



Laboratorio de Ciberculturas

Coordinador: **Marcelo Urresti**

Encuentro 2 –11/03/2010

Escuela Técnica Nº 32 Gral. José de San Martín DE 14

Tema:

Internet ¿es un medio de comunicación? Públicos, audiencias y usuarios

Palabras claves:

Internet - medios masivos de comunicación – televisión – radio – comunidad – simultaneidad - sociedad de masas – usuarios – publicación – zapping – público masivo – televisión cerrada – géneros – comunicación – fragmentación – individualidad – información - almacenamiento

Marcelo Urresti: En esta reunión vamos a entrar en otras cuestiones que tienen que ver con un segundo gran conjunto de temas vinculado con lo que llamamos **públicos, audiencia y usuarios**.

Como se imaginan, detrás de cada medio de comunicación hay una promoción directa o indirecta de formas de sociabilidad. **Desde el punto de vista de las ciencias sociales, lo que internet está ofreciendo –de acá en más vamos a hablar concretamente de internet y de lo que ocurre dentro de internet– son nuevas formas de sociabilización que están afectando los modos tradicionales. En consecuencia estas nuevas tecnologías nos plantean preguntas acerca de cómo funciona la sociedad misma.**

Sociología de la comunicación

Voy a hacer un poco de historia para poder desarrollar el tema de la sociología de la comunicación. La primera cuestión a considerar es qué es la comunicación. La respuesta a esta pregunta fue planteada de diversas maneras.

Es probable que muchos de ustedes conozcan un esquema que se hizo famoso, que es el esquema básico de la comunicación que por el año 1936 desarrolló **Roman Jakobson**. A este esquema se lo llama “esquema formal de la comunicación” o “esquema de base informacional de la comunicación”. Tengámoslo en mente.



Este esquema está compuesto por seis grandes elementos. La comunicación supone esos seis grandes elementos básicos funcionando.

El primero de todos es el *emisor*. El elemento número dos, conocido como *receptor* o *decodificador*, es quien recibe la emisión. Entre el emisor y el receptor se plantea una relación que tiene, básicamente, un *mensaje* (tercer elemento) de por medio.

Para que el mensaje circule entre el emisor y el receptor, tiene que haber un medio físico, al cual Jakobson llamó "*canal*" (cuarto elemento). Para que el mensaje circule, debe haber un canal físico de llegada. Ese canal puede ser auditivo -por ejemplo, el que estamos utilizando nosotros ahora en nuestra charla-; puede ser de asiento gráfico; puede ser visual; puede ser audiovisual -por ejemplo, el tipo de mensaje de la televisión o el cine-. Este cuarto elemento, el canal, es de orden físico.

Para que la comunicación suceda tiene que haber además un *código* (quinto elemento) compartido entre emisor y receptor. Es por eso que al emisor también se lo llama *codificador* y al receptor *decodificador*. Si el emisor y el receptor no comparten el código, no se van a poder comunicar; no va a haber vínculo comunicativo. Ese código es justamente un conjunto de equivalencias que permiten traducir la intención comunicativa del emisor en un formato estándar que hace que el receptor pueda reconocerlo y recibirlo como tal. Es decir que el código es siempre inmaterial, al contrario de un elemento como el canal que es material. El código es el quinto elemento entre estos elementos básicos sin los cuales no se puede producir comunicación.

El sexto elemento es un elemento ambiguo, porque tiene doble valor. Es el *contexto*. El contexto es aquello en lo cual el mensaje circula, más allá del canal físico. Es la **situación comunicativa** general que el emisor y el receptor tienen en común, además del canal y del código. El contexto es el elemento por el cual todos los anteriormente nombrados se vinculan, además de ser aquello de lo que 'habla' el mensaje. El mensaje

siempre está hablando de algo “contextual” o referencial (éstas dos variantes son de acuerdo a las traducciones que se tomen del trabajo de Jakobson). En principio, la referencia tiene que ver con aquello de lo que el mensaje está hablando. Podríamos decir también, “el contenido” del mensaje.

Para que haya comunicación tiene que haber todos estos elementos. Si alguno de ellos faltase, no habría comunicación.

Este esquema que plantea Jakobson muestra que funciona para cualquier cosa. Se lo puede aplicar incluso en la comunicación con máquinas. Se puede llevar el esquema de la comunicación de Jakobson al contexto de máquinas inteligentes que toman decisiones a partir de señales emitidas por otras máquinas inteligentes, o sea por otros dispositivos técnicos que transmiten señales adecuadas. Si ustedes se fijan, para estos casos funciona también el mismo esquema.

Pensemos en un sistema de semáforos: la comunicación que hay entre el sistema rector de los semáforos y el semáforo tal, es una relación de comunicación en la cual uno es el emisor y el semáforo es el receptor. El canal es el conjunto de cables y de todo tipo de circuitos que hace que haya contacto o comunicación entre uno y el otro, recuerdan que dijimos que el canal físico es el medio por el cual circula el mensaje. Es decir, los seis elementos son formalmente aplicables a cualquier esquema comunicativo: hombre-hombre, máquina-máquina, hombre-máquina. Pero tienen que estar allí estos seis elementos en juego.

¿A qué viene esto y cuál es su utilidad? Este esquema funciona muy bien y muy claramente siempre que haya una relación comunicativa básicamente de uno a uno, de par a par, pero podemos imaginar situaciones de comunicación en las cuales haya mediaciones. Para entender cómo funciona la comunicación llamada “mediada” se tiene que sumar un elemento más. **Además de la relación entre personas, que se plantea directamente, se puede imaginar un esquema comunicativo en el cual la relación de comunicación entre unos y otros esté siendo mediada por otro artefacto técnico, que trae al esquema un séptimo elemento.** Además del canal físico, podemos pensar en un medio de comunicación. Obviamente Jakobson decía que, en última instancia, todo se reduce a seis. No deja de tener razón; pero hay una forma de comunicación que se distingue fuertemente de la otra; es la que se da cuando entre dos personas media una máquina; es decir, cuando el vínculo es persona-máquina-persona.

Si bien el esquema sigue siendo de seis elementos, a partir de la máquina todas las formas de comunicación *mediadas* son aquellas en las que aparece un artefacto –una creación humana, una técnica por decirlo también de una manera imprecisa- que se interpone en el canal de modo tal que esa comunicación tiene un elemento más. Por ejemplo, en la comunicación escrita hace falta necesariamente -además del código que utilizamos para comunicarnos (que es la lengua y eventualmente su decodificación gráfica que es la escritura)- un elemento de mediación. Ese elemento de mediación que se suma a los anteriores es el asiento del papel, el medio gráfico a través del cual las intenciones comunicativas de uno llegan a la decodificación del otro. Pero podemos imaginar medios todavía más complejos, como por ejemplo, los medios eléctricos que empiezan a tener su aparición masiva a mediados del siglo XIX y comienzan a aplicarse a la comunicación entre las personas.

El caso típico es el del telégrafo. El telégrafo con hilos supone una mediación que es algo más que el canal, es toda la parafernalia técnica que hace que el canal tenga esas características y no otras; esa manipulación eléctrica que permite que a través de pulsos eléctricos decodificados después del otro lado de ese canal puedan ser vueltos a traducir en un mensaje.

A partir de la telegrafía es que empiezan a desarrollarse los medios modernos de comunicación; en primer lugar con la telegrafía con hilos y luego con la llamada telegrafía sin hilos que permite entre otras cosas la emisión de ondas electromagnéticas entre puntos geográficamente distantes y obviamente la aparición de todo lo que se conoce como medios electrónicos modernos que a partir de entonces van a empezar a generar vínculos comunicativos hasta el momento inexistentes.

Cuando aparece la electricidad -como dijo un famoso teórico de la comunicación, Marshall McLuhan- es que comienzan a tener saturaciones fuertemente asimétricas los que emiten por un lado y los que reciben por el otro. Para decirlo técnicamente, fuertemente asimétrico se traduciría como aparición de las masas. La sociedad moderna contemporánea es básicamente una sociedad de masas. ¿Por qué? Porque comienza a vislumbrarse un ámbito de la comunicación en el que son pocos los que emiten y muchos los que reciben.

Este es el origen de los medios electrónicos de masas, entre los cuales el de aparición primaria y mayor difusión fue la radio, en los años '20 y '30. Luego junto con el cine sonoro a partir de los años '30 se convierten en verdaderas fuentes masivas de vinculación entre personas. Finalmente, a fines de los años '40 y principios de los '50, aparece la televisión en todo el mundo.

Los medios masivos de comunicación

Estos medios van a cambiar completamente la forma que tenían las sociedades hasta ese momento, porque estos medios masivos de comunicación contribuirán a generar lazos sociales mediados a través de máquinas comunicativas, algo que hasta entonces no existía. Hay como una especie de edición previa a todo esto de la construcción de audiencias masivas de públicos también masivos en la prensa escrita, pero hay que tener presente que en la historia la alfabetización fue mucho más lenta que la difusión de estos medios y que se desarrolla fuertemente en las sociedades contemporáneas recién a partir del siglo XX. Si bien existen medios comunicativos como los de la prensa escrita que empiezan a plantear tempranamente esta relación de pocos emisores por un lado y de muchos receptores por el otro, hay que esperar hasta el siglo XX para que esto tenga un carácter fuertemente masivo, porque las capacidades de lectoescritura de la población tienen un crecimiento mucho más lento que las posibilidades de ese medio. Todo ciudadano de alrededor de los años '20 o '30, vivió esta construcción de público de masas, como se dice en la historia de las sociedades contemporáneas, para que surjan estas sociedades masivas, o mejor dicho, sociedades de la comunicación masiva. Es decir, un público crecientemente lector que se relaciona con medios escritos, pero básicamente un público que se relaciona con medios que transportan la voz a grandes distancias de muy pocos emisores a muchísimos receptores. Este escenario se da primero con la voz, y luego con la voz y la imagen.

Este capítulo es interesante para plantear el peso que van a tener básicamente la radio y la televisión en la conformación de estas sociedades de masas. ¿Por qué? Porque como dicen algunos autores, entre los cuales se destaca McLuhan, antes de la existencia de estos medios masivos de comunicación, las masas no existían. Las sociedades, por lo menos en lo que es el vínculo individuo-sociedad, tenían una relación relativamente desarticulada. Si tomamos en cuenta el peso que comenzarán a tener estas grandes agencias comunicativas, **con el paso del tiempo esa relación entre individuo y sociedad se vuelve cada vez más fuerte, más cercana; cada vez más presente y cotidiana. Cuando la gente está sometida a la percepción de mensajes comunes empieza a tener una idea de comunidad mucho más fuerte.** Esto comienza a generarse entre las dos guerras mundiales, pero se profundiza especialmente después de la extensión de la televisión.

La televisión

La televisión de hecho es el gran sistema comunicador mediado de masas por excelencia. La historia de la televisión –lo que refiere al modo en el que se produce y el modo en el que se distribuye el mensaje televisivo- va a ser fundamental para explicar las sociedades contemporáneas, y, aunque les parezca mentira, para entender lo que va a pasar después con internet. **Por así decirlo, la televisión es una especie de antecedente de lo que después va a ser internet. Muchas de las transformaciones internas que va sufriendo la televisión van a ser el modelo sobre el cual se va a construir internet como medio de comunicación.**

En este sentido, la historia de la televisión es una historia muy interesante porque es la base de la construcción comunicativa de las sociedades contemporáneas en las cuales irrumpe internet. Por esa cuestión se vuelve crucial entenderla. Así como durante la reunión pasada apelábamos a la historia de la microelectrónica, a las posibilidades técnicas de las comunicaciones y a la evolución de las máquinas de computar como la base necesaria para entender qué pasa con internet en términos tecnológicos duros, **hay que entender qué pasa con la historia de la programación televisiva de acuerdo a sus posibilidades técnicas pero también a sus posibilidades de producción para comprender qué es lo que va a pasar con internet en nuestro tiempos. Internet podría haber tenido otras características. Las que tiene se relacionan obviamente con una sociedad mediada por las comunicaciones de masas.** Esto es un poco lo que quiero mostrarles con la evolución de la televisión.

El primer modelo de la televisión, muchos de ustedes lo recordarán, es un modelo que se llama “cerrado”, con características muy específicas. En primer lugar, es una televisión de aire que tiene pocas señales. Se trata de señales relativamente controladas por focos de emisión unificados, normalmente, los sistemas estatales de comunicación. En casi todo el mundo, salvo en Estados Unidos, la televisión depende del estado. Obviamente, el espacio radioeléctrico, como ustedes sabrán, siempre depende del estado en todo tiempo y en todo lugar; lo que pasa es que hay distintas maneras de gestionar su distribución. Estados Unidos es el caso típico del sistema más liberal que se conoce, orientado a la propiedad privada de medios de comunicación. En el resto del mundo, la televisión está fuertemente controlada por el estado. Pensemos como modelos a la televisión francesa, o a la BBC de Londres; ni qué decir del desarrollo que tuvieron los medios de comunicación en lo que fue llamado el bloque de los países socialistas. En el

bloque soviético esto se dio de otra manera también; allí directamente el monopolio del estado es completo.

Si bien se pueden pensar sistemas mixtos, en todos los casos son sistemas mixtos que dependen de la programación básica hecha por estados nacionales. Esos estados nacionales obviamente explotaban las posibilidades técnicas que tenía el espacio radioeléctrico tratado técnicamente hasta ese momento. Es decir, no se tenían mucho más de cinco o seis señales televisivas de aire que, por lo general, dependían del estado. A esas cinco o seis señales se les llama "sistema cerrado de televisión" porque no permitían otras posibilidades. Si uno quería buscar otras posibilidades, tenía que hacerlo fuera de ese medio. ¿Qué le quedaba a uno? En todo caso, la radio. Si no, por fuera de los sistemas electrónicos, quedaban los sistemas gráficos, pero no mucho más. El esquema de la televisión era un esquema cerrado además, porque en ese momento está copiando el modelo de la radio.

En ese sentido, es muy interesante la discusión histórica que se hace sobre los medios. Siempre se dice que lo que hacen al principio los medios novedosos hasta que encuentran su propio lenguaje es copiar las formas de los medios anteriores.

Seguramente habrá aquí profesores de Literatura o alguno de ustedes que tenga algún interés en la literatura. Sabrán, y si no les cuento yo rápidamente, que el formato primero de la radio proviene de los medios gráficos. La distinción de espacios comunicativos que existe en la primera radio es la de los medios gráficos. No había otro modelo para pensar la forma comunicativa de la radio. No es casual que, por ejemplo, se hicieran divisiones entre grandes paquetes discursivos (como podríamos llamarlos hoy en día): por un lado la información y por otro lado, el entretenimiento.

Con, eso sí, una novedad: sumar la voz y sumar la música, que es algo que antes no existía pero que empieza a formar parte de esas dos grandes esferas comunicativas que conocían hasta el momento los medios gráficos. De alguna manera, la radio está copiando al diario. ¿Qué copia del diario? El informativo por un lado y el melodrama por el otro. Esta es la base de lo que con el tiempo será la radio-novela. La lectura de folletines como género, la radio-novela, reconoce al folletín previamente entregado con los diarios, que era algo así como la base del entretenimiento popular.

Con el paso del tiempo y siguiendo esta lógica, cuando empieza a programarse la televisión se hace en primer lugar sobre la base existente de la radio, porque no había otros modelos. ¿Cómo se divide su programación? Casi del mismo modo en que lo hacía la radio en ese momento. Tampoco es casual que todas las grandes estrellas de televisión de los primeros años provinieran de la radio. La televisión es de hecho una continuación de la radio; es más, está pensada como radio con imágenes.

No sé si alguno de ustedes vio alguna vez programas antiguos de televisión, allí se veía a las mismas personas de la radio con la cámara puesta adelante. Con el tiempo eso se fue independizando, con medios técnicos fueron logrando cosas distintas, pero al principio la televisión era radio hablada. La hacían las mismas personas que hacían las mismas cosas, sólo que con imágenes.

Docente participante: Lo novedoso tanto de uno como de otro era que en ninguno de los dos casos era necesario que los sectores fueran alfabetizados.

Marcelo Urresti: Por eso los países que estaban alfabetizados siguieron teniendo grandes masas de lectores que hacían crecer la industria editorial, y los países que no estaban lo suficientemente alfabetizados vieron crecer con mucha mayor fuerza el entorno de la radio y la televisión, justamente porque no exigían capacidades lecto-escriturarias. Era una manera de recibir el diario a través de la radio y de la televisión. Es una constante en las sociedades contemporáneas que llega hasta nuestros días.

Volviendo al tema anterior, la televisión tiene una característica muy importante para el tema que vamos a desarrollar también la próxima reunión. Esta característica es muy importante para pensarla como medio: es algo que se llama **constante genérica**. ¿Qué es una constante genérica? Lo voy a anticipar ahora, pero lo voy a desarrollar bien la próxima reunión. **Una constante genérica tiene que ver básicamente con el tipo de comunicación que prima en determinado segmento de la programación. En este sentido se puede, por ejemplo, reconocer un discurso típicamente informativo, un discurso típicamente de entretenimiento o un discurso directamente lúdico. Uno podría decir que son tres constantes genéricas distintas.**

También se pueden imaginar otras, por ejemplo, según la audiencia a la que están orientados (por caso, los programas infantiles). Generalmente, los programas infantiles no están destinados a todos los que están frente al medio en ese momento. Otro ejemplo son los programas específicamente destinados a la mujer, con problemáticas típicas de la mujer en el hogar. Y así sucesivamente.

Podemos imaginar formas comunicativas que por cuestiones temáticas en primer lugar y en segundo lugar argumentativas –por el modo en el que se presentan- y retóricas –por el tipo de estética que tengan detrás- van a definir paquetes comunicativos que tienen constantes. Esto es lo que se llama constante de género. Uno sabe que está mirando un programa infantil cuando el receptor supuesto en ese mensaje es infantil, y es la hipótesis sobre la cual se confeccionó ese tipo de mensaje. Evidentemente, nos damos cuenta que algún programa es para niños o para mujeres en el hogar de acuerdo a los temas que allí se presenten, al modo en el que se presentan y a la cuestión estética que los vincule.

El sistema cerrado de televisión (acá vuelvo un poco con el tema, después de haber hecho un pequeño paréntesis, una nota al pie) es un esquema cerrado en las constantes genéricas. ¿Qué quiere decir esto? Que a las mismas horas se ven los mismos tipos de géneros, igual que ocurre con la radio. Si ustedes se fijan, verán que tienen un formato tradicional. Los noticieros o programas que tienen interés informativo, más allá de los llamados “flashes” que son a cada hora, siempre van entre las 6 y las 8 de la mañana, las 9 a más tardar; al mediodía (entre las 12 y las 13); y a la noche –más o menos entre las 20 y las 22 hs.-. Van a ver que después de los informativos, normalmente la programación continúa con lo que se llama los “programas de revista”. No es casual que a muchos programas les llamen “de revista”, porque combinan cuestiones informativas con cuestiones de actualidad, con consejos (por ejemplo, imaginemos un consejo sobre cómo cuidar una alfombra, cómo criar mejor a los hijos, cómo evitar problemas matrimoniales vinculados a tal o cual cosa, etc.). Estos programas no son del orden de lo informativo, sino del orden de lo persuasivo, si se quiere. Obviamente también hay entretenimiento en los programas de revista y variedades, casi como siguiendo las secciones que hay en una revista común de variedades: un poquito de información, pero

no toda; un poquito de entretenimiento, pero no todo; un poquito de consejos y así sucesivamente.

Van a ver que normalmente después de los programas informativos siguen tradicionalmente los programas de entretenimientos y luego de éstos los típicos programas para audiencias específicas (para chicos, por ejemplo). Como ustedes pueden ver los programas para chicos en la radio y en la televisión tradicional no ocupan cualquier lugar sino que están normalmente pensados para los momentos en que los chicos vuelven de la escuela. Tradicionalmente, el horario del almuerzo y el de después de las 5 pm.

La parte media de la tarde es en general el momento que se le destina a la ficción. Estos programas de ficción provienen de la radionovela, que después se transformó en telenovela.

Así –con estas constantes genéricas- funciona la televisión por lo menos hasta el año 1975 o hasta los años '80, según el país. ¿Qué quiere decir esto? El modelo es cerrado porque si yo cambio a otro canal, en el otro canal y en todos voy a encontrar la misma constante genérica. Si no me gusta el canal 9 entonces cambio al 11 y luego al 13, voy a ver que en la hora del informativo, todo es informativo y que en la hora del magazine todo es magazine, en la hora del programa para la mujer todo es programa para la mujer; y así sucesivamente. Hay una especie de acuerdo con la población que se da por horas del día. Este acuerdo se establece con la población que se supone que está vinculada con el medio en el hogar en ese momento. Entonces, la constante genérica por hora es cerrada completamente.

Otra cuestión importante de este sistema, además del hecho de que tiene solamente cuatro señales genéricas importantes, es que tiende a “producir” (esto dicho entre comillas) un sistema nacional de referencias. Éste es un punto muy importante en la televisión cerrada, porque va generando un público de características nacionales al irlo moldeando con información local –entre la que se cuentan noticias nacionales y noticias extranjeras; producciones nacionales y producciones extranjeras; etc.-. Se trata de una información que todo el tiempo está haciendo una especie de puntuación entre lo que es de adentro del país y lo que es del extranjero.

En la medida en que esto se va repitiendo con la misma forma todos los días de la vida, va generando expectativas de recepción comunes entre los receptores. **Por lo tanto se está de alguna manera generando una sociedad homogénea en términos de mensaje, o, sino, homogénea en términos de constante genérica. Esto quiere decir que los receptores de alguna manera se van habituando a condiciones de recepción que los van preparando para relacionarse con los medios de manera eficaz. Existe una especie de eficacia en el modelo cerrado de producción de grandes masas de receptores comunes.**

Obviamente, esto comienza a verse sacudido en los años '70 y con más fuerza en los años '80 cuando empiezan a aparecer las nuevas señales televisivas con lo que se ha llamado en algunos casos para oponerlo a la televisión antigua “neotelevisión”. En otros casos se la ha llamado “televisión segmentada” y “televisión por audiencias” (o televisión por target, como se le suele decir también). Esta televisión supone otro tipo de

programación. Esta segunda fase en la evolución de la televisión supone en casa los mismos aparatos pero un funcionamiento completamente distinto en términos sociales, en términos de quiénes son los que están del otro lado del televisor, cómo se relacionan con el medio y cómo se relacionan con los contenidos que ese medio está emitiendo.

En términos físicos, el medio no cambió demasiado, pero empieza a cambiarse la forma de distribución. En principio, comienza a aparecer el cable. Muchos de ustedes sabrán y habrán vivido en su propia experiencia personal la aparición del cable. Lo importante es que con el cable aparece lo que se llaman las “señales segmentadas” y se empieza a romper poco a poco la constante genérica. Los géneros siguen existiendo pero ahora son simultáneos y transmiten ya no siguiendo los ritmos supuestos de los miembros diversos del hogar en distintas horas, sino que comienzan a romper un poco con esa relación por así decirlo “feliz” entre medio, familia, trabajo y escuela.

Poco a poco estos nuevos medios técnicos que hacen a la distribución vía cable, van a permitir que aparezcan más señales de televisión en los hogares. Además de ese número de señales que crece astronómicamente otra cosa que aparecerá son las señales con constantes genéricas propias: los canales informativos, los canales destinados exclusivamente a la mujer, los canales de entretenimiento, los canales para niños, los canales para adolescentes.

Si ustedes se fijan en la medida en que va evolucionando la distribución completa de los medios, se va minando de alguna manera la constante familiar que estaba detrás del medio del modelo cerrado. Poco a poco el medio se va volviendo más diverso, más complejo y obviamente va relacionando de una manera muy distinta a los receptores con él. Imagínense que en el modelo cerrado cuando alguien no estaba de acuerdo con la programación la única opción que le quedaba era la de desconectar, no había otra opción además de esa. Con el paso del tiempo y en la medida también en que aparece otra tendencia que es el aumento de aparatos por persona, esta capacidad de generar frustración que tenía el medio antiguo va desapareciendo porque si el espectador no está de acuerdo con lo que ve, no le interesa, o prefiere otra cosa puede dedicarse a buscar, más si hay más de un televisor por hogar.

Les doy un ejemplo: en el último estudio de audiencia general del sistema de medios que se hizo en la Argentina, para que ustedes se den una idea, el 96% de los hogares argentinos tienen televisión, al menos un aparato. El 73% tiene al menos dos, y el 56% tiene tres o más. Si el tamaño medio del hogar argentino, para que se den una idea, es 3,2 personas más o menos, las estadísticas anteriores (que no se distribuyen por modelo de hogar) quieren decir que, sin abusar demasiado de las estadísticas, se puede establecer que hay una tendencia a un televisor por persona. Obviamente, hay lugares en donde hay tres televisores para seis personas. Esto es así y hay gráficos de dispersión que lo muestran.

En principio la tendencia es que se va de un tipo de audiovisión familiar como la que funcionaba hace 25 años, antes del cable y cuando había pocos aparatos de televisión, hacia un tipo de audiovisión más individual en la cual distintos miembros de la familia pueden estar viendo simultáneamente cosas distintas en televisores distintos y en ámbitos distintos de la casa. ¿Qué supone esto? Que con el tiempo el tipo de audiencia que producía la televisión cerrada empieza a convivir con otro tipo de audiencia mucho

más fragmentada y más segmentada, que es la que generan estos nuevos sistemas de cable. ¿A qué voy con esto? **A que el verdadero suelo en el que internet se estimula y crece es el de una sociedad en constante fragmentación. Por lo menos, desde el punto de vista comunicativo, tiende a la fragmentación y a la individualidad.**

Es decir, si el sistema anterior era muy cerrado y, algunos dicen, muy autoritario, porque no permitía opciones y tendía a construir grupos homogéneos, los sistemas contemporáneos de televisión segmentada tienden a producir, obviamente, audiencias segmentadas. Ya no se tratará solamente de, por ejemplo, distinciones por género (varones por un lado, mujeres por el otro) sino que también van a empezar a aparecer las distinciones por edad. Niños, adolescentes y jóvenes empiezan a distinguirse con canales propios primero y después con el tiempo, con programación específica porque una de las cuestiones que acompaña a la televisión segmentada es la investigación aplicada a la producción de audiencias.

Con el paso del tiempo, los medios tienden a fragmentar cada vez más sus audiencias. ¿Por qué? Porque es conveniente, en lugar de tener una gran audiencia indiferenciada, tener personas que están muy comprometidas con señales muy específicas pero tenerlas atrapadas y completamente presentes y atentas frente a lo que les interesa.

La hipótesis de producción de audiencias empieza a diversificarse. No es que la producción de grandes audiencias ya no le importe a nadie; importa, lo que pasa es que es demasiado poco específica.

Les doy el ejemplo de un caso que afecta especialmente a las televisiones comerciales, de las cuales Argentina es muy buen ejemplo (una televisión casi completamente comercial, salvo por dos emisoras). Para los anunciantes, por intereses comerciales, la necesidad de la segmentación del target se vuelve cada vez más estratégica. Entonces, en muchos casos, si el anunciante no vende un producto masivo –por ejemplo, si vende unas zapatillas específicas para adolescentes de tal tipo- no le conviene que lo vean 5 millones de personas que tienen más de cuarenta años. Es conveniente para ese anunciante ir específicamente a un grupo de adolescentes que, aunque sean 20, están en condiciones de comprar esas zapatillas porque les interesaría. Entonces, es mejor adaptar todo el medio a satisfacer una demanda muy puntual con el fin de que sea cautiva y así tener una relación muy aceptada, muy eficaz y sin competencia. Un poco la forma de la explotación de la televisión segmentada va por un lado completamente distinto. Esta es la tendencia general según la cual se arma la programación: tratar de aislar grupos antes de que construyan grandes audiencias.

El resultado: en pocas palabras, tendencia hacia una audiovisión de tipo fragmentada, de un grupo homogéneo –en el fondo, individual-. Esto es, en última instancia, más que una lucha por el rating general, una lucha por el rating segmentado. Sigue habiendo algunos canales de aire que van a buscar más que nada el gran rating, la gran audiencia; pero lo van a hacer en un contexto cultural en el cual las personas están habituadas a huir rápidamente de una señal que no los satisface. No es como antes, cuando había una especie de inercia mental que llevaba a permanecer viendo una señal. La inercia mental actual no es ésta. Por eso van a ver ustedes que los grandes programas –los programas con gran audiencia- en el fondo lo que tienen es un cambio de estímulo constante. Esta es una manera (no lo digo yo solamente, lo dicen otros autores serios),

una creciente tendencia a volverse heterogéneos de tal modo que le puedan interesar, sin distinción de edad, de género o de clase social, a mucha gente muy variada.

Es en este contexto entonces que (aquí viene lo que es interesante para entrar en el tema de internet propiamente dicha) se va pasando del público a la audiencia y de la audiencia -como modelo, como hipótesis de comunicación- a un usuario, que es casi puntual. A ese usuario se lo trata de buscar por sus intereses más profundos y personales más que por la capacidad o no de estar frente a un medio, frente a un mensaje general. Ese usuario que es, justamente, difícil de conquistar, es un usuario en principio cambiante, nervioso, multi-estimulado. Pensemos que aquí están conviviendo el antiguo sistema cerrado con el sistema segmentado y con el paso del tiempo con el sistema orientado hacia la puntualidad, hacia el individuo.

Esto es algo que se viene desarrollando desde hace por lo menos quince o veinte años con una práctica muy común que todos hacemos en nuestras casas, que es el **zapping**. El zapping, por decirlo así, es la dinámica de construcción que tiene el usuario frente al mensaje televisivo. El espectador permanece el tiempo que le interesa y cuando ya no le interesa, cambia el canal. Cuando hay un cambio, como pasaba en otras épocas hacia la tanda publicitaria, el espectador se va rápidamente del canal buscando otra cosa. Puede llegar a ver dos cosas juntas. Desde el punto de vista cultural, el tipo de vínculo social y el tipo de sujeto receptor que se está generando no tiene nada que ver con las antiguas masas, mucho más constantes y mucho más concentradas. Hoy en día el sujeto receptor es mucho más móvil y más nómada, por decirlo así.

Internet

En este contexto es que aparece internet. Podríamos decir que internet es el modelo comunicativo por excelencia orientado hacia un individuo puntual ¿Por qué? Porque, como dicen muchos autores acerca de este esquema, en internet se invierte el esquema comunicativo. La comunicación no se dirige desde el emisor hacia el receptor con una hipótesis en el emisor. Hay un autor muy famoso que se llama **Dominique Wolton**, autor que yo les puse en la bibliografía, que es uno de los que con más fuerza defiende esta hipótesis. **El dice que internet ha dejado de ser un medio de comunicaciones porque no tiene la estructura de un medio de comunicación. Esto es así en primer lugar porque no hay intención comunicativa, es decir, no hay intención de llegar a un receptor x. Lo que hace internet es facilitar la publicación de usuarios específicos.** Esos usuarios pueden ser personales, institucionales, empresariales o corporativos; pero no hay una intención comunicativa en el sentido fuerte en que la hay en los medios masivos de comunicación tradicional, porque tampoco tiene por detrás una hipótesis de audiencia ¿Quiénes forman la audiencia a la que está orientada tal o cual publicación en un medio de internet? **Eso nunca queda claro; es más, por otro lado empieza a aparecer algo que se viene dando con fuerza a partir del segundo modelo de la televisión pero que explota completamente con internet, que es la ruptura completa de las fronteras nacionales primero, luego de las fronteras grupales que se supone que esas naciones están de alguna manera cobijando y después de la relación tiempo-mensaje.**

Algo que es muy fuerte en los medios masivos tradicionales es la sensación de simultaneidad: cuando yo estoy viendo este mensaje o estoy conectado con este medio, de forma imaginaria tengo en mente que hay otros que están haciendo lo mismo que yo.

Ésta es la hipótesis por excelencia en el modelo cerrado –la de pertenencia imaginaria a un grupo común-. Por eso cuando uno se pregunta qué tipo de sociedad construye internet, vemos que es un tipo de sociedad que no tiene nada que ver con el que construye la televisión. Si pensamos en la sociedad como un fenómeno imaginario de simultaneidad o de pertenencia simultánea a un grupo abstracto, con el paso del tiempo esa condición se va debilitando a medida que los medios se van segmentando. ¿Por qué? Porque esa configuración que se hace de la pertenencia común en simultáneo es cada vez más débil. Hay cada vez menos sustento a la hipótesis de que en el momento en que yo estoy haciendo esto otros lo están haciendo conmigo. Entonces por esa razón es que la idea de audiencia en internet se va debilitando. En todo caso lo que se tiene de simultaneidad es difuso en lo que son las páginas web, es concreto en lo que es la comunicación par a par (cuando estoy conectado con otro que está haciendo lo mismo que yo en otro lado). Pero en este último caso **internet no está funcionando como un medio masivo de comunicación sino como un medio interpersonal de comunicación mucho más parecido a un teléfono de conferencias. Si lo analizamos desde el punto de vista técnico, más que un grupo o una masa, lo que hay detrás es la vinculación entre sujetos que están teniendo un medio común.**

En este caso la pregunta que siempre se hace es “¿qué tipo de sociedad genera internet?”. Evidentemente, una sociedad de la comunicación a destiempo. Ésta es la primera hipótesis que surgió. Es decir, es una sociedad de comunicación siempre asincrónica. Un segundo punto es que no se da nunca en grupo, eventualmente, en comunidad, pero nunca en grupo. Es decir, si se rompe la idea de sincronía, empieza a aparecer lo que se llama “comunidad difusa”. Esta comunidad es una comunidad de estancia más que de pertenencia. Es una comunidad de, en todo caso, coincidencia más que de búsqueda.

La tercera cuestión que es importante en todo esto es que en la medida en que las trayectorias en internet son virtualmente infinitas porque la complejidad de los estímulos por los cuales se puede transitar son virtualmente infinitos, la ocasión de coincidencia entre dos trayectorias tiende a ser remota. Pensemos en el caso del modelo cerrado. En el modelo cerrado hay altas probabilidades de que un número importante de personas tenga los mismos estímulos comunicativos y culturales. ¿Por qué? Porque son pocas las opciones, porque todos están de alguna manera encerrados en las constantes genéricas y porque además la forma de programación hace que tiendan a estar unificados como masas. En internet todo esto desaparece completamente, porque en principio la relación con la información ha cambiado de ángulo completamente. En las sociedades de comunicación cerradas las opciones informativas son cerradas, por lo tanto las posibilidades del sujeto son bajas. En una sociedad donde la información es virtualmente infinita obviamente las trayectorias posibles también lo son. Eso va haciendo que los sujetos puedan diferenciarse mucho unos de otros. Pueden tener elementos en común, pero en un contexto general en el cual no van a tener nada en común.

Es lo contrario de lo que ocurre en el modelo cerrado donde todos pueden tener trayectorias diferentes, pero en un contexto donde todo los va a presionar a que tengan representaciones comunes, mensajes comunes e información común. En internet todo esto está puesto al revés, por lo tanto esto habla de otro tipo de sociedad. En términos genéricos si miramos al sistema desde arriba lo que vemos son combinaciones mucho

más grandiosas y cambiantes y coincidencias mucho menores. En todo caso, hay coincidencias en nodos; hay nodos que van a estar mucho más cargados que otros.

No sé si alguna vez vieron mapas de circulación de internet. Hay nodos, como les decía, que están fuertemente cargados. Si ustedes se fijan van a ver que esos nodos fuertemente cargados en el fondo tienen que ver con medios de comunicación masivos de momentos anteriores. O sea, tienen que ver con grandes canales de televisión, con grandes cadenas informativas o con páginas centrales del estado que brindan una información central a los ciudadanos. Pero saliendo de esos tres puntos que de alguna manera reproducen la lógica de los medios anteriores, en los medios contemporáneos como es el caso de internet la posibilidad de coincidencia es cada vez menor. Además cuando se comparan trayectorias –que es algo un poco más difícil de hacer técnicamente- en realidad lo que se ve es que hay una dispersión general.

La pregunta es: ¿a la larga es internet un medio de comunicación? Hay autores que están diciendo que no. Estos autores dicen que es un medio de conexión, en todo caso, que permite conexiones pero no comunicación en el sentido fuerte del término, porque casi todas las relaciones son de persona a persona, o de persona a sitio, pero sin vuelta de sitio a persona.

En la medida en que los sitios –ésta es otra cuestión importante- son simultáneamente poseedores de toda la información como si fuera un menú, cada cual puede entrar en el tiempo que quiera y haciendo además la secuencia que quiera. Es decir, más que una lógica del site -una lógica de la emisión, para volver con el esquema de Jakobson- hay una lógica de la recepción. Es más bien el receptor el que compone en su trayectoria y no el emisor el que se la define.

Desde cierto punto de vista (podríamos decir, con enfoque político) internet es mucho más liberal que los medios de comunicación anteriores. Es mucho menos autoritaria en el sentido de que cada cual puede hacer realmente lo que quiere de acuerdo con su capital cultural y sus intereses; navegar como le parezca y siguiendo los estímulos que le parezcan. Es decir, hay muchísima más libertad, para decirlo con metáforas políticas tradicionales. Hay muchas más opciones y por lo tanto más posibilidades de construir uno mismo los mensajes que quiere recibir. Se podría decir que internet es liberal y anarquista en comparación con los medios anteriores. Pero por otro lado, tiene el problema de que pierde consistencia ontológica, pierde la capacidad que tienen los medios anteriores de generar un espacio común en el cual los receptores se sientan reconocidos como tales. La audiencia es algo general, mientras que el usuario es algo que tiende a ser singular.

Las metáforas para tratar de pensar de qué sociedad estamos hablando si nos viéramos obligados a hacerlo señalan que ésta va dejando de ser un bloque como es o era en el caso de la televisión cerrada para convertirse en grupos, audiencias (como es en el caso de la televisión segmentada), para convertirse en usuarios, como es en el caso de internet actualmente.

Hay otra cuestión también importante que tiene que ver con el grado de actividad y pasividad frente al medio. Así como en los modelos actuales hay márgenes de libertad mayores, también hay márgenes mayores de lo que se llama 'autorización para publicar' (medios y materiales para publicar). **Hace 40 años por ejemplo la publicación de cualquier tipo de contenido –fuera éste puramente verbal, gráfico o audiovisual- era prácticamente imposible en los medios masivos; porque los medios masivos estaban muy concentrados, daban acceso a muy pocas personas y suponían además una competencia muy importante para llegar a ocupar lugares en la emisión. Por otro lado, no se regaba tanto la iniciativa privada, porque no todos podían llegar a los niveles de inversión básicos para poder acceder, por ejemplo, a una señal o a producir un diario, o a producir un programa televisivo.** Eran muy altas las condiciones de inversión de partida para hacer que alguien común pudiera publicar algo que le llegara a otra persona, a otro receptor virtualmente disponible. Con el paso del tiempo –y eso es lo que van haciendo estos medios en la medida en que se vuelven más amplios y en la medida en que las herramientas de publicación se vuelven cada vez más baratas- **van generando un acceso a la publicación que antes no existía. Hay algo fuertemente revolucionario en lo que son las herramientas informáticas vinculadas con internet que hace que cualquiera pueda publicar algo fácilmente en la red.**

En términos de acceso (y esto tiene que ver con el usuario) el usuario se vuelve virtualmente un publicador. Como se dice en algunos esquemas, por ejemplo en el esquema tradicional de los medios, el receptor siempre es pasivo. Es alguien que está siempre recibiendo contenidos producidos por otro. **En la medida en que pasa el tiempo y aparecen estas nuevas herramientas, los receptores van dejando su carácter de receptores pasivos, incluso en algunos casos van dejando de ser meros receptores para convertirse en receptores-emisores.** En la comunicación mediada tradicional, tanto los emisores como los receptores son siempre los mismos. En la comunicación que empieza a diversificarse y después, en la época de internet, a individualizarse, se va dando origen a un nuevo sujeto comunitario que es tan receptor como emisor, al menos en términos teóricos, potenciales. **El hecho de que cualquiera que esté con ese plafón mínimo de manejo de herramientas de comunicación que consiste justamente en colgar información digitalizada en una red –algo que prácticamente cualquier persona puede hacer- va generando condiciones de comunicación cada vez más simples, más sencillas y más masivas.**

Si vemos esto también desde arriba del sistema, ¿qué otra transformación estamos viendo con el paso del tiempo? Que cada vez hay más comunicación. No sólo cada vez hay más opciones para los receptores, sino que esos receptores son cada vez más publicadores, con lo cual la sociedad de internet es una sociedad de comunicación en la cual la emisión es cada vez mayor, más amplia y más compleja.

¿Cuál es el resultado de esto? A la larga el resultado es que se va pasando de una sociedad de comunicación mediada masiva a una sociedad masiva en términos de usuarios que publican tanto como reciben. **El resultado es justamente esa “pérdida de consistencia ontológica”, como se la suele llamar, de la comunicación. Imagínense que si cualquiera puede comunicar en cualquier momento y en cualquier lugar los focos de la emisión, de la producción de información, se van poniendo cada vez más caóticos en términos de sistema. Las posibilidades de control de la**

comunicación son cada vez más bajas por sistemas complejos pero también por sujetos individuales. Porque imagínense que la capacidad de elaboración de la información que tenemos es siempre más o menos parecida, más o menos finita, y no ha cambiado en los últimos cincuenta o sesenta años. Cognitivamente, somos muy similares.

En la medida en que la información publicada es cada vez mayor las capacidades de elaboración en términos de sistema se vuelven cada vez menores. Pensémoslo en términos puramente formales: la capacidad de apropiación es más o menos similar, la capacidad de publicación es cada vez mayor, la capacidad de elaboración es más o menos similar. **Por lo tanto a la larga la sensación subjetiva que produce esta sociedad es de desinformación. A medida que va aumentando la información, paradójicamente, no significa que tenemos más elementos de control (cada vez tenemos menos). Entonces esta es una sociedad en la cual el exceso de información tiende a la parálisis. Ésa es una de las características del sujeto contemporáneo, en transición de un modelo de control de la información hacia un modelo en el cual la información supera todo el tiempo sus capacidades de control.**

Como se suele decir también y para cerrar esta exposición, la sensación subjetiva que queda es una sensación de permanente riesgo en la cual siempre es más lo que se produce que lo que uno puede controlar. Por lo tanto, a medida que va aumentando la capacidad comunicativa de esta sociedad, más amenazado se ve el sujeto en términos de poder nadar en ese mar informático. Es decir, si bien muchas cosas son cada vez más prácticas, más veloces y más instantáneas, de información cada vez más cercana y a la mano; esto también va acompañado de esa sensación general de vacío por la cual la información supera a los sujetos individuales.

Para hacer un cierre de este segmento, la sociedad de los usuarios es una sociedad mucho más activa en el sentido tradicional que se le da en el esquema de recepción de Jakobson al sujeto frente a los medios masivos. Esta sociedad de usuarios es mucho más activa, mucho más productiva pero también mucho más solitaria en algún punto, y mucho más amenazada, en el sentido de que las capacidades informativas necesarias para hacerse cargo de ese cambio se vuelven relativamente menores.

Esto es lo que quería plantarles hoy. A continuación dispondremos de un tiempo para preguntas, intercambios, dudas y comentarios.

Espacio para preguntas y comentarios

Docente participante: (pregunta inaudible)

Marcelo Urresti: A la larga, sí. De todos modos, siempre se va a planteando la famosa discusión sobre el límite físico. Va a llegar un momento en el que habrá un límite físico al crecimiento de la información porque en la medida en que van ingresando masivamente nuevos actores al sistema y que el tipo de información que van sumando a la red es cada vez más pesado, se plantea la hipótesis de que va a haber un momento en el cual se le va a imponer un límite físico a la capacidad de publicación. Hasta que eso no pase, el sistema sigue creciendo exponencialmente. Esto tiene efectos positivos sobre la construcción de conocimientos. Hay mediciones que se hacen sobre el conjunto de la información disponible producida por el género humano que, para que tengan una idea,

es algo así como un esquema métrico, casi como un esquema lineal de cantidad de texto escrito acumulado por la humanidad entre los primeros asientos alfabéticos, que datan desde el Neolítico más o menos, hasta 1960. Este primer período da un volumen que se ha llamado “Volumen 1”. Entre 1960 y 1990, esa cantidad se duplica, dando el “Volumen 2”. Y entre 1990 y 2000 se llega al “Volumen 4”. A medida que esta cantidad va aumentando, significa que en lapsos relativamente muy breves se duplica la cantidad de información producida por el género humano: cada vez son más personas las que escriben, las que sacan fotos, las que producen audiovisuales. El receptáculo directo de esto no son las bibliotecas hoy en día, sino que es esta gran biblioteca mundial que es internet, que está recibiendo además toda la información producida por la humanidad digitalizada a pasos agigantados. La evolución de esa curva si uno la ve en el tiempo resulta ridícula, porque en términos de la flecha temporal tiene un crecimiento mucho menos significativo aumentando en la Modernidad, después de la posguerra y en los últimos diez años sale para arriba. O sea que la evolución en este sentido es más que geométrica. Hoy en día ya en la medida en que esos plazos se van achicando –no sé si habrán hecho la medición nuevamente, la que tengo yo llega hasta el año 2000- pero estoy seguro de que en esta década probablemente ese volumen sea de más de 8. Esto quiere decir que cada vez se suma un mayor número de publicadores.

Hay otra cuestión a discutir en torno a esto que es preguntarse qué sentido tiene que haya cada vez más publicaciones, pero por lo menos en el sentido físico de la acumulación se ve una orientación claramente ascendente. Hay que ver después qué sentido tiene esa información en términos de profundidad. Esta es otra discusión, es la que se plantea hoy en día. Tiene un poco que ver con el control de la información y con el determinar cuál información es significativa y cuál no. Esa es otra discusión.

En principio, esta biblioteca de información no tiene techo de crecimiento y se plantea - hasta que los números demuestren lo contrario- que el techo de crecimiento lo estará dando la capacidad técnica de articulación de memoria de las grandes mega computadoras que en distintos lugares del mundo replican la internet.

No sé si saben pero, por ejemplo Google, que es uno de los grandes acumuladores de la información del mundo, va sumando mega computadoras –es parte de la inversión de Google- y las tiene enterradas en un sótano en hangares diversos que están construyendo todo el tiempo en el estado de Utah en Estados Unidos, cerca de Salt Lake City, en la zona de los desiertos y los salares. Ellos van sumando computadoras que van replicando la red.

Buena parte del éxito del buscador Google no es sólo la ecuación por la cual el sistema navega todo el tiempo por las nuevas páginas que se van sumando, sino además un sistema de acumulación que tiene; sistema que indexa, simplifica y guarda las páginas. Google tiene, por lo menos mientras puede, toda la red guardada dentro de grandes computadoras. A esas grandes computadoras las tienen que ir renovando todo el tiempo. La fuerza física, por ejemplo, de las grandes computadoras que Estados Unidos va sumando también para permitir posibilidades de almacenamiento de información. Pero la información siempre les gana, es por eso que se está empezando a plantear que, por ejemplo, con el paso del tiempo, a la publicación –un poco como pasa con los garages en la ciudad de Buenos Aires o en todas las grandes ciudades- se la va a empezar a cobrar, que es la manera de reducir el contenido de la información, y en todo caso aquel que quiera mantener información en la red tendrá que pagar para sostenerla

especialmente porque si no se lo darán de baja ya que el crecimiento general es también mayor a la inversión que los que sostienen económicamente todo esto pueden hacer. A la larga ése es el límite. Por el momento no sé decirles.

Docente participante: Yo te quería preguntar algo, vos decís que internet no es un medio de comunicación. Pero el chat...

Marcelo Urresti: Lo que yo digo es que no es un medio **masivo** de comunicación. A pesar de la masividad que supone, porque es lo primero que uno piensa cuando piensa en internet (que es un medio masivo de comunicación) en realidad no es un medio masivo en el sentido tradicional del término. En todo caso, es la destrucción de los medios masivos de comunicación con una forma de comunicación que, si bien es masiva en cuanto a los números, no lo es en cuanto a la conexión entre sujetos. Casi toda conexión que se da en internet es justamente cara a cara o par a par; eventualmente puede ser de par a comunidad pero siempre es diferida. Entonces, este carácter asincrónico de las comunidades va rompiendo un poco con la idea de que todos pertenecemos al mismo grupo de receptores frente al mismo estímulo. Esta situación que se daba se va terminando. No es exactamente que se vaya terminando, sino que va quedando relegada en términos de los vínculos comunicativos a un tiempo cada vez menor en la vida de los sujetos.

No es que los medios masivos de comunicación no existan, porque por ejemplo todos conocemos el programa de Tinelli o sabemos quién es Ricardo Fort. Para bien o para mal, todos lo sabemos. Con el próximo mundial se va a demostrar que, por lo menos los varones, vamos a tener un tema de conversación durante al menos unas cuantas semanas que va a ser común.

Los grandes sucesos que han tenido una gran cobertura de prensa obviamente siguen generando comunidad en el sentido amplio del término. O sea, estamos al tanto de lo que pasó en Chile; no es que se nos disgrega la conciencia informativa del mundo. Pero es cierto que esa conciencia informativa está funcionando dentro de un sistema que tiende a disgregar esa conciencia informativa y antes era el dato primordial de la forma comunicativa y hoy en día no. Es un dato, en todo caso, que tiende a volverse relativo o encerrado dentro de un contexto en el cual prima otro tipo de comunicación, que es esta. Obviamente es algo de lo cual uno se impregna.

Cuando uno empieza a hacer distinciones de generación, ahí se nota muchísimo más porque, un poco siguiendo la misma lógica que les expuse anteriormente que indica que un medio de comunicación nuevo al principio copia la lógica de programación de un medio de comunicación antiguo, lo mismo ocurre con las audiencias. Las audiencias tienden a permanecer fuertemente en claros en los medios de comunicación con los cuales interactuaron cuando se integraron a la comunicación social. Es decir, la gente mayor tiende a quedar anclada en modelos del pasado desde los cuales evalúa los nuevos. La gente más joven que va entrando en medios nuevos, no tiene la experiencia que tienen los mayores de haberse vinculado con otros medios. Entonces ahí empiezan fuertemente a mostrarse las brechas generacionales en términos comunicativos.

Pensémoslo así: los adultos mayores, hoy, son como una especie en extinción. Son personas que conocieron un modelo que con el paso del tiempo va a desaparecer. Van a ser los últimos en llevarse el recuerdo de ese modelo comunicativo. Después seguiremos

las generaciones intermedias, que somos quienes tuvimos contacto con la última parte de ese sistema y el desarrollo del intermedio. Después vienen los chicos actuales, los más jóvenes especialmente, a los que éstas cuestiones les aparecerán de alguna manera como cuestiones de la prehistoria, algo así como lo es el fonógrafo para muchos de nosotros. Hemos visto fonógrafos en películas históricas, nada más, pero prácticamente ninguno de nosotros ha escuchado un fonógrafo de manivela. Con el paso del tiempo va a terminar ocurriendo algo así.

Cuando la sociedad digital y de internet esté completamente consolidada, la forma comunicativa que surgió con la generación de los actuales jovencitos y niños que se catalogan como "*nativos digitales*" será con el paso del tiempo la que use la sociedad completa. Y a la larga esa forma social en la cual nosotros vivimos pero que está en la base de esta programación va a desaparecer.

Docente participante: es decir, ¿se dice que no va a haber una comunicación masiva, entonces?

Marcelo Urresti: De hecho, hay quienes dicen que la comunicación masiva ya desapareció porque, por ejemplo, cuando un programa de audiencia masiva tiene las características que tienen este tipo de programas hoy (que llevan por dentro el zapping, que tienen todos los géneros en un mismo programa, que no se sabe bien a qué género pertenecen o que van cambiando el género) lo que entendemos por comunicación masiva no responde al concepto que teníamos de ella.

Habrán visto ustedes esto cuando le quieren poner una etiqueta de género a una telenovela contemporánea. En una época anterior, las novelas eran novelas dramáticas por ejemplo, de características románticas. Con el paso del tiempo, van a ver que hoy en día ninguna novela (y es un género que se transmite en los medios comunicativos actuales) tiene constantes genéricas. Durante tres capítulos se convierte en un policial, los cuatro siguientes son de intriga política, los cuatro siguientes vuelven a ser de amor y luego vuelve a ser la típica novela romántica con el rol tradicional y termina como el público puede quiere. Es decir, en el fondo se va rompiendo la constante genérica.

Docente participante: ¿Se podría pensar que esta idea de lo masivo en internet se transforma en las grandes bases de datos que son tan utilizadas comercialmente para ver las preferencias del público?

Marcelo Urresti: Sí, hay quien está preocupado, y, obviamente ante la dispersión siempre están quienes tratan de generar sistemas para establecer control por lo menos de flujo de información y con esto después realizar control de usuarios de información. Porque si no, obviamente, esto supone que de alguna manera, se termina eso que siempre siguió al margen, por decirlo así, que son los hábitos de consumo de la población para ver después qué necesidades generan y qué bienes y servicios ofrecen para cumplir con esas necesidades. Pero las grandes bases de datos de hoy en día son las bases de datos tradicionales (por lo menos las que son de acceso público) que son producidas por los sondeos y suelen ser del estado. Hay estados que hacen más y hay otros que hacen menos pero en general ellos arman las grandes bases.

Las bases “contemporáneas”, como uno podría decir, que tienen que ver, por ejemplo, con cuál es la trayectoria de un usuario en internet, que puede ser de interés saberlo; en principio es información clasificada. En segundo lugar, algo así no se puede hacer, el que lo hiciera está incurriendo en un problema grave porque está haciendo un seguimiento de algo que es privado y el damnificado puede reclamarle.

Pero, en el fondo, nunca sabemos quién está detrás de la computadora. Lo podemos presuponer a partir de sus preferencias, pero en el fondo nunca lo vamos a saber porque lo único que tenemos para hacer un seguimiento de alguien es el número de registro que tiene la computadora cada vez que entra a internet. Entonces ese dato, que puede ser muy significativo para entender algunas cosas, nos dice, en verdad, qué hace la máquina, no qué hace el usuario.

Supongamos que en una computadora en principio los usuarios eran un niño y su mamá y después queda la mamá sola; después ella se va y viene el adolescente. Usando todos la misma máquina, es probable que quien esté tratando de hacer el seguimiento de esa máquina diga “acá hay por lo menos tres personas distintas”. Por eso es muy difícil seguir esos datos.

Igualmente ésta es una sociedad de reproducción de datos. En general, los datos públicos son cada vez más públicos. Antes, los datos eran públicos pero nadie tenía acceso a ellos. Hoy en día cualquiera tiene acceso a los datos públicos. Este cambio es importante porque genera algo que se llama “reflexividad de la información”. Cada vez hay más gente que usa más datos. No sabemos si eso contribuye a que se comprenda cada vez mejor la sociedad o no. No se sabe, por eso hay incertidumbre. Se producen más datos, hay cada vez más datos públicos. ¿Conocemos más? puede ser. ¿Conocemos mejor? No lo sabemos. Esa es la gran diferencia.