



GALERÍA DE PAPEL. SERIE "LIBROS ALTERADOS". BELINDA CELTA (2016)

31

A nuevos medios y funciones, nuevas alternativas

En este ensayo se examina el mapa funcional de las comunicaciones sobre la base de estas interrogantes: ¿Cómo influyen los medios masivos en la sociedad? ¿Qué hacen las audiencias con los medios? Describe, además, el giro conceptual de lo alternativo con el surgimiento de la mass self communication o la autocomunicación de masas, término acuñado y desarrollado por Manuel Castells en su libro Comunicación y Poder.

JESÚS MARÍA AGUIRRE

Ya la historia de los medios de comunicación nos ha demostrado que cada nueva tecnología de transmisión o sistema de información no elimina radicalmente la intervención de los anteriores modos de comunicación. Es cierto también, sin embargo, que las innovaciones sociotécnicas, impuestas en las sociedades imponen un cambio en la distribución funcional de las pautas de producción y consumo, y, sobre todo en los usos y prácticas sociales asociadas a cada nuevo medio.

Se habló de la *era de los ferrocarriles*, de la *era de la radio*, la *era del cine* y la *era de la televisión*, que se fueron superponiendo una a otra, aunque “en ninguna de estas eras, algunas de ellas doradas (...) un medio eliminó a los demás, sino que siempre hubo coexistencia de viejos y nuevos medios” (Briggs y Burke, 2002: 295).

En el caso de la *era de la información*, basado sobre todo en la web, surge también la creencia de que los demás medios van a ser desplazados, pero esta presunción confunde la función social de los

medios con la mediación tecnológica de Internet como una infraestructura de las redes sociales.

En principio es plausible la tesis de Mulgan de que las infraestructuras de control preceden la configuración sociotécnica de los medios y por eso la génesis de Internet a partir de Arpanet corrobora una vez más la conjetura (Mulgan, 1991). Persistirán las tensiones entre los niveles estratégicos y tácticos y diversas mediaciones culturales con las contradicciones inherentes a los intereses de multiplicidad de actores, pero la línea dominante sigue marcando su trazado, a pesar de las expectativas y de la ciberdemocracia.

La creencia inicial en la era de la información de que el ciberespacio está menos controlado y vigilado que los medios anteriores, es cada vez menos cierta y luce más bien un espejismo cuando la concentración y control de los recursos de la web se hacen más patentes. La competencia sobre la implementación de las infraestructuras de telecomunicaciones, terráneas, satelitales y marinas, su control militar o civil y, en fin, sus

finalidades y su posible regulación mundial, escapan a la consideración de la mayoría de los ciudadanos.

En un nivel más próximo a los actores y usuarios de las TIC los ciudadanos se preguntan sobre la utilidad de estos nuevos sistemas y artefactos, seducidos por la multiplicidad de funciones y su fácil usabilidad. A mi entender, la novedad mayor

consiste en la coextensividad de las redes con casi todas las actividades humanas de tipo relacional, hasta el punto de que casi no existe función social humana que no pueda ser hoy satisfecha, aunque no sea más que vicaria o virtualmente por los servicios digitales reticulados. Esta propiedad ha hecho también que las nuevas plataformas puedan hospedar e incluso reemplazar a algunos de los medios anteriores con sus funcionalidades. Cada vez más, a medida que avanza

la comunicación móvil, la radio y la televisión tienden a redefinirse tratando de buscar nuevos modelos, no solamente de negocio, sino de funcionalidad.

Además la adaptación de las TIC evoluciona vertiginosamente y cada día se dispone de mejores aplicaciones o *app* en una competencia tecnológica exacerbada que, debido a las múltiples convergencias (técnicas, empresariales y lingüísticas), desdibuja las fronteras entre los diversos medios y ofrece servicios cruzados o redundantes, independientes de las marcas de las empresas. Las metáforas de los medios de comunicación como nervios de la sociedad y del gobierno se quedan cortas ante las complejidades de los nuevos sistemas abiertos con una autopoiesis difícil de prever en su evolución, aunque su lógica general, como diría Niklas Luhman, sea la de “reducir la incertidumbre”.

REVISANDO EL MAPA FUNCIONAL DE LAS COMUNICACIONES

En una mirada retrospectiva sobre las investigaciones en torno a la contribución de los medios en la estructuración social, hallamos los estudios

clásicos de R. F. Lazarsfeld y R. Merton sobre la comunicación de masas y la acción social organizada (1948), así como también el famoso ensayo de H. Lasswell para definir la estructura y función de la comunicación en sociedad (1948). Este esfuerzo de clarificación sobre el papel de los medios llevó a Ch. Wright, una década después, a construir un mapa consolidado sobre las funciones y disfunciones de la comunicación de masas, una vez desarrollado el medio televisivo (1964).

Son hartas conocidas las críticas derivadas desde la perspectiva económico-política e ideológica tanto en la tradición de la Escuela de Frankfurt como en general de las escuelas interpretativas y culturales. Ambas tradiciones, sin embargo, aunque revelan las insuficiencias del mapa funcionalista, ahondan más bien en consideraciones extracomunicacionales de economía y política (concentración, monopolios, dependencia, imperialismo...) o en análisis socioculturales más genéricos (mediaciones, alienación, manipulación...), sin acabar de invalidar el artefacto conceptual para definir el campo de las funciones.

Dichas reservas y cuestionamientos no afectan a la consideración de cuáles son las funciones o disfunciones de vigilancia o información, correlación/opinión, transmisión cultural/formación, entretenimiento/diversión, o movilización/agitación en unas sociedades determinadas y en escala personal, grupal o social, y hoy podemos hacer preguntas análogas en el marco de la nueva taxonomía de los medios, sea que consideremos a estos separada o complementariamente.

Como sabemos, esta matriz que operaba como artefacto conceptual para formular hipótesis, se vio revisada por un giro en la perspectiva analítica, al revertir la indagación de las funciones y efectos de los medios por la pregunta sobre lo que los públicos hacen con los medios. E. Katz, al indagar la multiplicidad de usos y gratificaciones de las audiencias, cuestiona las conjeturas predictivas de las funciones sociales, expuestas por los clásicos; en forma semejante también Umberto Eco, basado en las exploraciones semióticas, al analizar los sucesos de mayo de 1968 se preguntará en un ensayo “¿El público perjudica a la televisión?” (1974).

El mencionado investigador Katz junto con Gurevitch y Hass (1973) reformula las interrelaciones entre los cinco principales medios masivos (libro, diario, cine, radio y TV), en correspondencia con las necesidades funcionales, sea personales o sociales, que satisfacen. Hasta hace no mucho el libro seguía confirmándose como el satisfactor principal de las necesidades personales de la comprensión del yo y del escapismo; el cine se sostiene como un medio de diversión personal y de asociacionismo entre amigos, los diarios –hoy más bien digitales–, contribuyen al conocimiento del mundo y a la construcción de identidades regionales y nacionales; la radio mantiene un perfil variable dada su plasticidad técnica y programática, y la televisión refuerza las conexiones familiares –hoy en menos grado– a la vez que cubre las necesidades de diversión.

En un reciente sondeo de carácter exploratorio con estudiantes de Comunicación Social en la UCAB, que podemos considerar “nativos digitales”, el recurso a los cinco medios tradicionales mencionados para la satisfacción de las necesidades personales o psicosociales apenas ha variado, aunque se manifiesta su reemplazamiento por las redes sociales, atendiendo al tiempo dedicado y a la inversión económica.

Es decir, las variaciones antropológicas, necesidades psicosociales (autoconocimiento, autoestima, conocimiento del entorno, relaciones con familiares y amigos...), funciones de una sociedad democrática (vigilancia, correlación, transmisión cultural, entretenimiento, movilización...) y de una sociedad de mercado libre (publicidad, promoción, ventas...) persisten, a la vez que los modos de su satisfacción varían sea por las innovaciones que ofrecen otros satisfactores más económicos o gratificantes, sea por las nuevas necesidades creadas en torno al mundo de las redes y los espacios virtuales.

Solamente, cabe afirmar por ahora, que el periódico impreso, es decir el diario sobre soporte en papel, está siendo desplazado y hace tiempo que tiene su sustituto funcional en los periódicos digitales, mientras que el libro en papel, a pesar de todas las profecías sobre su desaparición, sigue aún resistiendo su posición, amparado en gran parte por los estados y las instituciones educativas.

No resulta fácil discernir lo que está ocurriendo actualmente en los medios digitales y en los servicios de las redes (correo electrónico, Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, WhatsApp, etcétera), pues a la gran variabilidad de dispositivos se une la dificultad de discriminar entre aplicaciones insertadas u hospedadas en otras plataformas multimedia o en soportes, que no solamente ofrecen hipertextualidad, sino transmedialidad y una gran gama de mecanismos participativos.

UN GIRO CONCEPTUAL ALTERNATIVO

En este periodo de transformaciones algunos observan las mutaciones habidas en los medios tradicionales, y así el mismo Katz, treinta años después, se ha dado a la tarea de analizarlas, centrándose en el mundo de la televisión, entendida no solamente como medio tecnológico, sino como institución. Según él puede hablar ya del “fin de la era de la televisión” por cuanto ya se han roto las condiciones del modo de producción clásico bajo un acceso limitado de canales, con unas condiciones regulatorias confusas y unas audiencias dispersas, que rara vez confluyen en las dietas programáticas compartidas de las sociedades de masas (Katz, 2009; Álvarez, 2013). En este mismo sentido cabe plantear la defunción de los modelos clásicos de negocio y de los paradigmas de recepción de los demás medios, así como también de la transmutación de los espacios públicos, que favorecerían los encuentros sociales, las agendas políticas y la cohesión social.

Mientras se multiplican los estudios de observación sobre la funcionalidad de cada nuevo dispositivo que aparece en el mercado y se acumulan estudios sobre la penetración y uso de los mismos, algunos autores, como J. Downing (2000), Manuel Castells (2003), Javier Toret (2015) y otros, se han dado a la tarea de recomponer el análisis, entroncando con las grandes preguntas sociológicas de diversas tradiciones –desde Lazarsfeld a Touraine– sobre el papel

Las metáforas de los medios de comunicación como nervios de la sociedad y del gobierno se quedan cortas ante las complejidades de los nuevos sistemas abiertos con una autopoiesis difícil de prever en su evolución, aunque su lógica general, como diría Niklas Luhman, sea la de “reducir la incertidumbre”.

de las redes en la acción social organizada y su conexión con los movimientos sociales. En esta misma perspectiva el ensayo *Comprender la Sociedad Red* es un intento de desvelar los cambios en el modo de producción de la información, que modifican la socio-dinámica de los medios y su funcionalidad, las ocupaciones tradicionales de la comunicación y las formas de transmisión cultural basadas en la autoridad de las enciclopedias (Aguirre, 2016).

Se trata de buscar una visión alternativa a un análisis funcional que una vez más se estanca en las demandas investigativas, requeridas por las empresas o como diría Lazarsfeld, por la “investigación administrativa” y “comercial”.

En unas sociedades con una progresiva pérdida de confianza de sus líderes y de sospecha de las grandes instituciones tradicionales (partidos, empresas, iglesias...), que contaban con el aval de unos medios de legitimación en el campo de las comunicaciones, han surgido nuevos modos de *sentirse juntos* y de *hacer historia*, a menudo al margen de la acción social pretendida por los gobiernos, el *establishment* de las élites conservadoras o de las “nomenclaturas socialistas”. Lo que está claro por las experiencias recientes es que el poder hegemónico instalado, autodenominado alternativo, que pretende que los medios –horizontales o populares–, coopten sus políticas, se convierte en un alquimista del embuste comunicacional.

Esta nueva dinámica de la *mass self communication*, que opera sobre múltiples plataformas y con una gran plasticidad en el tiempo y en el espacio, obliga a repensar los cambios funcionales de los medios tradicionales así como a descubrir los fenómenos de la recomposición, basados en las potencialidades de la conectividad de las redes y de la emergencia de los programadores como agentes de cambio social. La comunicación alternativa y la educomunicación en la Sociedad Red tienen unos retos que van más allá de su inscripción en un aparato estatal o administrativo, que anula sus capacidades de creación y autogestión compartida.

El campo de investigación queda abierto y puede ser especialmente fértil en los países con regímenes autoritarios como Venezuela, donde abundan las restricciones, cortapisas y amenazas

para que los ciudadanos puedan expresar en un ejercicio cooperativo sus necesidades, temores, disgustos, sorpresas y expectativas, en medio de las incertidumbres angustiantes de una paranoia bélica, donde las palabras más mencionadas son la “guerra” y el “enemigo interno”, y donde el pensamiento único y más funcionalista solamente concibe los medios como “armas” y reduce el cambio a la “instalación definitiva en el poder”.

JESÚS MARÍA AGUIRRE

Profesor Titular de la Universidad Católica Andrés Bello. Doctor en Ciencias Sociales por la UCV. Profesor de pregrado y postgrado de la UCAB. Miembro del Consejo de Redacción de la revista *Comunicación*.

Referencias

- AGUIRRE, Jesús María (2016): *Comprender la sociedad red: comunicaciones y educación*. Caracas: Ed. Centro Gumilla.
- ALVAREZ MONZONCILLO, J. M. (2013): “Las nuevas televisiones. Personalización e individualización”. En: revista *Comunicación*, N° 163-164, 3° y 4° trimestre. Caracas: Centro Gumilla, 114-125 pp.
- BRIGGS, Asa y BURKE, Peter (2002): *De Gutenberg a Internet*. México: Taurus.
- CASTELLS, Manuel (2003): *Communication Power*. Oxford University Press.
- _____ (2015) *Networks of Outrage and Hope*. USA: Polity Press.
- DOWNING, J. (2000): *Radical Media: Rebellious communication and Social movements*. Sage Publications, Thousand Oaks, C.A.
- KATZ, E., GUREVITCH, M., y HASS, E. (1973): “On the uses of the mass media for important things”. En: *American Sociological Review*: 38, pp. 164-181.
- _____ (2009) “Introduction: the end of television?”. En: Katz, E. y P. Scannett: *The end of television? Its impact on the word sofar*. London: Sage.
- LASSWELL, H. D. (1948): “Estructura y función de la comunicación en la sociedad”. En: Miquel de Moragas (1986) *Sociología de la comunicación de masas*. Tomo II, pp. 50-68.
- LAZARSFELD, P.F. y MERTON, R.K. (1948): “Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada”. En: Miquel de Moragas (1986) *Sociología de la comunicación de masas*. Tomo II, pp. 22-49.
- MULGAN, Geoffrey (1991): *Communication and Control: Networks and the New Economics of Communication*. Publication City-Country Oxford, U.K.
- TORET, Javier -coord.- (2014): *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15 M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya (UOC) Press.



GALERÍA DE PAPEL. SERIE "LIBROS ALTERADOS". BELINDA CEITA (2016)