La necesaria adaptación de la Teoría de la Comunicación

POR **JOSÉ FERNÁNDEZ BEAUMONT**

El campo de la Comunicación ha sufrido una enorme y radical transformación desde los inicios de la llamada Sociedad de la Información (SI) hace alrededor de medio siglo. Sin embargo, el desarrollo teórico no ha seguido el mismo ritmo. La Teoría de la Comunicación debe avanzar y ha de hacerlo en el contexto de una sociedad caracterizada por vertiginosos cambios en la que la consolidación e implantación de hábitos y costumbres resulta cada vez más difícil.

Bibliografía:

Barabasi, L. (2002). *Linked, The new Science of Networks*.: Cambridge, MA: Perseus.

Castells, M. (2003). *La Era de la Información: economía, sociedad y cultura* (3 vol.). Madrid: Alianza.

Ferraris, M. (2008). *¿Dónde estás? Ontología del teléfono móvil.* Barcelona: Marbot.

Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding New Media. Journalism and Communications for a New Century*. California: Pine Forge Press; Thousand Oaks.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New Cork: New York University Press.

Salmon, Ch. (2008). *Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Barcelona: Península.

Tapscott, D. (2007). *Wikinomics. La nueva economía de las multitudes inteligentes*. Barcelona: Paidós.
Trejo Delarbre, R. (2001). Vivir en la Sociedad de la Información. Orden global y dimensiones

Fundación Telefónica
Telefónica

locales en el universo digital. *Revista Iberoamericana de Ciencia,*

Tecnología, Sociedad e Innovación, No.1, septiembre-diciembre. [en línea]. Disponible en: http://www.oei.es/revistactsi/numero1/trejo.htm

Weinberger, D. (2007) *Everything is miscellaneous. The Power of the new digital disorder.* Times Books.

Lo que en otros tiempos no muy lejanos se entendía de forma inequívoca como teoría de la comunicación ahora ha pasado a considerarse como pensamiento débil, diluido…, líquido en el mejor de los casos. En la Sociedad de la Información (SI) las teorías de la comunicación ya no son lo que eran, como lo han demostrado Machlup, Masuda, Bell, Drucker, Castells, Trejo, Dertouzos, Fukuyama, Chomsky, Giddens, Huntington, Postman, Jenkins, Fidler, Tapscott o Bauman entre otros, quienes con sus diferentes reflexiones y aportaciones han ayudado a entender el nuevo panorama.

Evolución dispar

Se aprecia en primer lugar que el campo de la comunicación ha experimentado en los últimos años cambios de enorme calado, como consecuencia del desarrollo de las nuevas tecnologías digitales asociadas a la informática y a las telecomunicaciones y que tiene su máximo exponente en Internet como el gran recurso interpersonal, social y global de comunicación, además de los medios clásicos de prensa, radio y televisión. Se ha formado así el llamado hipersector de la comunicación, en el que cualquier análisis parece tener cabida.

Un primer aviso de lo que podía llegar a ser la SI apareció hacia la mitad del siglo XX con la irrupción de la televisión en el escenario social. En aquel momento, los medios ya instalados (prensa y radio) redefinieron sus funciones para adaptarse al nuevo sistema de medios. Sin embargo, hasta ahora no puede decirse lo mismo de la explosión de Internet, pues ni los 'viejos medios' han logrado reinventarse todavía, ni los nuevos -digitales- han acabado de definir sus potencialidades.

Es verdad que en todo este tiempo la tecnología ha avanzado mucho, pero no se ha recorrido el mismo camino en la formulación teórica de estos avances. La nueva situación de la comunicación se sigue analizando desde metodologías y categorías clásicas que difícilmente dan respuesta a las nuevas demandas. Todavía no se sabe -por citar dos ejemplos concretos y significativos- cómo hacer frente desde el punto de vista teórico al espectacular desarrollo de los móviles o a las nuevas metodologías cualitativas de medición de audiencias de las televisiones digitales multipantalla, toda vez que el nuevo marco mediático implica una nueva concepción de las audiencias, ciertamente masivas pero también cada vez más fragmentadas, personalizadas e interactivas.

Desde la década de 1970 hasta nuestros días, la SI ha funcionado sobre la base de constantes cambios asociados a la rapidísima transformación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Pero aun así, podríamos estar de acuerdo en definirla como lo hizo la *Cumbre de la Sociedad de la Información* celebrada en Ginebra (Suiza) en 2003: «La Sociedad

Fundación Telefónica
Telefónica

de la Información debe estar centrada en la persona, debe ser integradora y orientada al desarrollo, en la que todos puedan crear, consultar, utilizar y compartir la información y el conocimiento, para que las personas, las comunidades y los pueblos puedan emplear plenamente sus posibilidades en la promoción de su desarrollo sostenible y en la mejora de su calidad de vida». Poco o nada más se podría añadir.

Sin embargo, este concepto -constructivo pero ideal- a veces falla en la aplicación. La SI no es un sistema perfecto. En ella se registran, por ejemplo, múltiples brechas digitales que pueden y suelen agrandar todavía más las diferencias entre personas usuarias o no de las TIC. Por otra parte, algunos autores críticos de la última hornada han señalado los peligros de los antiguos y nuevos medios para influir inadecuadamente en las conciencias, como la práctica del *story telling*, manejada por los grupos económicos a través de una mezcla de periodismo y publicidad. Son éstas algunas de las consecuencias no deseadas de la información globalizada.

El papel de Internet

De cualquier manera, nadie niega la realidad de esta sociedad que en sus últimas manifestaciones contempla consecuencias inéditas y aparentemente inabarcables de la aplicación de la Internet social e inteligente. Es indiscutible que a estas alturas la Red de redes desempeña un papel muy importante como medio que facilita el acceso e intercambio de información y datos. Los *weblogs* y las redes sociales se presentan en la actualidad como nuevas herramientas que incentivan la creación, reproducción y manipulación de información y conocimientos, aunque presentan en el nivel operativo importantes problemas de seguridad, gobernanza, ataques a la intimidad y otros.

Vivimos en un sistema de comunicación al que podríamos llamar de flujos *many to many*, para diferenciarlo del anterior, o comunicación de masas basado en el *one to many*. Por eso el reto para los individuos que se relacionan ahora con múltiples áreas de conocimiento es vivir de acuerdo con las exigencias de la nueva sociedad, estar informados y actualizados, innovar, pero sobre todo generar e intercambiar propuestas y conocimientos que conviven con los millones de datos que circulan por la Red.

Para apuntalar estas afirmaciones podemos hacer un brevísimo y siempre mutilado recorrido por el significado de algunos autores. En sus iniciales aportaciones, Daniel Bell advertía en su obra más conocida, *El advenimiento de la sociedad post-industrial* (1973), de un cambio histórico, es decir: la transición hacia un modelo basado en la información y el conocimiento, cuyas consecuencias alcanzan a las relaciones de poder, la estratificación social y la reconfiguración de los valores políticos, sociales y culturales. Para Bell, las TIC dan proyección a la ruptura histórica sobre los modelos y períodos previos.

Desde otras perspectivas pero compartiendo bases similares, el sociólogo español Manuel Castells ha desarrollado con nitidez un corpus de análisis sobre la actual SI o del Conocimiento en lo que sus exegetas llaman Teoría de la ‘Sociedad Red’ en su monumental trilogía (*La era de la información: economía, sociedad y cultura*). En ella destacan, entre otras múltiples aportaciones, una primera cartografía global de los nuevos tiempos y un primer diagnóstico

Fundación Telefónica
Telefónica

razonado de las incertidumbres y esperanzas de una nueva sociedad que galopa a lomos de las nuevas tecnologías -en especial Internet- hacia un proceso de globalización irreversible.

Incertidumbres y esperanzas

Conclusiones como éstas sobre el desarrollo tecnológico que define a la SI son unánimes en todos los autores. Utilizando la terminología ya clásica de Umberto Eco, se observa claramente un grupo de autores 'integrados' (Bill Gates, Michael Dertouzos y Nicholas Negroponte, entre otros) que coinciden, aunque no todos en el mismo grado, en una fe darwinista en el mercado como regulador de todas las nuevas formas de comunicación que aportarán, en cualquier caso, el beneficio de las nuevas ocupaciones y negocios.

Por otra parte destaca el grupo de 'apocalípticos' (Neil Postman, Francis Fukuyama, Samuel Huntington, Anthony Giddens, Noam Chomsky, Ignacio Ramonet…), que hablan también de aspectos negativos o al menos muy conflictivos de la SI. Algunos de estos autores parecen decir que, bajo su apariencia de progreso y neutralidad, las TIC aportan muchas ventajas, pero plantean también serios problemas. Uno de ellos, y probablemente no el menor, es cómo acceder al torrente de informaciones que fluyen sin control y cómo utilizarlas de una forma racional y crítica, es decir, separada de la carga de manipulación con la que llegan acompañadas.

Convergencia y multimedia

'Convergencia' y 'multimedia' son también dos conceptos mágicos íntimamente ligados a la SI (sociedad digital). La sociedad digital es convergente, es decir, confluyen en ella muchas disciplinas, tareas y especialidades del saber y del hacer que antes acostumbraban a funcionar por separado. La reflexión teórica sobre estos fenómenos nos conducirá hacia una nueva epistemología. De momento apreciamos que debido a la digitalización, la convergencia tecnológica es una realidad incontestable, aunque todavía no hayamos sabido o podido aplicarla y utilizar muchas de sus potenciales ventajas.

La base tecnológica de la convergencia conduce a las interrelaciones y actividades económicas y a planteamientos en clave multimedia, entendido este fenómeno como la unión de las diferentes tecnologías en una única plataforma (radio, televisión, ordenador, teléfono móvil de tercera generación) o como la existencia de grupos (empresas) que crean y explotan varias clases de negocios de comunicación (periódicos, revistas, emisoras de radio, cadenas de televisión, medios digitales, portales de Internet). Esto supone la apertura y adaptación a nuevos planteamientos teóricos y de mercado.

Así lo entiende Henry Jenkins al definir la convergencia de medios como «el flujo de contenidos a través de múltiples plataformas mediáticas, la cooperación entre múltiples industrias y el comportamiento migratorio de las audiencias, dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento».

La convergencia también ha sido responsable, por ejemplo, del declive de los periódicos en papel a medida que los lectores han migrado hacia Internet y los diarios han sufrido drásticas

Fundación Telefónica
Telefónica

reducciones en sus ingresos publicitarios. Aquí cabe perfectamente la referencia a las teorías de la 'mediamorfosis' de Roger Fidler.

La convergencia ha cambiado además la forma de vivir la comunicación dentro de los grupos sociales. Mientras las comunidades digitales trabajan de forma descentralizada y basada en 'prosumidores' (productores-consumidores, consumidores de contenido que también los producen), los medios tradicionales tienen una estructura de trabajo y poder altamente concentrada. Los 'prosumidores' rompen con el esquema de personas anónimas que reciben pasivamente los contenidos que les llegan por la radio o la televisión. Ellos interactúan con su programación en tiempo real gracias al PC o a la plataforma a través de la que estén consumiendo contenidos (PDA, móviles, consolas de juegos, etc.), suben vídeos, envían fotografías y forman parte de una comunidad digital.

Comunicación móvil y redes

Por otra parte, la comunicación a través de dispositivos móviles integrados, especialmente el teléfono móvil, está cambiando radicalmente la forma de experimentar la comunicación y plantea, a la vez, consideraciones teóricas que se están llevando a cabo con cuentagotas. Podrían citarse en este sentido las aportaciones de Mauricio Ferraris (y su 'ontología de la distancia') y Peter Sloterdijk, con sus paradigmas de la comunicación móvil.

Movilidad y nuevas pantallas son ahora la base de la comunicación. El espectáculo no ha hecho más que empezar. A finales de la primera década del siglo XXI, el uso de Internet concierne con creces a la cuarta parte de la población mundial. En este universo, los amigos de redes sociales como MySpace, Youtube, Facebook, Bebo y otros, se cuentan por millones. Son los nuevos 'webactores', que coinciden con la llamada generación digital y que pretenden crear nuevos valores en la comunicación.

Tim O'Reilly, habla de Web 2.0 para referirse a la Internet de las redes sociales, aunque Don Tapscott prefiere usar el término *wikinomics* por su cercanía a la *Wikipedia*, fenómeno referido al paradigma de red social en su más alto nivel teórico.

Los enlaces son la esencia de la Red. Así lo sostenían ya en 1990 Tim Berners-Lee y Robert Caillau, pioneros de la Web. Es más, los enlaces crean las redes. Lo dice Laszló Barabási (2002), uno de los mascarones de proa de la jovencísima 'Ciencia de las redes'. Las redes son la nueva geometría del mundo moderno.

El orden dentro del caos

Este sistema, totalmente caótico, ha dado lugar a un nuevo tipo de organización denominada 'folksonomía', que se presenta bajo la forma de 'nubes' de información y no de jerarquías, las cuales, en vez de diseñarse a priori se desarrollan de forma orgánica y no pertenecen ni están controladas por nadie. Veámoslo por el lado positivo. Es evidente que compartimos «una situación cargada de riqueza», señala, por ejemplo, David Weinberger(2007).

Fundación Telefónica
Telefónica

Y llegamos, por fin, adonde queríamos llegar. No es extraño, por todo ello, que compartamos con Zygmunt Bauman la teoría del pensamiento líquido, que se caracteriza «por ser una cultura de la discontinuidad y del olvido; que no educa en la reflexión con profundidad ni en la actitud de búsqueda, sino en la ojeada fugaz. No hay convicciones firmes, sólo opiniones diletantes que pueden cambiar enseguida en la política y en el debate intelectual».

En la última encrucijada de la SI todo es líquido, inconsistente, evanescente. Las condiciones de vida y de acción o las estrategias de respuesta se modifican con tal celeridad que no pueden consolidarse ni traducirse en hábitos y costumbres. Nuestro mundo avanza vertiginosamente pero sin rumbo, cambia compulsivamente pero sin consistencia. No hay tiempo para que las cosas echen raíces. La precariedad es el signo de nuestro tiempo. Siempre hay que estar empezando y terminando.

Fundación Telefónica
Telefónica