

PRINCIPIOS DE AUTOMEDIALIDAD Y RELATO (AUDIO)VISUAL EN LA INVESTIGACIÓN (AUTO) BIOGRÁFICA EN EDUCACIÓN¹

■ DIEGO LEANDRO MARÍN OSSA

 <https://orcid.org/0000-0003-0971-9196>

Universidad Tecnológica de Pereira

RESUMO

Este artículo propongo algunos principios para comprender, aplicar y explicar la automedialidad en relación con el relato (audio)visual en la formación y en la Investigación (Auto)biográfica, a partir de la experiencia como docente e investigador en universidades de Iberoamérica y de las reflexiones que emergieron de la tesis en el doctorado en Comunicación y Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona, en la línea de investigación de Comunicación y Educación, Alfabetización Mediática e Informacional. Para hacerlo comienzo con la definición de automedialidad (Moser, 2019), luego sigo con las coordenadas del relato (audio)visual (auto)biográfico (Marín Ossa, 2022), después explico brevemente cómo se dio la intersección entre investigación, autobiografía y educación, y la importancia del seminario temático, para terminar con una reflexión sobre la práctica productiva como lectura (auto)crítica de sí mismo y del mundo en la que se dan la (auto)actualización y la (auto)transformación de las miradas (auto)biográficas.

Palabras clave: Automedialidad. Relato (audio)visual (auto)biográfico. Investigación (auto)biográfica. Competencia mediática, Práctica productiva.

ABSTRACT

PRINCIPLES OF AUTOMEDIALITY AND (AUDIO)VISUAL STORY IN (AUTO)BIOGRAPHICAL TRAINING AND RESEARCH

This article proposes some principles to understand, apply and ex-

¹ Este artículo es producto de mi tesis “La mediación (auto)biográfica de la competencia mediática. El relato audiovisual (auto)biográfico como método y metodología para introducir a los estudiantes en el desarrollo de habilidades (auto)reflexivas y (auto)expresivas de la competencia mediática. Estudio de casos en España, Brasil y Colombia”, para obtener el título de Doctor en Comunicación y Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona UAB, dicha tesis es fruto de una investigación realizada entre los años 2017 y 2021 en la Maestría en Comunicación y Educación de la UAB, en la Licenciatura en Educomunicación de la Universidad de São Paulo USP y de la Licenciatura en Tecnología con énfasis en comunicación e informática educativa de la Universidad Tecnológica de Pereira UTP donde soy docente e investigador desde el año 2006.

plain automediality in relation to the (audio)visual story in (Auto)biographical Training and in Research, based on experience as a teacher and researcher in Ibero-American universities and on the reflections that emerged from my thesis research in the PhD in Communication and Journalism at the Autonomous University of Barcelona, in the Communication and Education research line. Media and Information Literacy. With this aim, I begin with the definition of automediality (Moser, 2019), then I continue with the coordinates of the (audio)visual (auto)biographical story (Marín Ossa, 2022), then I briefly explain how the intersection between research, autobiography and education occurred, and the importance of the thematic seminar, ending with a reflection on productive practice as a (self-)critical reading of oneself and of the world in which (self-)updating and (self-)transformation of (auto)biographical glances take place.

Keywords: Automediality. (Auto)biographical (audio)visual story. (Auto)biographical research. Media competence. Productive practice.

RESUMEN **PRINCÍPIOS DE AUTOMEDIALIDADE E RELATOS DE HISTÓRIAS (AUDIO)VISUAIS NA FORMAÇÃO E PESQUISA (AUTO)BIOGRÁFICA**

Este artigo propõe alguns princípios para entender, aplicar e explicar a automedialidade em relação à história (audio)visual na formação e na pesquisa (auto)biográfica, com base na experiência como professor e pesquisador em universidades ibero-americanas e nas reflexões surgidas da tese de doutorado em Comunicação e Jornalismo na Universidade Autônoma de Barcelona, na linha de pesquisa de Comunicação e Educação, Alfabetização Midiática e Informacional. Para tanto, começo com a definição de automedialidade (Moser, 2019), depois continuo com as coordenadas da história (audio)visual (auto)biográfica (Marín Ossa, 2022), em sequência, explico brevemente como veio dar-se a interseção entre pesquisa, autobiografia e educação, e a importância do seminário temático, para finalizar com uma reflexão sobre a prática produtiva como uma leitura (auto) crítica de si e do mundo em que acontecem a (auto)atualização e a (auto)transformação dos olhares autobiográficos.

Palavras-chave: Automedialidade. Relato (audio)visual (auto)biográfico. Pesquisa (auto)biográfica. Competência midiática. Prática produtiva.

Introducción

Hace 20 años que decidí investigar el relato (audio)visual (auto)biográfico en la formación y transformación de la visión, la mirada y los puntos de vista de las personas, en los diversos contextos y entornos de su cultura y de su sociedad, pero principalmente en el ambiente educativo. En lugar de interesarme por la autobiografía de los docentes en formación, quise desentrañar las visiones de mundo que se mimetizaban en las (auto)representaciones de la subjetividad, objetivadas o visibilizadas a través de los puntos de vista ópticos, narrativos, performativos y puestos en escena de los relatos audiovisuales hechos por ellos mismos e ir más allá de la apariencia de las imágenes asumidas como producciones humanas neutras y transparentes sobre la realidad visible.

Comencé mis reflexiones en el año 2003 luego de producir mi primer video autobiográfico, casi a punto de finalizar mi carrera como comunicador. Luego seguí con mis investigaciones ejerciendo como profesor de medios y educación poniendo en marcha un proyecto de aula en el curso de video que hace parte de un programa académico de formación docente de comunicación, TIC y educación de la Universidad Tecnológica de Pereira, y en el año 2010 culminé mi primera investigación formal como parte de mi tesis de Maestría en Comunicación Educativa, la que llevé a varios países de Latinoamérica entre los años 2011 y 2013.

Después de ese período, a partir del año 2014, comencé a compartir investigaciones con diversos investigadores y investigadoras de Brasil y del mundo entero a través del Congreso Internacional de Pesquisa (Auto)biográfica (CIPA) y de BIOgraph.

Luego, en el año 2016 comencé mi proceso de formación y de investigación doctoral y llevé a cabo un experimento y un estudio de casos entre Barcelona, España, São Paulo,

Brasil y Pereira, Colombia, con estudiantes de comunicación, educación y educomunicación. A partir de ese momento y hasta el año 2022, llevé a cabo numerosos intercambios en varios países de Iberoamérica que incluyeron seminarios, talleres, conferencias, producciones audiovisuales y publicaciones relacionadas con mi tesis: La mediación (auto)biográfica de la competencia mediática (Marín Ossa, 2022).

Durante el proceso de formación doctoral leí varias publicaciones sobre automedialidad e introduje el tema en mis notas, experimentos y reflexiones, y me di cuenta que, de tiempo atrás, ya venía abordando dicho fenómeno sin ponerle ese nombre, mi búsqueda se aproximaba a dicho concepto, al indagar las relaciones entre subjetividad, mirada y relato, de ahí que decidí compartir las relaciones y aportes que encontré en el camino al cruzar estas reflexiones de mi tesis que comparto a continuación.

¿Qué es la automedialidad?

La automedialidad es un fenómeno que transversaliza la historia de los medios y de la subjetividad, y, sin embargo, apenas fue conceptualizada hace unos años, en la primera década del siglo XXI:

The term ‘automediality’ signifies an interdisciplinary approach to life writing that pays special heed to the diverse media employed for the sake of self-representation. The term was conceived as an alternative to ‘autobiography’ (Dünne and Moser 2008a,11, 2008b, 15–16; Smith and Watson 2014, 77–78): whereas the notions ‘autobiography’ and ‘life-writing’ implicitly accord writing (‘graphie’) a privileged function as the key-medium for expressing subjectivity, ‘automediality’ takes into account the full range of artistic and technological media applied to the task of self-representation (Moser, 2019, p. 247).

Algunos ejemplos del fenómeno de automedialidad y de las diversas representaciones de la subjetividad se encuentran en la historia oral, los manuscritos, los medios impresos, la pintura, la fotografía, el cine y el vídeo, pero también en los cómics, los medios electrónicos y digitales, la Internet entre otros medios.

Según el autor, los investigadores de la automedialidad identificaron que la dominancia y protagonismo de unos medios de autorrepresentación frente a otros, varía de acuerdo a los contextos históricos y culturales específicos, pero a la vez, las diversas formas de automedialidad y los medios usados para su representación evolucionan, en estrecha interacción con los medios alternativos de dichos contextos, dando lugar a modos multimediales e híbridos (Moser, 2019, p. 247).

Ahora bien, los estudios de automedialidad analizan la evolución y la interacción de estas auto-prácticas mediales, asignándoles así una función constitutiva:

[...] media are not just neutral tools for expressing a preexistent self; rather, due to the specific materiality, signifying practices and technological apparatuses that define them, they contribute to shaping and producing the very self that makes use of them. Depending on historical and cultural conditions, different modes of automediality generate different forms of subjectivity [...] (Ibid, p. 247).

En efecto, una historia alternativa de la comunicación y de los medios, pero sobre todo del emisor-receptor o EMEREC (Cloutier, 1973, 2001), nos permite comprender que, si la gestualidad, la oralidad y la escritura no son neutrales ni transparentes, ni son la expresión de un “yo preexistente”, pues son invenciones humanas hechas por humanos para hablar sobre la humanidad, los medios impresos, visuales, sonoros, audiovisuales y digitales tampoco lo son, debido a su naturaleza específica “contribuyen a conformar y producir el propio yo que

los utiliza” y precisamente para eso los inventó la especie. “Dependiendo de las condiciones históricas y culturales, los diferentes modos de automedialidad generan diferentes formas de subjetividad” (Moser, 2019, p. 247).

En ese sentido, si entendemos el relato audiovisual fundamentalmente como una producción humana y orgánica, podemos pensar que emergió del cuerpo y de la voz desde hace siglos en el espacio-tiempo de las comunidades primitivas, entre danzas y cantos alrededor de las fogatas, dentro y fuera de las cavernas como la expresión polifónica y diversa de una profunda subjetividad, y trasegó por diversos caminos de la historia universal hasta tomar los soporres y las formas de las pantallas y de los dispositivos digitales que hoy en día configuran los *self-mèdia* (Cloutier, 1973, 2001), contribuyendo a una simultaneidad de revoluciones centradas en el *graphe*, en las que convergieron el giro lingüístico, el giro mediático y el giro narrativo.

¿Qué es el relato (audio)visual (auto)biográfico?

Para mi investigación tuve en cuenta que en obras como *L'Autobiographie en France* (Lejeune, 1971); *Je est un autre: l'autobiographie de la littérature aux médias* (Lejeune, 1980); y *Signes de vie (Le pacte autobiographique, 2)*, (Lejeune, 2005), el autor argumenta que en la producción audiovisual son muchas las personas que contribuyen a la elaboración del yo autobiográfico y pone como ejemplo el testimonio y la entrevista en medios como el cine y la televisión.

De otra parte, Olney (2014) dice que la autobiografía y el relato autobiográfico son manifestaciones de la consciencia de alguien que se expresa por medio de una narración histórica, por ejemplo, en una novela, pero también a través de una imagen de sí mismo a la manera del autorretrato literario.

Ahora bien, el relato autobiográfico se ex-

presa de forma narrativa y cronológica, pero no siempre es así, sobre todo cuando se aproxima al relato de vida (*récit de vie*), (Bertaux, 2005) y “admite la ficción, la invención y la imaginación de una manera más decidida y el individuo lo elabora empleando diferentes medios, lenguajes y una relativa autonomía, pues en él interesa más la representación y el objeto representado” (Marín Ossa, 2022, p. 5 – 6).

Finalmente, el relato audiovisual (auto) biográfico es un fenómeno que hace parte de la edad del *Graphē* planteada inicialmente por Olney (Ibid), y luego por Gusdorf (1991). En la simultaneidad mediática de la era digital e hipermedial es la *grafía* (medios y escrituras) la que introduce “el medio técnico propio de las escrituras del yo” (Ibid, p. 10), y la vida personal se beneficia de “un nuevo nacimiento por la mediación de la *grafía*” dice Gusdorf (Ibid, p. 10).

La ontología de la autobiografía planteada por los dos autores se articula a la idea de *Graphē* que para Cloutier (Ibid) “está constituida por los medios y lenguajes en sentido amplio, en una doble dimensión de lo gráfico (los lenguajes), por ejemplo, el foto-gráfico, el cinemato-gráfico y el video-gráfico; y de la *grafía* (los medios y sus escrituras), de la foto-grafía, la cinemato-grafía y la video-grafía” (MARÍN OSSA, 2022, p. 8), e incluye otras formas constitutivas de la era *audio-scripto-visual*, o la llamada revolución audiovisual de la comunicación individual propiciada según Cloutier (Ibid), desde los años 70 con el surgimiento del video y de los *self-média*.

Cabe recordar que Elizabeth W. Bruss (2014) en su momento planteó sus inquietudes sobre “la naturaleza del cine autobiográfico y el papel de los medios audiovisuales, incluido el video, en relación con la escritura del yo, las relaciones entre gráfico (lenguaje) y *grafía* (escritura) no son de oposición como ella lo planteó, sino de complementariedad y de mutabilidad” (Marín Ossa, 2022, p. 8), como lo explicó Bellour

(2009, p. 287-293) en su disertación sobre el autorretrato en la imagen del video, de hecho en los medios de comunicación audiovisual, tanto la oralidad como la escritura hacen parte de diversos momentos de la producción y de la recepción mediáticas, como lo explicó Walter Ong (2016) en su tesis sobre las tecnologías de la palabra.

Pero el relato (audio)visual (auto)biográfico va más allá de la convergencia, yuxtaposición e hibridación de las formas, más allá de los medios como dispositivos y artefactos, y de la materialidad de los lenguajes y las escrituras, pues el medio es el mensaje (McLuhan, 1994), y trae consigo una transformación profunda de la sociedad y de los individuos, de sus prácticas, rituales, rutinas, patrones de comportamiento y sistemas de ideas, que afectan para bien y para mal las sensibilidades y la vida mental de las personas en marcos de referencia históricos y políticos.

El seminario temático en la Investigación (Auto)biográfica

El paradigma de la Investigación (Auto)biográfica en Educación se nutrió desde comienzos del siglo XX de la sociología, de la antropología, de las teorías y estudios de la narrativa autobiográfica, así como de las teorías del relato (Abrahão & Bolívar, 2014).

Luego emergió renovado en los años 80 y 90 del siglo pasado, en el contexto del *giro hermenéutico* de las ciencias sociales (Bolívar & Segovia, 2019), y en ese momento redefinió varios aspectos de las técnicas usadas en la investigación educativa y en la investigación social, relacionados con los usos que se le daba a la historia de vida (*life history*) y al relato de vida (*life story*).

El paradigma de la Investigación (Auto) biográfica en Educación también replanteó el rol de los docentes y de los estudiantes en el

desarrollo del currículo y del microcurrículo, el carácter formativo de la investigación y el carácter investigativo de la educación en contextos académicos y extracadémicos, en los que cada ser humano es capaz de dar cuenta del aprendizaje que ha experimentado a lo largo de la vida (*lifelong learning*), a través de las experiencias personales que relata, de las vivencias que hacen parte de su “espacio biográfico” (Arfuch, 2007), y de su “yo autobiográfico” (Bruner & Weisser, 2013), en el desarrollo y mutabilidad de su conciencia (Damasio, 2011; Llinás, 2017).

Además, este tipo de investigación educativa se centró en la observación participante y no-participante para explorar los modelos pedagógicos y las estrategias didácticas a partir de metodologías activas como el aprendizaje basado en la práctica, también conocido como aprender haciendo (*learning by doing*), y en modelos educativos de carácter participativo, dialógico y relacional, congruentes con este método que va más allá de medir el desempeño de los docentes y de los estudiantes, de resolver problemas de aprendizaje y de renovación curricular y microcurricular, de la eficiencia y de la eficacia del sistema educativo; más allá de la adaptación y de la adecuación de los individuos a la sociedad, para indagar las dimensiones culturales y humanas que tienen los estudiantes y los docentes como personas que se desenvuelven en contextos históricos y sociales que los afectan y los determinan como sujetos.

Una de las maneras, considerada como ideal para adaptar los principios metodológicos y epistemológicos de la Investigación (Auto)biográfica en Educación (Abrahão & Bolívar, 2014; Bolívar & Segovia, 2019), a diversas cuestiones formativas-investigativas es el *seminario temático*, un recuso que utilicé para diseñar un ambiente de aprendizaje que me permitiera obtener, en compañía de los estu-

diantes y con su autorización, la información necesaria en el desarrollo de mi tesis de investigación doctoral (Marin Ossa, 2022). Otros autores que le dan mucha importancia a esta metodología son Bolívar (2012), González-Monteagudo (2010), Delory-Momberger et al. (2018); Sabariego et al. (2018); y Serrano et al. (2018).

La práctica productiva como lectura (auto)crítica de sí mismo y del mundo

Durante el seminario temático (Seminario Internacional de Investigación-Creación de Relato (Audio)visual (auto)biográfico y Competencia Mediática), realizado en Barcelona, São Paulo y Pereira, los estudiantes experimentaron el proceso de producción de los relatos como lectura crítica del mundo interior y del mundo exterior, sobre todo en relación con la configuración de los puntos de vista, la modificación de las miradas y de las visiones de mundo, basados en la práctica productiva, lo que reveló aprendizajes muy valiosos construidos por ellos a lo largo de sus vidas en sus relaciones con los medios de comunicación, las TIC y las redes sociales.

Como plantea Elizeu Clementino de Souza (2014), la adecuación de los “principios epistemológicos y metodológicos” de la Investigación (Auto)biográfica a otra lógica de formación (De Souza, 2014, p. 36-37), que en para el caso de mi investigación provinieron de la Educación Mediática y de la Alfabetización Mediática e Informacional, y posibilitaron la introducción de los autobiógrafos y de las autobiógrafas en el desarrollo de habilidades (auto)reflexivas y (auto)expresivas de la competencia mediática, al evidenciar una serie de habilidades, actitudes y conocimientos que emergieron con la metacognición o metarreflexión generada y de la puesta en relato del metaconocimiento y del metalenguaje (Pérez Tornero & Varis, 2012).

Estos procesos formativos-investigativos e

investigativos-productivos entregaron pistas a los estudiantes para que desarrollaran la capacidad de volverse sobre sí mismos y autoanalizarse por medio de la doble vertiente de la crítica y (auto)crítica mediática, que por una parte es reflexión sobre sí misma en relación con sus métodos, objetivos, sistemas y lenguajes, y por la otra parte es reflexión sobre su propio objeto, es decir, sobre la cultura de los medios, para que finalmente puedan autoevaluarse y autocorregirse como argumentan Pérez Tornero & Varis (Ibid, p. 128-129).

Diría yo, a partir de Thompson (2010), para (auto)actualizar su mirada y sus puntos de vista sobre la realidad, esto es, para que se hicieran conscientes de que a través de la expresividad reflexiva podrían asumir su papel protagónico en la modificación de su manera de ver el mundo, de interpretarlo y de opinar sobre él. Y que el descentrar la manera de observar su mundo y el de otras personas, al cambiar de ángulo, podrían descubrir otras versiones de la misma realidad que los aproximaría a una mirada más completa de los diversos fenómenos políticos, sociales, culturales, mediáticos, educativos y comunicativos que suceden a su alrededor.

Fruto de esa dialéctica dinámica que se generó entre relato de vida e historia de vida; entre texto y contexto; entre vida académica y vida cotidiana; entre lectura crítica y práctica productiva; entre proceso y producto; entre principio reflexivo y función expresiva del relato audiovisual (auto)biográfico, emergieron siete dimensiones a partir de las cuales se introdujeron los estudiantes en el desarrollo de habilidades (auto)reflexivas y (auto)expresivas de la competencia mediática.

Es un aspecto que constaté en cada uno de los nueve videoclips (auto)biográficos que hicieron parte de la muestra obtenida para el estudio de los casos, y de los que emergieron la reflexividad introspectiva, la reflexividad retrospectiva, la reflexividad prospectiva, la expresivi-

dad narrativa, la expresividad performativa y la expresividad puesta en escena, una dimensión adicional que integró la mediación, la (inter)mediación y la (auto)mediación (auto)biográfica.

Figura 1 - Código QR para acceder a la lista de reproducción de videoclips (auto)biográficos que hacen parte de la muestra,² (puede escanearlo para ver los videoclips (auto)biográficos).



Fuente: elaboración propia.

Cada videoclip (auto)biográfico fue una evidencia empírica del pensamiento audiovisual con el que se editan las memorias, los recuerdos, las ideas, los pensamientos y las emociones. Es importante recordar que la palabra video viene del latín *videre* que significa yo veo, lo que implica la exploración de las verdades subjetivas que coexisten en el mundo y en el sistema mediático global, no solo como perspectivas de vida, pues estas hacen parte del fondo o del *background* en el autoencuadre, marco o recorte de realidad; ni solo como una

² En la Investigación (Auto)biográfica en Educación es importante restituir el derecho a la autoría de los participantes y más aún de los docentes y estudiantes como protagonistas del hecho investigativo, razón por la cual en los videoclips (auto)biográficos se hacen visibles los nombres, los rostros y las voces de los estudiantes que participaron en el proceso y que hacen parte de la muestra.

sucesión y continuidad de imágenes y de sonidos, pues la experiencia video(auto)biográfica en la esfera mediática es simultánea, incluso como forma de democracia, les permite a los estudiantes ejercer simultáneamente su derecho a la pantalla y al diálogo audiovisual en el universo mediático.

En síntesis, como se puede ver en los videoclips (auto)biográficos producidos por los estudiantes durante el seminario temático, nuestros puntos de vista sobre la realidad visible dependen en gran medida de las experiencias mediáticas, mediadas y mediatizadas que tenemos a lo largo de la vida y que modifican nuestra mirada cultural de la realidad y afectan nuestra visión de mundo. Además, las identidades duras, blandas, fijas y pasajeras cada vez son más complejas porque son digitales y menos influenciadas por los medios de comunicación de masas.

De ahí que los estudiantes observaron que los puntos de vista se pueden modificar al cambiar de ángulo o de posición y al ampliar el margen de percepción, comprensión e interpretación del mundo, como una alternativa ante la guerra de lenguajes y de opiniones mediatizadas en medios de comunicación y en redes sociales. Este aprendizaje cualifica las versiones de la realidad, motiva el uso responsable y creativo de la libertad de expresión, de la libertad de pensamiento y del derecho a la intimidad como correlatos de los derechos a la vida, a la información, a la investigación, a la libertad de cátedra, a la educación, al buen nombre, los derechos a la Educación Mediática y los derechos digitales.

La (auto)formación mediática de la mirada desde el punto de vista (auto)biográfico

La (auto)formación mediática de la mirada es un proceso en el que los estudiantes se valen

del pensamiento crítico y de la creatividad, por lo que cada uno requiere de los conocimientos, habilidades y actitudes que le permitan percibir, evaluar, valorar y tomar posición frente a algo o frente a alguien, además de emitir juicios y generar acciones de transformación social, por ejemplo, el acceso a la información cualificada y su uso responsable en los diferentes contextos de la comunicación y de la educación.

Dicho proceso (auto)formativo se origina a partir de dos instancias, por un lado, se adquiere y se desarrolla a partir de la ontogénesis y de la autonomía del individuo, en la medida en que cada uno de los estudiantes aprende a modificar su punto de vista sobre la realidad visible y a desarrollar la voluntad suficiente para hacerlo efectivo. Para que la (auto)formación mediática de la mirada se produzca, es necesario que cada uno abandone la zona de confort que le brinda seguridad ontológica, y se cuestione, por ejemplo, si su opinión se basa en argumentos o, si por el contrario, siempre busca que alguien o algo le confirme sus prejuicios y sus sesgos, ya sea por experiencia directa en la interacción cara a cara o por experiencia mediatizada; y si aquella fuente le ofrece diferentes aristas de la realidad a partir de numerosas evidencias y hechos, o si lo que hace es proporcionarle lo que desea ver y escuchar en los medios de comunicación y en las redes sociales, sin verificación de la información ni contraste alguno sobre la realidad.

Asimismo, la (auto)formación mediática de la mirada requiere de los estudiantes que se exijan intelectualmente, que desarrollen su pensamiento crítico y científico evitando pensar y actuar a partir de sesgos, de falacias, de miradas reducidas y restringidas sobre la realidad y por la ley del menor esfuerzo. Es decir, requiere de ellos su participación activa y comprometida que les genere ideas y propuestas propias, en función de sus relaciones

con otras personas, con el mundo y con la elaboración consciente de sus puntos de vista para la puesta en común de sus opiniones en diversos escenarios de la ciudadanía mediática: por ejemplo, en las conversaciones, en los diálogos, en los debates y en los acuerdos sociales dentro y fuera del aula de clases, a través de las redes sociales y de los medios de comunicación.

La otra instancia de dicho proceso (auto) formativo implica admitir que los medios de comunicación influyen de manera definitiva en la manera como percibimos, oímos, vemos, palpamos, pensamos, ideamos, sentimos, opinamos y actuamos a nivel individual y en sociedad. Para eso los creó la especie, de hecho, hace tiempo que los humanos aprendimos (*sapiens*), a modificar las cosas (*faber*), de nuestro entorno con los lenguajes y con los medios. Por ejemplo, aprendimos a modelizar la subjetividad propia y la de otras personas, lo cual no es ajeno a consideraciones éticas, estéticas y políticas.

Lo anterior significa que, a través de la historia personal de cada individuo y de la historia colectiva de cada sociedad e institución, desarrollamos en mayor o menor grado, la habilidad para mediatizar a los sujetos y de esa manera orientar, controlar, modificar e incluso imponer sus relatos, discursos, textos, eventos, puestas en escena y sus narrativas sobre la realidad visible. De manera tal que, durante un largo camino recorrido en la filogénesis de la humanidad, hemos modificado las visiones de mundo, las miradas y los puntos de vista de las personas a partir de los lenguajes y de los medios originados con la comunicación interpersonal, la comunicación de élites, la comunicación de masas, la comunicación individual y ahora, con la comunicación multimedia e hipermedia.

De igual manera, si la mirada es cultural y los medios de comunicación inculcan en noso-

tros un marco de referencia desde el cual nos observamos, miramos el mundo y la vida, eso significa que, si bien es cierto que otras personas nos mediatizan, también es indiscutible que no somos del todo pasivos ante los mensajes y contenidos mediáticos, pues nuestra vida mental es activa y contamos con la capacidad de interpretar, comprender y explicar las cosas.

En ese sentido, nuestro mundo interior está conformado en gran medida por los relatos mediáticos y mediatizados con los que interactuamos desde temprana edad, razón por la cual, la (auto)formación es una competencia que se puede adquirir desde la infancia y cada individuo en condiciones favorables para su desempeño en la vida y para la obtención de aprendizajes debería estar en la capacidad de desarrollarla según sus contingencias, necesidades e intereses. También, según su punto de vista situacional y su experiencia personal, para hacer conscientes las interrelaciones, interacciones e inmersiones que configuran la realidad de los medios de masas (Luhmann, 2007), en cada uno de nosotros con relación al marco sociohistórico y cultural del lugar y del país que habitamos.

Ahora bien, la necesidad del (auto)aprendizaje surge debido a nuestra búsqueda constante de adaptación, de autoprotección y de cambio, pero no significa que solo aprendemos por nuestra cuenta y mucho menos quiere decir que todo el conocimiento proviene solo de nosotros mismos, como si se tratara de un saber adquirido por generación espontánea. Este es un error frecuente que conduce a equiparar el libre desarrollo de la personalidad con la adquisición de conocimientos, habilidades y actitudes lo cual requiere de padres y de profesores capacitados y comprometidos.

Precisamente lo que necesitan los promotores de la educación neoliberal para vender su relato, es que nos convenzamos de que el

talento, el ingenio y el esfuerzo no requieren del conocimiento científico. Que la seguridad individual, la estabilidad colectiva a toda escala, el avance de la sociedad y del sistema económico global, se basan en gran medida en el yo emprendedor, manager de sí mismo, cuya ética prosumidora le exige a cada uno la dosis de (auto)alienación necesaria para homologar el pensamiento crítico con la adquisición de destrezas al servicio de la competitividad, de la eficiencia y de la eficacia por encima del ejercicio libre de la autonomía y de la emancipación del individuo como expresión de su autogobierno.

La ética del prosumidor también requiere de una dosis de (auto)explotación exigida como una habilidad necesaria para que la creatividad desemboque en hacer más de lo mismo, equiparando moda con innovación. Así se reduce una capacidad humana al servicio funcional del capitalismo cognitivo, de la concentración de poder y de capital, de la división internacional del trabajo intelectual para un mundo feliz, diseñado por las corporaciones y para que unas sociedades sean la servidumbre de otras más avanzadas, gracias al monopolio de las tecnologías del conocimiento con las que en este momento se consolidan los monopolios de la cuarta revolución industrial.

Esta podría ser una de las explicaciones que permite comprender por qué desde el siglo XX el mito del yo estuvo empaquetado en relatos autorreferenciales que ahora, en el siglo del tú (YouTube), se utilizan para ofrecer experiencias únicas que conducen supuestamente al éxito del individuo. Este debe concentrar la mayor parte de su esfuerzo físico y mental en las modas y en tendencias o corrientes (*mainstream*), para mostrar cualquier cosa en las redes sociales y en los medios de comunicación como algo novedoso, con la apariencia de lo bueno, de lo “fino” y de lo útil sin que importe mucho el para qué. Quizá por eso, para mu-

chos, el éxito de hoy radica en la capacidad de generar consumo, aumento de seguidores, interacciones y *likes*, lo que significa alimentar la ingeniería del Big Data para que a los usuarios nos perfilen, nos vendan como productos y nos compremos como contenidos.

En conclusión, en este contexto investigativo, el (auto)aprendizaje no promueve el individualismo, el egoísmo, el narcisismo, la autosuficiencia y tampoco el autoaislamiento, no está orientado a la sumisión ni es comparable con las actitudes que conducen al sacrificio del individuo por el bien común, justificado con dogmas e ideologías como el neoliberalismo.

De hecho, el relato neoliberal ofrece la satisfacción egoísta de los deseos y caprichos dándole forma a los gustos y preferencias de la gente a través de las redes sociales, la publicidad, el marketing y los medios de comunicación, como si ese fuera el fin último del individuo aún a costa del mismo individuo. De manera que ya no se trata del tiempo de Cronos devorando a sus hijos, sino del tiempo de Cronos devorándose a sí mismo como un autófago que se sacia con su propia sangre.

Por eso, cualquier orientación ideológica que borre al individuo en pro del colectivo y al colectivo en pro del individuo, en algún momento conduce inevitablemente al totalitarismo que se alimenta de dogmas, de clausuras cognitivas, de etiquetas sociales y de estereotipos. Para su sostenibilidad, el totalitarismo siempre genera un autosometimiento tácito o evidente de los individuos y de la sociedad al servicio del autoritarismo y de sus administradores: la variedad de caudillos que emergen en todos los contextos, en los medios de comunicación, en las instituciones educativas y aún en el aula de clases.

La demagogia académica es otra forma de autoritarismo disfrazado de democracia, cuando en lugar de promover una lectura crítica del mundo, el docente impone a sus estudiantes

una opinión personal, como si se tratara de la única manera de ver la vida, o válida todas las opiniones sin debatirlas, lo que deviene en un fundamentalismo discursivo que algunos alumnos podrían imitar para satisfacer el examen, pero que luego olvidarían para siempre, o lo reproducirían como una práctica totalitaria en otros contextos.

De otro lado, ese mismo autoritarismo cognitivo también se manifiesta en la trivialización de la actividad creadora, cuando los docentes y los estudiantes, en lugar de abordar la riqueza y la complejidad epistemológica y metodológica de los objetos de estudio, se concentran únicamente o de manera excesiva en múltiples tareas ejecutadas una tras otra, o de manera simultánea (*multitasking*), sin conexión con la teoría y mucho menos con los procesos socio-históricos y culturales de los que emergen los aprendizajes.

Cuando esto ocurre, por ejemplo, bajo el pretexto de que los nativos digitales requieren de un trato especial por su condición generacional basada en la intuición, o se utiliza cualquier otro eufemismo con el fin de obtener la aprobación o la mutua simpatía, generalmente se evade la exigencia y la dificultad intelectual que entrañan los procesos de enseñanza y de aprendizaje.

Se vende entonces la idea de que la mejor vía para la adquisición y el desarrollo de competencias es el entretenimiento, lo que en muchas ocasiones resulta superfluo y de paso se constituye en un mecanismo de distracción basado solo en el juego que deviene en extremo práctico y didáctico. En ese caso, se corre el riesgo de que los estudiantes recuerden al profesor gracioso, pero que no recuerden lo que aprendieron de él, o que lo aprendan mal. Tampoco es necesario ser apático ni antipático, pues ya es sabido que la letra con sangre no entra, o engendra sujetos con cantidad de vacíos y problemas.

Entonces, ¿la (auto)formación mediática de la mirada desde el punto de vista (auto)biográfico podría ser útil para reducir o para acabar con las injusticias cognitivas? Quizá no, pero ese es al menos un punto de partida que le permite a los docentes y a los estudiantes ponerse en situación reflexiva frente a sus prácticas y métodos con relación a los medios de comunicación, las redes sociales y las TIC. Eso ya es un avance.

Por eso mismo, es fundamental que desde los primeros años en el hogar y en la escuela, se eduque mediáticamente al individuo, que los padres ejerzan un control moderado a partir del conocimiento y de la comprensión, que se dosifique el uso de los medios de comunicación, de las TIC, de las redes sociales, de los dispositivos digitales, y que se brinde el acompañamiento necesario para su apropiación material y simbólica.

También es necesario que tanto los docentes como los padres de familia, diversifiquen la oferta de relatos mediáticos para los niños, los adolescentes y los jóvenes, incluyendo el libro en todas sus formas, soportes y contenidos, para que la experiencia con las pantallas y con los dispositivos móviles no sea la única que le dé forma a las identidades mediáticas y digitales, más aún cuando estas se dan de una manera teledirigida, o van orientadas a crear prosumidores al servicio del capitalismo cognitivo, por lo que es necesario el desarrollo de una capacidad (auto)crítica.

Por lo tanto, el punto de vista (auto)biográfico es algo que también se forma desde la infancia, por ejemplo, con la configuración del autorrelato a través de la mediación de los lenguajes, los medios y los relatos audiovisuales, y también a través de las interrelaciones e interacciones que experimenta cada individuo en los diversos contextos de intermediación social, que le aportan episodios valiosos y significativos a su vida para la memoria autobiográfica.

Pero también, el punto de vista se forma por medio de interrelaciones, interacciones e inmersiones que cada uno experimenta con el uso de los medios, no solo a través del espacio neuronal y del cuerpo social e individual, sino además a través de los espacios externos al sujeto, a través del espacio virtual creado con la cibernética, la inteligencia artificial y las TIC, y quizá en un futuro próximo, con el espacio sideral y la creación de una suprema subjetividad que vigile, domine, regule y controle todo, como el gran hermano.

De ahí que estimular y desarrollar la (auto)gnosis o el conocimiento de sí mismo a partir de las tecnologías del yo, debe acompañarse del desarrollo de habilidades para hacerse cargo de sí mismo, basadas en el autogobierno de ciudadanos mediáticos que aportan para que la democracia sea cada vez más participativa e incluyente, con individuos que tienen la capacidad de argumentar, crear soluciones y generar el cambio social.

En esta perspectiva, el relato audiovisual (auto)biográfico es una forma de diálogo basado en la autorregulación y orientado al desarrollo de competencias mediáticas, ciudadanas, interculturales en los estudiantes, y a la adquisición de una conciencia ampliada que fomente y posibilite la construcción dialógica del mundo interior en cada individuo, con relación a la sociedad y a sus ecosistemas, entre los que se encuentran los mediáticos.

Además, es un ejercicio de libertad de expresión y de derecho a la intimidad en la medida en que cada uno cuenta lo que desea hacer público y de la manera como desea ser visto. Promueve el derecho a la información, puesto que permite observar que la producción de esta tiene múltiples posibilidades, ángulos y perspectivas que modifican la percepción e interpretación de la realidad a través de los medios de comunicación, y es una manera de ejercer el derecho a la pantalla, ya que

ante la hegemonía de relatos producidos por las corporaciones de las telecomunicaciones, la opción de hacer el relato de su vida es una actividad política de formación ciudadana, a través de la cual los estudiantes se hacen protagonistas de la cultura en lugar de ser simples espectadores.

Con las habilidades (auto)reflexivas y (auto)expresivas generadas con la (auto)formación mediática de la mirada a través de la producción de relatos audiovisuales (auto)biográficos, las expectativas están fundadas en la capacidad de los estudiantes para enfrentar en el presente y en el futuro los discursos de odio con más herramientas prácticas y conceptuales que antes. Para que planteen soluciones ante la guerra de lenguajes y de puntos de vista sobre la realidad visible. Para que, además, promuevan soluciones educativas ante la fabricación de narrativas fundamentalistas y fascistas basadas en la demagogia y en el “Estado de Opinión”. Para que encaren la crisis de la razón, la precariedad material y simbólica generada por el capitalismo cognitivo.

Referencias

- ABRAHÃO, M. H.; BOLÍVAR, A. (Coord.). **La investigación (auto) biográfica en educación**: miradas cruzadas entre Brasil y España. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014.
- ARFUCH, L. **El espacio biográfico**: dilemas de la subjetividad contemporánea. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2007.
- BELLOUR, R. **Entre imágenes**. Buenos Aires: Ediciones Colihue SRL, 2009.
- BERTAUX, D. **Los relatos de vida**. Barcelona: Edicions Bellaterra, 2005.
- BOLÍVAR, A. Metodología de la investigación biográfico-narrativa: Recogida y análisis de datos. ABRAHÃO, M.H.M.B. et al (Orgs.). **Dimensões epistemológicas e metodológicas da investigação (auto) biográfica**, Porto Alegre: 2012. p. 79-109.

- BOLÍVAR, A.; SEGOVIA, J. D. **La investigación (auto) biográfica en educación**. Barcelona: Octaedro, 2019.
- BRUNER, J.; WEISSER, S. La invención del yo: la autobiografía y sus formas. In: OLSON, D.; TORRANCE, N. **Cultura escrita y oralidad**. Barcelona: Gedisa, 2013. p.177-202.
- BRUSS, E.W. Eye for I: Making and un making auto-biography in film. In: OLNEY, J. **Autobiography**. New Jersey: Princeton University Press, 2014. p. 296-320.
- CLOUTIER, J. **La communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self-média ou l'èred'Emerec**. Montréal: Presses del'Université de Montréal, 1973.
- CLOUTIER, J. **Petit traité de communication: EMEREC à l'heure des technologies numériques**. Francia: Atelier Perrousseaux éd, 2001.
- DAMASIO, A. **Y el cerebro creó al hombre: ¿cómo pudo el cerebro generar emociones, sentimientos, ideas y el yo?** Barcelona: Ediciones Destino, 2018.
- DELORY-MOMBERGER, C., et al. Pesquisa (Auto)biográfica em educação na Europa e América. **Revista Brasileira de Pesquisa (Auto)biográfica**, Salvador de Bahía: Universidade do Estado da Bahia, v. 3, n. 9, 745-748, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.uneb.br/index.php/rbpab/issue/view/265> Acesso em: 20 abr. 2023.
- DE SOUZA, E. C. **Indagación (auto)biográfica: contar experiencias, escritura narrativa y formación**. In: La investigación (auto) biográfica en educación: miradas cruzadas entre Brasil y España. Granada: Editorial Universidad de Granada, 2014. p. 34-57.
- GONZÁLEZ-MONTEAGUDO, J. La autobiografía educativa: formación, investigación y profesionalidad reflexiva. In: MORAES, D.Z. et al. **Docência, pesquisa e aprendizagem:(auto)biografias como espaços de formação e investigação**, São Paulo: Escrituras, 2010. p. 45-63.
- GUSDORF, G. **Lignes de vie 2**. Auto-bio-graphie. París: Odile Jacob, 1991.
- LEJEUNE, P. **L'autobiographie en France**. París: Armand Colin, 1971.
- LEJEUNE, P. **Je est un autre**. L'autobiographie, de la littérature aux médias. París: Seuil, 1980.
- LEJEUNE, P. El pacto autobiográfico. Barcelona: **Suplementos Anthropos**, 1991, v. 29, p. 47-61.
- LEJEUNE, P. **Signes de vie**, Le pacte autobiographique 2. París: Seuil, 2005.
- LLINÁS, R. R. **El cerebro y el mito del yo: el papel de las neuronas en el pensamiento y el comportamiento humanos**. Santa fe Bogotá: El Peregrino Ediciones, 2017.
- LUHMANN, N. Organización y decisión: autopoiesis, acción y entendimiento comunicativo. **Organización y decisión**, Barcelona: Anthropos Editorial, 2005. p. 1-171.
- MARÍN OSSA, D. L. **La mediación (auto)biográfica de la competencia mediática**. 2022. Tesis (Doctorado en Ciencias de la Comunicación y Periodismo). Universitat Autònoma de Barcelona, Barcelona, 2022.
- MCLUHAN, M. **Understanding media: The extensions of man**. Massachusetts: MIT press, 1994.
- MOSER, Ch. 2.7 Automediality. In: WAGNER-EGEL-HAAF, M. (ed.). **Handbook of Autobiography/Autofiction**. Germany: De Gruyter, 2019. p. 247-261.
- OLNEY, J. Some versions of memory/some versions of bios: The ontology of autobiography. In: OLNEY, J. **Autobiography**. New Jersey: Princeton University Press, 2014. p. 236-267.
- ONG, W. J. **Oralidad y escritura: tecnologías de la palabra**. México D.F.: Fondo de cultura económica, 2016.
- PÉREZ TORNERO, J. M.; VARIS, T. **Alfabetización mediática y nuevo humanismo**. Barcelona, Editorial Uoc. 2012.
- SABARIEGO, M., et al. **El pensamiento reflexivo a través de las metodologías narrativas: experiencias de innovación en educación superior**, Barcelona: Octaedro, 2018.
- SERRANO, J. A.; ARANGO, G. J. M. Investigación biográfica y autobiográfica en Educación en América Latina. **Revista Brasileira de Pesquisa (Auto)biográfica**, Salvador de Bahía: Universidade do Estado

da Bahia, v. 3, n. 8, p. 344-349, 2018. Disponível em: <https://www.revistas.uneb.br/index.php/rbpab/issue/view/265> Acesso em: 08 abr. 2023.

THOMPSON, J. **Los media y la modernidad**: una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós, 2010.

Recibido em: 01/05/2023

Revisado em: 30/10/2023

Aprovado em: 26/11/2023

Publicado em: 09/12/2023

Diego Leandro Marín Ossa Doctor en Ciencias de la Comunicación y Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona. Profesor titular y investigador asociado de la Universidad Tecnológica de Pereira. Hace parte de UNESCO MIL Alliance, y dirige el grupo y semillero de investigación formativa Edumedia-3. Su obra investigativa se ha publicado en Brasil, Argentina, Colombia, España, Inglaterra y Estados Unidos de Norte América. *E-mail*: leandro73@utp.edu.co