

Análisis de la relación Medios-Sociedad

Gwenn Joyaux – gwennjoyaux@yahoo.fr

Considero que el rasgo fundamental, hoy, de los medios de comunicación masificados, es el paso de la palabra a las sub-culturas. Hecho determinante del tránsito que experimenta la sociedad hacia la postmodernidad y desencadenante, a la vez que resultado, de la inmensa multiplicación de formas y canales de comunicación.

Surgen de aquí ciertas problemáticas que en realidad sería interesante no tomarlas como problemas sino como oportunidades de evolución en los mecanismos de producción de sentido (formulación de discursos y aprovechamiento del/los lenguaje/s)

Es cada vez más evidente que el desarrollo tecnológico actual supera por mucho al desarrollo de formas originales de creación de contenidos. Aparecen día a día nuevos dispositivos que incorporan ciertas características definitorias de los medios de comunicación actuales en lo que respecta a su materialidad y que repercuten directamente en sus posibilidades netamente comunicativas (producción de sentido):

Por un lado, los dispositivos son cada vez más pequeños, lo que resulta en dispositivos comunicacionales transportables, cuyos exponentes máximos son, por el momento, los celulares. La arquitectura de este tipo de plataformas conlleva a la generación de nuevos modos de estructuración de los contenidos, teniendo en cuenta las limitaciones impuestas por el tamaño de las pantallas y la escasa capacidad de almacenamiento de las memorias (menor información simultánea, creación de nuevos lenguajes basados en el impacto y la síntesis de la imagen). Sin embargo, es con esta clase de dispositivos, sumado al ya tan generalizado Internet, que surgen las ilimitadas posibilidades comunicacionales que ofrecen los multimedios y la interactividad. Podría decirse que en la atmósfera comunicacional actual, regida por la polifonía de medios, domina un clima de incertidumbre similar al acaecido luego de la proyección del primer film de los Lumière en aquel lejano y olvidado café parisino: el de la idea de que el nuevo medio de medios (hoy, el multimedios) está en pañales y no se sabe muy bien hacia a donde apunta, cuál es la meta sin que ésta necesariamente represente el techo de posibilidades creativas del mismo. Continuando con el paralelo cine/multimedios, estaríamos transitando la etapa correspondiente a la las primeras décadas, durante la cual fueron escasas las experiencias relacionadas con el desarrollo de géneros o formas de estructurar los minúsculos relatos y la aparición de estilos; e incontables los casos de imitación (y hasta plagio) de “descubrimientos” artístico-comunicativos logrados. La posibilidad de combinar en un mismo espacio imagen, sonido, texto e interacción (feedback), emociona y asusta a más de uno. No tanto por las implicancias comerciales o de dominación política -a las que dejo aquí deliberadamente de lado- sino porque esta intertextualidad, donde los medios hablan de los medios; esta potenciación a la enésima del tan difundido, y discutido, esquema de Pareyson/Eco de la Obra Abierta y la Estética Operatoria donde las figuras del artista y el público dialogan en la conformación

de la obra, desdibujándose las fronteras entre ellos y dando lugar a la co-autoría y a fenómenos de complicidad que aumentan la satisfacción a uno y otro lado; superan, desbordan y apabullan las capacidades creativas de los productores de contenidos, es decir: a los artistas. Porque el público, como receptor, como ente encargado de la interpretación de sentidos, resulta ser más flexible a los cambios y más dispuesto a aceptar, enfrentar y resolver las pruebas comunicacionales que los nuevos dispositivos le imponen. El público está dispuesto, y a la vez reclama (y disfruta y se maravilla una vez que aprehende su funcionamiento), por relatos que se desestructuren en recorridos dinámicos organizados en base a hipertextos; por sumergirse en un mundo inmerso en la información; por comunicar y que le comuniquen; por ser en el sentido de ser visto. Si así no fuera, ¿cómo se explica entonces el creciente, desenfrenado, consumo de tecnologías comunicacionales por parte de individuos pertenecientes a todas las clases sociales?. No obstante todo esto, vale aclarar que sobreinformación no siempre quiere decir buena información (la información como mercancía y la abundancia de la misma como estrategia de censura son partes esenciales de la “aldea global” actual); y que el estar abierto a las nuevas formas de comunicación no quiere decir tampoco que se entiendan completamente o que incluso se alcancen a vislumbrar las implicancias y resonancias de dicho fenómeno en los restantes ámbitos de la vida. Creo que la apertura viene más por el lado de querer ser constructor de mundos -¿qué es, sino ficción, lo que se genera al comunicar? La comunicación puede entenderse entonces como la transmisión de subjetividades externalizadas- y por ende autoconsiderarse como poseedor de cierto poder o control.

Por otra parte, los dispositivos son cada vez más veloces en sus capacidades de emitir y recibir información. La aceleración, la inmediatez, el directo y el tiempo real marcan el progreso comunicacional de la época, en una suerte de desenfrenada carrera propia del Futurismo, donde lo “incorporado” en el minuto anterior se desecha como obsoleto en el minuto siguiente. Es importante destacar un aspecto llamativo en lo que respecta a las asimetrías, quizá no en las velocidades de transmisión, pero sí en la cantidad de información que se puede transmitir, que presentan algunos dispositivos comunicacionales actuales y que imponen ciertas limitaciones (porque no, censuras) a la producción de contenidos. Tomemos como ejemplo al tan difundido ADSL, donde es más la información que se puede recibir que la que puede ser enviada. Lo que deriva, esta de más aclararlo, en una imposición de información característica del sistema de consumo regente en la sociedad, donde son menos los que pueden decir y más los que están limitados a escuchar. Esta concepción contradice de llano la postura inicial que establecía como característica distintiva de los mass media la apertura hacia las subculturas y los marginados. Cabe recordar no obstante que es una imposición silenciosa: la inmensa mayoría de los consumidores de banda ancha no está al tanto de este detalle, sino, seguramente habría un cambio (para bien o para mal, eso no lo sé). Pero a la vez, esta limitación puede resultar también en una “antidemocrática” solución a uno de los mayores quiebres con los que se enfrentan los medios de comunicación hoy que es el

ya mencionado desdibujamiento de los límites entre emisor y receptor; la pérdida de sustancialidad de las figuras concretas de cada uno y el lugar que ocupan en el esquema comunicacional. Situación que molesta, y mucho, a la mayoría de los productores adeptos a un funcionamiento más conservador de dicha interacción que les proporciona la seguridad de saber cuál es su función y, sobre todo, qué obtienen de ella.

Inmediatez e Interacción (aún no tan desarrollada) rigen el pacto comunicacional que se establece entre el espectador/usuario y los medios. Una relación de contacto, gobernada en la mayoría de los casos por la hiper-emoción y un tensionado juego de dominaciones dado por la posibilidad que actualmente tiene la publicidad de condicionar las mentes a escala planetaria. Las empresas productoras de contenidos se ven hoy ante la necesidad urgente de actualizarse (de allí seguramente la cuestionada Concentración Empresarial) para empatarle, ni siquiera ganarle, la carrera al avance tecnológico; y así llegar a ofrecer servicios que se adapten a las demandas de un público ávido por experiencias inmersivas -que las tecnologías actuales ya son capaces de ofrecer- como las que actualmente le presentan los evolucionados video juegos (no por nada constituyen hoy el mayor mercado audiovisual)

Que papel le queda a la televisión en este panorama? La respuesta está seguramente en manos de la televisión Japonesa y sus experiencias relativas a la interactividad. Y al cine? El cine es otro lenguaje, que apela a la reflexión y que se encuentra más cerca de la poesía y la meditación; un medio que se mueve en otro tiempo más dilatado (es apropiado recordar aquí que éste trabajo está fundamentado en una opinión personal). Por lo tanto le resta seguir siendo fiel a su origen, pero a la vez buscar el modo resultar más accesible al público en general y de incorporar en sus esquemas de difusión el empleo de dispositivos alternativos de comunicación (la experiencia CTI y la serie "24" de Fox es un ejemplo interesante). Quizá también en su caso haya que ampliar las experiencias relativas al cine con incorporación de movimiento, olores o tridimensionalidad. Pero, por el momento, suenan a efectismos surgidos en un desesperado intento por continuar llamando la atención sobre historias repetidas y estereotipadas, y sobre estilos impersonales y vacíos. Es seguramente necesario la adaptación del lenguaje a los modos de percepción más dinámicos del nuevo espectador, como ser la imagen politópica correspondiente al Segundo Barroco como se ha convenido en llamar a las nuevas imágenes donde vemos una gran acumulación de elementos simultáneos que están en desequilibrio (campo en el que ha incursionado muy asiduamente el Director Peter Greenaway); o el rescate del Montaje Polifónico propuesto por Eisenstein que apunta a un montaje de sonidos e imágenes de forma vertical (y no horizontal como es el caso del cine clásico), formando una unidad de sentido a partir de informaciones múltiples dentro del mismo plano. El camino exacto se irá viendo a medida que se construya. Lo que queda claro es que hay que estar dispuesto a experimentar atendiendo a las demandas del nuevo modelo de espectador construido a partir de la aceleración, principalmente tecnológica, que rige nuestra época, para poder denominar

progreso cultural a lo que hasta ahora viene siendo una muy desordenada y dispar historia de carreras.