembre de 2003). *La Comunicación Consciente*. <https://www.gestiopolis.com/comunicacion-consciente/>