

Medios digitales y comunicación analógica

ANCÍZAR NARVÁEZ MOTOYA¹

Resumen

En esta intervención, el autor analiza las dinámicas de la industria de la comunicación, precisando, dentro del contexto histórico, las discusiones contemporáneas que llevan a una reflexión teórica sobre la técnica y la cultura mediática. El propósito central es aclarar las confusiones en el tema de la comunicación digital; el debate entre lo técnico y lo institucional, y entre la comunicación y los medios.

Palabras clave: comunicación, medios, cultura mediática, digitalización

Digital media and analogical communication.

Abstract

In this intervention the author analyze the dynamics of communication industry, specifying, in the historical context, the contemporary discussions that lead to a theoretical and technical reflection of media culture. The central purpose is to clarify the confusions in digital communication, the discussion between the technical and institutional, and between communication and media.

Keywords: communication, media, mediatic culture, digitalization

Muy buenos días; creo que está por demás decir que para mí esta invitación es una especie de paseo. No porque no me la tome en serio, sino porque es muy grato volver a la universidad donde empecé, prácticamente, mi pequeña carrera académica como investigador en comunicación. Mi conferencia o intervención tiene un título provisional, el cual tuve que cambiar sobre la marcha porque quería llegar hasta un concepto que está en el centro de la discusión actual, que es el concepto de *comunicación digital*. Preferí dejarlo en comunicación analógica por falta de tiempo para abarcar todos los temas clave.

Para empezar, el diálogo norte-sur es un concepto muy interesante que tiene que ver con el fenómeno de las llamadas "epistemologías del sur" y de otras teorías emergentes. Sin embargo, he analizado este tema en otro texto, mi tesis doctoral, en términos de la relación

1 Doctor en Educación del Doctorado Interinstitucional en Educación Universidad Pedagógica Nacional-Universidad Distrital-Universidad del Valle. Magister en Comunicación Educativa y Licenciado en Ciencias Sociales de la Universidad Tecnológica de Pereira. Miembro del Consejo Directivo de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (Alaic). Profesor Asociado de la Universidad Pedagógica Nacional. Correo electrónico: ancizar.narvaez@gmail.com

entre tradición anglosajona y tradición latina, específicamente cómo los niveles de producción científica y académica mundial responden a la estandarización propuesta por la tradición anglosajona y no por la tradición latina. Los ruidos en este caso se deben más a esas disparidades de valoración de las dos perspectivas que a un fenómeno geopolítico.

Dicho eso, empezaré con los aspectos más abstractos de la conferencia. La charla pretende desarrollar cuatro tópicos: a) la confusión entre comunicación y medios, b) la construcción epistémica de los medios como objeto teórico, c) la comprensión del funcionamiento de los medios masivos, y d) la diferencia entre medios y cultura mediática. Para tal efecto, propongo el siguiente punto de partida.

La hipótesis central es que los medios “tradicionales” sobreviven gracias a su carácter institucional; es decir, de organizaciones que tienen el punto de vista autorizado para la producción y la reproducción de la herencia cultural. Desde esta perspectiva, los medios son uno de los principales agentes educativos, no sólo por los contenidos que transmiten, sino por los códigos mediante los cuales articulan la realidad ¿En qué consiste el problema teórico? Creo que esta simplificación nos puede ser útil para comprender el problema.

Aprendimos de Martín Serrano que los medios realizan una doble operación para narrar el acontecer social que él llama “mediaciones”: la mediación cognitiva y la mediación estructural. La primera se refiere al mito, a la relación entre acontecer y creer; y la segunda se refiere al rito, a la relación entre acontecer y prever. Estas serían las mediaciones de la emisión.

Aprendimos del profesor Jesús Martín-Barbero que existen dos grandes matrices de cultura, una popular y otra ilustrada. Ambas son mediaciones, pues se trata de relaciones entre contenidos y narrativas. Otro punto a considerar es la diferencia entre mediación y mediatización; recuerden que el título del libro del profesor Martín-Barbero es “De los medios en las mediaciones”. Cuando hablamos de medios pensamos en mediatización, y cuando hablamos de comunicación, pensamos en mediaciones.

Son tres grandes equívocos teóricos los que nos han llevado a confundir comunicación y medios. Primero la **semiología** (Saussure), al entenderla como ciencia general de los signos; propuesta extraña que pretende igualar la facultad biológica del lenguaje y la lengua natural, con los demás sistemas de representación creados por el hombre; pero el **lenguaje** no es un medio, no es una tecnología o una creación, es la naturaleza humana. El lenguaje es la condición de la comunicación. Segundo, considerar la **oralidad** y la **escritura** como **tecnologías de la palabra** (Ong). La escritura puede ser una tecnología pero la oralidad no; ésta última es también la naturaleza humana. Todo ha conducido a confundir la oralidad con un medio, como si fuera un instrumento de comunicación en la misma medida que otros recursos técnicos y no la condición de la comunicación. El tercero es incluir la oralidad en la historia de la comunicación (Williams), entendida como historia de los medios, olvidando que la oralidad no tiene historia, sino que es la condición de la historia.

Yo propongo que hay dos maneras de entender los medios y las culturas mediáticas. *Los medios como técnicas* y *los medios como instituciones*. Desde el punto de vista de la técnica tenemos como centro de discusión la idea de un nuevo hombre digital. Pero el asunto es que, conceptualmente, la comunicación digital es comunicación humana; es decir, la humanidad es digital desde sus orígenes, y en eso se diferencia de otras especies. La comunicación digital tiene 100.000 años y es, principalmente, comunicación lingüística.

En cambio podemos sintetizar las tecnologías contemporáneas de la siguiente manera: tenemos tres épocas de la técnica, que son el neolítico, el renacimiento y la post-guerra, que han traído, a su vez, tres grandes innovaciones técnicas: la escritura, la imprenta y la informática electrónica. Esta, a su vez, tienen tres propósitos: el registro, la distribución y el almacenamiento de información ¿A qué obedecen esas tres épocas y esas tres grandes innovaciones? Se podría decir que a la generación de información. En el neolítico, la agricultura supone la generación de comunicación, de relaciones mercantiles y la conformación del Estado. El renacimiento implica el nacimiento del capitalismo que, o surge de la reforma o surge del Estado nación, como un modo de concentrar información. Y la época de la post-guerra, tiempo glorioso del capitalismo informático. En síntesis, se registran tres grandes épocas de generación de información que implican transformaciones técnicas.

Actualmente, las técnicas contemporáneas, por ejemplo el internet que tiene 25 años, nacen como técnicas de reproducción alfabética en su forma primitiva. La telefonía móvil es una forma de reproducción oral y la televisión digital terrestre es una forma de transmisión oralicónica. Hablando desde el punto de vista de la comunicación, son códigos y desde el punto de vista de los medios, son técnicas. Pero hoy existen en aparatos móviles; es decir, tenemos internet móvil, telefonía móvil, televisión móvil por lo cual las tres técnicas confluyen en el iPhone 5 que permite tener reunidos todos los códigos y todas las técnicas. Ya no tenemos diferencias entre técnicas móviles y fijas, ya que todas son digitales y sirven para transmitir todos los códigos que se pueden sintetizar en un solo aparato: el Smartphone (teléfono inteligente).

Pensemos ahora el tema de la industria. ¿Qué ha pasado en la industria de las TIC y de los medios en el último año? Resulta que Apple, la empresa que inventó este dispositivo que sintetiza de manera móvil todas las técnicas y todos los códigos, se disparó en el año 2012 y 2013. En el año 2012 fue el lanzamiento del Iphone 5. En Nueva York la gente acampó durante días para adquirirlo. Su éxito en ventas llevó a que, en la clasificación de las 500 empresas más importante del mundo, por primera vez una compañía de la industria informática o de la comunicación, ocupara un peldaño entre las 10 primeras. Una empresa como *Google*, que empezó valiendo 35.000 millones, hoy vale 105.000 mil millones de dólares. Igualmente, entraron en la lista de las más grandes unas empresas, digamos parasitarias, como *Facebook*. Parasitarias porque este tipo de empresas no produce nada, ya que el contenido lo produce el usuario. Es decir, quienes hacen parte de la red producen para el dueño de *Facebook*, para que *Zuckerberg* obtenga las ganancias que, aunque no son muchas, le permiten poseer una empresa que vale 5000 millones de dólares en este momento. Twitter fue vendida por 35.000 millones de dólares que es una cifra increíble.

¿Qué es lo que está sucediendo? Las industrias tradicionales de producción de contenido como *Walt Disney* y *Time Warner*, que son las grandes productoras de noticias, de deportes, de películas, entre otros, pasaron en cuatro años, de los primeros puestos entre las empresas más exitosas del planeta, a puestos inferiores. Esto quiere decir que la producción del software y del hardware, que posibilita casi todos los servicios de consumo humano, hablando de telecomunicaciones, monopolizan la industria en este momento.

¿Qué pasa con Colombia? Entre 2006 y 2012 las ventas de las cuatro grandes industrias culturales de Colombia, que son *Caracol* y *RCN*, en sus versiones de radio y televisión, han mantenido un crecimiento vegetativo y sus ganancias han sido mínimas. ¿Qué se discute sobre

esto? Básicamente, que estas empresas ni siquiera son grupos mediáticos, solo subsidiarias inscritas dentro de los tres grandes grupos económicos. Estos son: el *Grupo Ardila Lule* que recibe una parte de los ingresos de los medios; el *Grupo Santo Domingo* que recepta otra parte y el *Grupo AVAL* que toma otra parte de sus empresas mediáticas. Todo ello afecta las instituciones sociales puesto que es el poder económico el que controla la información. Colombia, en la esfera pública, que debería representar los medios, está prácticamente secuestrada por tres corporaciones. Y hoy discutimos toda suerte de temas, menos el estatus de los medios. No hay ninguna posibilidad de que se delibere sobre la privatización de los medios de servicio público, de la ley de medios comunitarios o cosas por el estilo.

En ese sentido, la agenda pública en Colombia es privada. En casi todos los países de América latina hay una manera de limitar, no solo la centralización del capital mediático, sino la apropiación privada y la participación extranjera. En efecto, existen las siguientes regulaciones:

- a. En algunos casos existe la prohibición de que un mismo grupo concentre la propiedad de varios medios.
- b. En otros hay una limitación a la participación extranjera.
- c. Otras veces existen limitaciones a la oferta de paquetes que lleven un servicio ligado a otro.
- d. Encontramos la prohibición de la financiación pública a empresas privadas de medios.
- e. Se da la prohibición de financiación pública a empresas extranjeras de medios o de telecomunicaciones.
- f. Existe una restricción del acceso del capital a una parte del espectro electromagnético.
- g. Encontramos la prohibición del control de medios por grupos económicos no mediáticos.

¿Cuáles regulaciones existen en Colombia? Ninguna. Nuestro país no posee regulaciones que impidan, a la concentración de capital, controlar los medios y eso nos ha llevado a la situación que acabamos de analizar. Las instituciones son privadas, son industrias.

¿Qué es lo que pasa cuando hablamos de cultura mediática? Pues hacemos referencia a los contenidos y a las narrativas, o sea hablamos de mitos y ritos, de cultura y de comunicación. La cultura mediática no es un invento de los medios, es la tradición narrativa mediatizada. No es una cultura producida por los medios, es narrativa porque mantiene su estructura de ficción. Esto quiere decir que, aunque se base en hechos reales, lo que narran los medios es hasta cierto punto una invención. Aunque los medios sean digitales, como cultura narrativa, la comunicación es analógica.

Con ello espero, en principio, que el problema de los medios en las llamadas sociedades digitales sea un motivo para mantener los diálogos entre el norte y el sur. Muchas gracias.