

Las transformaciones sociales vinculadas a la era audiovisual

Manuel MARTIN SERRANO

REFERENCIA PARA LAS CITAS DE ESTA PUBLICACIÓN Y DE SUS CONTENIDOS:

MARTIN SERRANO, Manuel (1990): "Las transformaciones sociales vinculadas a la era audiovisual", en DÍAZ NOSTY, Bernardo (dir.): *Comunicación social 1995/Tendencias. Informes anuales de Fundesco. Las nuevas fronteras de los medios*. Madrid: Fundesco, pp. 217-225.

Recuperado el __ de _____ de 2___, de <http://eprints.ucm.es/13187/>

UTILIZACIÓN DE ESTE DEPÓSITO:

Usted es libre de copiar, distribuir y comunicar públicamente la obra bajo las siguientes condiciones, que corresponden a la licencia *Creative Commons* que protege este texto:

Reconocimiento. Debe reconocer y citar al autor original, utilizando la "**REFERENCIA PARA LAS CITAS DE ESTA PUBLICACION Y DE SUS CONTENIDOS**" (véase recuadro superior).

No comercial. No puede utilizar esta obra para fines comerciales.

Sin obras derivadas. No se puede alterar, transformar, o generar una obra derivada a partir de esta obra.

Reading LA PRODUCCIÓN SOCIAL DE COMUNICACIÓN. LA COMUNICACIÓN PÚBLICA EN EL CAMBIO DEL MUNDO

Presentación y estudio documental por Daniel Franco Romo

En E-Prints se tiene acceso a una selección de la obra original de Manuel Martín Serrano (véase: "Publicaciones de Manuel Martín Serrano disponibles en E-Prints. Selección sistematizada"*, en <http://eprints.ucm.es/11107/>).

Una parte importante de dicha obra está dedicada al estudio de **LA PRODUCCIÓN SOCIAL DE COMUNICACIÓN**. *La producción social de comunicación* (Madrid: Alianza, 1986, 1993, 2004) es un libro que integra teoría, metodología e investigación y con el que Manuel Martín Serrano contribuye decisivamente a que la comunicación forme parte de las ciencias sociales. Esta obra ofrece una perspectiva y una sistemática específicas, para investigar las relaciones entre sociedad y comunicación. Introduce, como un componente necesario para el análisis de los cambios históricos de las sociedades, las sucesivas transformaciones de la comunicación pública, en sus diversos niveles: transformaciones de las tecnologías, de las organizaciones que tienen a su cargo la labor de proveer de información a la colectividad, y de los usos que de todo ello se hace en cada comunidad. *La producción social de comunicación* es un título de referencia en la bibliografía científica de la comunicación. Su influencia se refleja en el acervo de publicaciones que se han distanciado de la "teoría de la comunicación social" para trabajar con el enfoque de una "teoría social de la comunicación". Es evidente el giro que representa este cambio semántico.

En este Reading, se han seleccionado textos que corresponden a los tres niveles en los que se mueve esta parte de la obra del autor: el teórico, el de los usos sociales de la comunicación, el de los desarrollos metodológicos.

1. Creación de la Teoría Social de la Comunicación

Manuel Martín Serrano escribe que la producción social de comunicación es una actividad sociohistórica que requiere enfoques macrosociológicos. En consecuencia, propone e inicia la Teoría Social de la Comunicación. Está descrita en "Presentación de la Teoría Social de la Comunicación" (<http://eprints.ucm.es/13237/>). Los cambios que se están produciendo en el uso y en el valor de la información requieren este desarrollo teórico. El estudio de por qué y cómo hay que llevar a cabo esa renovación teórica está en uno de los artículos más esclarecedores del autor: "La epistemología de la comunicación a los cuarenta años de su nacimiento" (<http://eprints.ucm.es/13238/>).

2. Orígenes y características de los usos actuales de la comunicación pública

Cuando Manuel Martín Serrano elabora la Teoría Social de la Comunicación, ya había investigado y publicado sobre los formas históricas de producir comunicación pública y sus usos sociales, desde la Modernidad hasta la época actual. El tránsito desde la comunicación en la sociedad postindustrial a la comunicación en la emergente sociedad globalizada se describe en *La mediación social* (Madrid: Akal, 1977, 2008). Entre los escritos en los que se ha referido a ese tránsito, se ha seleccionado "Las transformaciones sociales vinculadas a la era audiovisual" (este depósito) y "La ampliación de la realidad en la que vivimos con otro universo virtual" (<http://eprints.ucm.es/11069/>).

A comienzos de los años 80, anticipa que "La nueva era no va a ser de la comunicación, sino la de la conexión" (<http://eprints.ucm.es/11065/>). El autor reanaliza en clave de economía política las transformaciones en la producción comunicativa, tal como se puede apreciar en "Cuándo el valor de cambio de la información puede ser medido" (<http://eprints.ucm.es/11067/>). Y, en clave prospectiva, muestra que los mismos factores que están ampliando las aplicaciones sociales de las tecnologías comunicativas, también tienen un enorme potencial de desorganización. El análisis de cómo se verá afectado el actual orden de monopolio globalizado está resumido en "La forma vigente de producir comunicación pública. Desarrollo y quiebra" (<http://eprints.ucm.es/13239/>). El artículo publicado en *Reis* "Los cambios acontecidos en las funciones de la comunicación y en el valor de la información" (<http://eprints.ucm.es/13240/>) relaciona la revolución informático-comunicativa con las transformaciones históricas que están en curso. La utilización de las nuevas formas de producir comunicación acabará remodelando, a escala universal, las formas de acción social.

Manuel Martín Serrano se ha referido en varias ocasiones a la naturaleza dual que es característica de la producción social de comunicación: innovadora y redundante, controladora y al tiempo liberadora. Cree que por primera vez existen capacidades para que pueda decantarse hacia el desarrollo de la creatividad y la autonomía individuales. Véase en el texto “La gran paradoja que presenta la evolución histórica de la comunicación pública” (<http://eprints.ucm.es/11063/>).

3. La producción social de comunicación y el colonialismo cultural

La comunicación pública ha contribuido y lo sigue haciendo al colonialismo, desde la época de los descubrimientos a la de la globalización. Manuel Martín Serrano indica que ese uso la convierte en un arma de guerra y en un procedimiento de explotación. El autor escribe con frecuencia artículos sobre este tema, desde la perspectiva teórica e histórica que distingue a su obra. “Orígenes históricos de los usos actuales de la comunicación pública” (<http://eprints.ucm.es/13242/>) regresa a la época en la que los movimientos religiosos inventaron “la comunicación social” (a finales del siglo XIX) como herramienta para la catequesis. El neocolonialismo se apropia ese mismo modelo manipulador y lo adapta para crear dependencia. Aclara el autor que “el colonialismo se convierte en neocolonialismo cuando logra integrar el comercio y la transculturización en una única red”. En nuestra época de producción en masa de estereotipia, el neocolonialismo tiene a todas las naciones por su territorio. Produce “La comunicación que globaliza la pobreza cultural” (<http://eprints.ucm.es/13244/>). Empobrecimiento que lleva implícito la sustitución del recurso a cualquier lenguaje hablado por la acción: véase “Cuando la eliminación del idioma propio hace de «la acción» el modo de narrar único o principal” (<http://eprints.ucm.es/13245/>). Manuel Martín Serrano ha acuñado categorías para describir la forma en la que se produce esa destrucción de bienes intangibles, en “La comunicación pública y la supervivencia” (<http://eprints.ucm.es/13246/>). También se ha seleccionado un texto que contiene, en su brevedad, importantes enseñanzas para el estudio y el entendimiento de cómo funcionan esos mecanismos de sometimiento: “El colonialismo cultural se analiza investigando las relaciones entre acción y comunicación” (<http://eprints.ucm.es/13247/>). Explica que la desorganización de las instituciones productivas, familiares y políticas de una comunidad es condición necesaria para que la producción comunicativa que transculturiza quebrante los valores y transforme las costumbres.

4. Metodologías y técnicas para investigar la producción social de comunicación

Manuel Martín Serrano suele elaborar los modelos de investigación que se adecuan a los planteamientos teóricos que él mismo ha propuesto. Por ejemplo, crea en *La producción social de comunicación* los conocidos conceptos de “Mediación cognitiva y estructural” (<http://eprints.ucm.es/13166/>). Son desarrollos de la teoría de la mediación, para el estudio de la comunicación pública, que se acompañan en dicho libro de los correspondientes “Diseños para investigar la producción social de comunicación” (<http://eprints.ucm.es/13147/>). Se reproduce “Un protocolo para llevar a cabo estudios paradigmáticos de la producción social de comunicación” (<http://eprints.ucm.es/13248/>), que se viene utilizando ininterrumpidamente, por su autor y por otros muchos investigadores.

REFERENCIAS para enlazar este documento con los que cita y con aquellos que le citan

- “Prólogo para *La mediación social* en la era de la globalización” (<http://eprints.ucm.es/10651/>)
- “La comunicación NO es una alternativa autónoma respecto al sistema de producción y de reproducción social” (<http://eprints.ucm.es/11049/>)
- “Las tres formas de empleo de la comunicación” (<http://eprints.ucm.es/11058/>)
- “La gesta y la parábola en los relatos de la comunicación pública” (<http://eprints.ucm.es/11061/>)
- “Innovación tecnológica, cambio social y control social” (<http://eprints.ucm.es/11064/>)
- “Mitos y carencias” (<http://eprints.ucm.es/11066/>)

- “La transferencia de la ejecución a la indicación en los comportamientos humanos” (<http://eprints.ucm.es/13105/>)
- “Las relaciones macrosociológicas entre acción y comunicación” (<http://eprints.ucm.es/13107/>)
- “La comunicación en la existencia de la humanidad y de sus sociedades” (<http://eprints.ucm.es/13112/>)
- “El modelo dialéctico de la comunicación” (<http://eprints.ucm.es/13116/>)
- “¿Para qué sirve estudiar Teoría de la Comunicación?” (<http://eprints.ucm.es/13145/>)
- “Dialéctica, comunicación, mediación” (<http://eprints.ucm.es/13254/>)
- “La Teoría de la Comunicación, la vida y la sociedad” (<http://eprints.ucm.es/13109/>)
- “CIESPAL y la humanización de la comunicación: Puente entre el estado de las ciencias y la práctica de la comunicación” (<http://eprints.ucm.es/13183/>).

*Esta selección y sistematización de publicaciones de Manuel Martín Serrano, así como los análisis que les acompañan, se basa principalmente en los estudios realizados por los especialistas que han participado en dos monográficos dedicados a la obra del autor: el primero editado por *Anthropos* y preparado por Esteban Mate y el segundo por *Chasqui*, coordinado por Francisco Bernete. También se han localizado y utilizado numerosas reseñas que están publicadas en otras revistas científicas. El investigador Daniel Franco Romo ha planificado y supervisado la ejecución de todo el proyecto.



LAS TRANSFORMACIONES SOCIALES VINCULADAS A LA ERA AUDIOVISUAL

Manuel Martín Serrano

Catedrático de Comunicación Social
en la Facultad de Ciencias de la Información
de la Universidad Complutense de Madrid

I. Vivimos una época de tránsito entre dos eras comunicativas

Son muchas las observaciones interesantes que cabe hacer, cuando se examinan, con una perspectiva histórica, cuáles han sido los efectos, deseables e indeseables, que la transformación comunicativa produce en la vida cotidiana.

Los años que corren resultan particularmente estratégicos para el análisis de cómo los cambios en los usos de la comunicación se relacionan con transformaciones sociales que se manifiestan ostensiblemente en modificaciones de la vida cotidiana. Esta época nuestra es la frontera entre un "hasta ahora", todavía caracterizado por las modalidades audiovisuales de la comunicación, y un "a partir de ahora", previsiblemente caracterizable por las modalidades multimedia de manejo de la información. Utilizando las denominaciones al uso, es ahora cuando se está produciendo el tránsito entre dos "eras comunicativas": de "la era audiovisual en la comunicación de masas", cuyo apoyo tecnológico más conspicuo ha sido el televisor, a otra "era de integración de los sistemas informativos y comunicativos", tecnológicamente sustentada en el equipo doméstico multimedia.

El cambio de era podrá tenerse por cumplido cuando se cumplan dos requisitos: el primero tecnológico; sociológico el segundo:

1. Que existan equipos capaces de *integrar* en un único sistema operativo todas las funciones comunicativas e informáticas. Las tecnologías multimedia que por ahora están disponibles para un uso generalizado, ya *com-*

binan en alguna medida ambas funciones; pero todavía no las integran. Por eso, las inversiones y las investigaciones tecnológicas en este campo están orientadas a lograr franquear esa distancia cualitativa que separa la mera combinación de la integración de los sistemas. Por ejemplo, se trata de poner a punto un equipo que pueda recibir información por cable y por antena, además de la alimentación que reciba *in situ*; capaz de combinar datos de cualesquiera fuentes; apto para transformar esa información de analógica en digital (y al contrario); capacitado para integrar e incluso transformar la voz en texto, la voz y el texto en imagen (y viceversa); y en condiciones de dar salida al producto resultante en cualquier soporte (pantallas, papel, CD-ROM, etc.) a cualquier distancia.

2. Que estos equipos penetren en un número significativo de hogares y que lleguen a ser utilizados cotidianamente como instrumentos vinculados a relevantes tareas productivas y reproductivas. Las tecnologías multimedia se habrán incorporado a la vida cotidiana, cuando las familias se sirvan de ellas en las actividades relacionadas con el trabajo; con la formación y la cultura; con los usos privados de la información y con el acceso a la información pública. Se trata de un proceso gradual que previsiblemente llegará a constituirse en práctica habitual y generalizada en sociedades como la nuestra; pero sólo cuando lleguen a su madurez las generaciones que ahora están en la infancia. Entre tanto, todos nosotros estamos ya implicados en un gigantesco proceso de reciclamiento en una doble condición: a la vez somos experimentadores y sujetos ex-

perimentales de las nuevas prácticas y de las nuevas formas de vida que van a ir apareciendo ligadas al uso de las tecnologías multimedia. Desde ahora ya estamos reacomodando nuestras actividades y nuestras relaciones a las nuevas posibilidades, pero también a las nuevas exigencias que derivan de la incorporación de tales artefactos a la cotidianeidad.

Cabe afirmar que las prácticas comunicativas propias de ahora mismo tienen en su matriz otro escenario sociocomunicativo, pero todavía no son el nuevo escenario. De hecho, los usos que todavía se están haciendo de la comunicación siguen correspondiendo a la era de las tecnologías audiovisuales y no a la de las tecnologías multimedia. *Para que se pueda dar por hecho el cambio de era, tendrá que ser operativa, a nivel doméstico, la integración de los sistemas comunicativos e informáticos en una única red, por la que pueda circular tanto la información analógica como la digital; y por la que pueda procesarse y expresarse la información indistintamente de forma alfanumérica o icónica.*

2. Condiciones existentes para realizar un balance histórico de la era audiovisual

Los efectos que tendrá esa integración de los sistemas informacionales y audiovisuales en una única red integrada de datos, cuando se complete a nivel de los hogares, no podemos preverlos ahora con mucha certeza. Pero, en cambio, ya se dan las condiciones que hacen posible una reflexión sobre el significado histórico que ha tenido la tecnología audiovisual, a partir de los cambios sociales que ha inducido el uso de los aparatos audiovisuales. Dicho análisis es posible porque la era audiovisual de la comunicación de masas ha comenzado ya a cerrarse, desde el mismo momento en el que los sistemas informacionales han comenzado a integrarse con los comunicativos.

El periodo que abarca la etapa comunicativa caracterizada por el predominio de las tecnologías audiovisuales despegó cuando la televisión adquiere el estatuto de medio de comunicación de masas dominante, y para la mayor parte de la población exclusivo. En nuestro país esa circunstancia sucede en los últimos años de la década de los sesenta. En consecuencia, desde una perspectiva histórica, la era audio-

visual de la comunicación de masas ha alcanzado su culminación, y por tanto su ocaso, en un intervalo de tiempo muy corto. Las mismas generaciones que conocieron los cambios sociales relacionados con la era audiovisual, son testigos de las transformaciones que se están produciendo vinculadas a la aparición y el ascenso de una nueva era multimediática.

La reflexión sobre el sentido histórico que tiene la era audiovisual debe de apoyarse en la mucha investigación que se ha realizado sobre los medios de comunicación de masas (MCM), sus usos y sus contenidos, desde el comienzo de los años sesenta hasta ahora. La recopilación y el análisis de esas fuentes secundarias es un trabajo ya realizado por quien escribe que sirve de apoyo a otro texto teórico de próxima aparición. En esa labor previa se sustentan las indicaciones que se hacen seguidamente.

Principales transformaciones vinculadas a la era audiovisual

Las principales transformaciones sociales vinculadas a la era audiovisual que se han identificado en España durante los treinta y cinco años que están documentados, se pueden sistematizar en unas pocas rúbricas que se enumeran en este cuadro, y se aclaran en las próximas líneas:

- 1) Han afectado a la distribución y el uso del tiempo existencial de las personas.
- 2) Además de la transferencia de tiempo, los MCM han recibido una transferencia de funciones comunicativas.
- 3) Han afectado al empleo de los espacios privados, y a su significado afectivo.
- 4) Han hecho posible el predominio de valores particularistas y etnocéntricos.
- 5) Han establecido nuevas dialécticas entre las comunicaciones personales y las comunicaciones mediadas.
- 6) Han derivado en una vinculación de dos actividades que estaban separadas: el *informar* sobre lo que acontece, y el *intervenir* en lo que acontece.
- 7) No han modificado en nada los factores que determinan la marginación comunicativa.
- 8) Han creado las condiciones tecnológicas y económicas, para un reencuentro de las prácticas comunicativas audiovisuales y textuales.
- 9) Han culminado el proceso socioeconómico, que vincula la información para la comunicación, con todos los otros usos no comunicativos de la información.

1. Uno de los cambios más importantes ha consistido en la transferencia de tiempo que han hecho las personas desde otras actividades, a favor de la comunicación mediada. La utilización de los medios de comunicación es otra práctica más entre las prácticas. El tiempo destinado a informarse debe de competir con el dedicado a las interacciones personales de todo género y naturaleza y con la atención que requiere la conservación del propio cuerpo. Por esa razón, un estudio de los usos de la comunicación tiene que analizar las actividades comunicativas en el contexto de las restantes ocupaciones.

He indicado que la comunicación mediada cada vez ha ido obteniendo para sí una proporción mayor de ese bien tan escaso y rígido que constituye un día de nuestra vida. Para comprobar este dato, basta verificar que el tiempo diario dedicado a la audiencia y lectura en años sucesivos, desde 1960 hasta ahora ha crecido de manera ininterrumpida. Entre 1980 y 1989 el incremento del tiempo de audiencia de Radio fue de un 21 por ciento. En el mismo periodo, el de televisión alcanzó un 17 por ciento. Como el día sólo tiene 24 horas, más tiempo dedicado a los MCM significa necesariamente una reducción del tiempo dedicado a otras modalidades de comunicación, y a otras actividades no comunicativas.

Sin embargo, *el reparto* del tiempo destinado a la comunicación, entre las diversas actividades comunicativas, ha sido desigual. Por ejemplo, los datos indican que el número de películas que se ven actualmente durante un año, puede multiplicar por cinco a las que se veían hace veinte años. Pero este incremento se ha producido al margen de las salas de cine, porque se ha integrado en la programación televisiva. Igualmente, se ha mostrado que es muy elevado el tiempo dedicado a la lectura; pero se ha canalizado hacia otros soportes escritos, tales como la fotocopia, en detrimento del libro. También es seguro que ha aumentado el tiempo dedicado a oír música; pero no han sido las emisoras de radio, sino las casas discográficas quienes más se han beneficiado de este incremento.

2. Además de la transferencia de tiempo, los MCM han recibido una transferencia de funciones comunicativas. Como correlato de estos desplazamientos se han transferido a los MCM funciones comunicativas que antes se satisfacían por las comunicaciones personales. Relatores de cuen-

tos, contadores de historias, entraron en decadencia desde que la televisión puede proporcionar imágenes de los lugares y de las aventuras imaginadas.

Pero esta sustitución del narrador humano por otro electrónico, no sólo afecta a los niños, ni sólo se refiere a la función fabulatoria que antaño cumplían los ciegos en las plazas y las tías y abuelas en las casas. Los adultos han prescindido de los amigos y compañeros, como informantes y consejeros, en aquellos asuntos que se relacionan con las modas, las convenciones y los usos sociales, sustituidos por los nuevos portavoces de la presión social que son, en su mayoría, presentadores de la televisión y de la radio.

Sólo los temas más íntimos y privados, aquellos que conciernen a los miembros más próximos de la familia, siguen preservados por ahora de la introducción mediática. Por ejemplo, para manejar los temas afectivos, conyugales o filiales, se prefiere la información que procede de los amigos, a la que deriva de los MCM. Ciertamente esta barrera la establecen los usuarios y no los mediadores, toda vez que la espectacularización de los problemas y de las miserias maritales y paterno filiales, se ha convertido en un nuevo género (el *Reality Show*).

El incremento del tiempo asignado a los MCM se ha logrado en gran medida a costa de reducir la ocupación en actividades no comunicativas. Concretamente, se ha introducido la teleaudiencia y la radioescucha en el ocio, generalmente desplazando a otras aficiones y juegos. Con el resultado de que el ocio "no mediático" se ha contraído (p.e. pasear, charlar, tocar instrumentos), a pesar del aumento que ha experimentado el tiempo disponible por la reducción de las horas semanales de trabajo.

En la actualidad, se podría pensar que ya se ha alcanzado la saturación en la cantidad de tiempo que cabe destinar a los MCM, y que la fatiga mental está actuando como un freno para que la distribución de ocupaciones a lo largo del día no siga descompensándose más a favor de la comunicación mediada. La circunstancia de que los tiempos de audiencia y de lectura estén estabilizados desde hace varios años, es un dato a favor de esa hipótesis. Sin embargo, creo que no es correcta. Es cierto que el uso de *frucción* de los medios —por ejemplo, ver la programación que propone la TV, escuchar los programas de la radio, leer cada día el periódico, etc.— no va a crecer, e incluso es posible que se reduzca. Pero en cambio, hay otros usos instrumentales de la

información, vinculados al trabajo, a la gestión, organización y planificación de las actividades privadas y sociales que están creciendo y que van a seguir aumentando.

3. Las tres últimas décadas han supuesto la retirada de la comunicación mediada hacia los espacios domésticos. Representa un cambio muy drástico el mínimo juego que ahora tienen los espacios públicos como lugares de la comunicación pública. En sus inicios el uso del MCM (la radio, y en su momento el televisor) era una actividad comunitaria, que reunía a los vecinos en un bar, en la escuela, en el casino; por ejemplo, para escuchar juntos la transmisión de los mundiales de fútbol, para ver el reportaje de la llegada del hombre a la Luna, o la muerte en directo de Armstrong por Ruby. Ese empleo comunitario era el último testimonio de otra época todavía pre-audiovisual.

La conversión del espacio doméstico en el territorio prácticamente exclusivo destinado a utilizar la comunicación mediada, es el resultado del repliegue de varios medios hacia los espacios privados. También podría interpretarse como muestra de la progresiva apropiación de las áreas de intimidad por la comunicación pública. En ese proceso intervinieron la televisión, la radio, la prensa periódica, el libro, los equipos domésticos para oír música. En consecuencia, una parte importante del tiempo que se le ha transferido a las actividades comunicativas procede de una refuncionalización del tiempo doméstico como ocasión para ejercitar la audiencia y la lectura.

Esta retirada de las prácticas comunicativas hacia el hogar, siendo ya tan espectacular, es sólo el inicio de lo que cabe esperar en el futuro. Una parte importante de la población va a ocuparse, desde su domicilio, en trabajar operando con la información. El ocio y el juego, al menos de los más pequeños, también se está encerrando en las habitaciones privadas: por ejemplo entre los solitarios aficionados a los videojuegos. Las distinciones territoriales, afectivas y sociales, entre espacios para la relación familiar, para el trabajo, para el esparcimiento, para la información, van a perder su pertinencia [1].

4. Nuevamente están adquiriendo importancia las funciones afectivas, de naturaleza sustitutoria, que se esperan de los MCM. Para una mayoría de las audiencias, los medios de comunicación son todavía ocasión de una actividad compar-

tada con otros individuos en el ámbito familiar. Pero existe ahora un número mucho mayor de personas que viven o pasan solas la mayor parte de su tiempo. Entre ellas, vuelve a encontrarse un rebrote de esos usos *páticos* y *conativos* que distinguía Jacobson en la comunicación. Dichas funciones se expresan cuando los encuestados que viven solos dicen que los MCM "les hacen compañía".

Incluso entre las familias en las que conviven varios miembros, se están advirtiendo dinámicas afectivas propias de seres solitarios. Uno de los efectos indeseados que ha tenido la multiplicación de los aparatos audiovisuales en los domicilios ha sido la fragmentación de la audiencia del hogar, en usuarios aislados, cada cual encerrado en su territorio privado, con su vídeo, su televisor, sus cascos o su ordenador. Otra vez hay que advertir que estamos sólo en el inicio de una tendencia que parece orientarse hacia el procesamiento y el consumo de información en condiciones de aislamiento físico y emocional. Seguramente, en un futuro próximo, este hecho constituya un problema social de dimensiones considerables.

Es previsible una situación paradójica. La televisión y la radio, tal como ahora las conocemos, pueden experimentar un serio quebranto de audiencias, cuando cada persona pueda confeccionar desde un teclado la programación que le apetezca con la misma facilidad con la que elige en el *menú* del ordenador. Pero en el supuesto de que el seguimiento de la programación que ofrece la cadena de radio o de televisión tenga para la audiencia el valor afectivo de luchar contra el aislamiento, las figuras *amigas* del locutor o del presentador van a revalorarse aún más. En ese caso, el atractivo que puede tener el elegir los contenidos de acuerdo con los gustos y las necesidades individuales, puede ser menor que la gratificación conseguida con la *participación* en esos programas que puede seguir todo el mundo.

5. Los medios audiovisuales han hecho posible el predominio de valores particularistas y etnocéntricos. La forma en la que han ido evolucionando los gustos de las audiencias, en relación con los contenidos comunicativos, también indica que las funciones conativas y páticas de los medios son cada vez más importantes. Por ejemplo: en España, y en paralelo con la transformación autonómica del Estado, ha crecido el interés por la referencia comunicativa a los espacios locales y a los grupos humanos más próximos. Las mismas

manifestaciones particularistas, e incluso aislacionistas, se han observado en otros países cuando se han analizado la evolución que han seguido las preferencias comunicativas de los teleoyentes. El mismo impulso que lleva a las audiencias a buscar en la comunicación arraigos más concretos favorece al etnocentrismo; y con ello las actitudes discriminatorias y prejuiciosas. Los datos disponibles indican que la oferta comunicativa durante la era audiovisual de la comunicación de masas ha explotado a fondo esa vena endogámica. Cara al futuro, la existencia en los hogares de una tecnología muy sofisticada para el manejo con fines productivos de la comunicación y de la información es compatible con la promoción de valores particularistas e insolidarios. Incluso puede que se incida aún más en la difusión de visiones del mundo tan primarias, como un eficaz recurso de control social. Parece que ahora tanto las condiciones sociales, como los valores sociales se están combinando para que el uso de la comunicación atomice cada vez más el tejido social.

6. La evolución de la comunicación pública se está orientando a intervenir en los problemas privados, y no sólo a describirlos. En el enfrentamiento secular entre individuos e instituciones, la comunicación pública siempre estuvo para legitimar la intervención de las segundas. Pero al tiempo que las razones de la organización se presentaban como más importantes que los sentimientos o que la felicidad de los individuos de carne y hueso, se difundían otros mensajes de consolación, en los que el orden existente quedaba en alguna medida subvertido. Por ejemplo, en los folletines, la honradez y la bondad resultaban recompensadas; la justicia finalmente triunfaba; el marginado adquiría reconocimiento, etc.

Tanto la función de legitimar a las organizaciones como de confortar a los individuos son reconocibles en cualquier tiempo, y en todos los medios de comunicación, con distinto énfasis según cual sea su especialización comunicativa. Pero desde el inicio de la década de los ochenta, la televisión se está decantando como el medio más utilizado por el público con fines de confortación. Papel que antes se repartían la radio y la prensa amarilla. Respondiendo a esta solicitud de las audiencias, la televisión ha terminado por quebrar, en los programas de *Reality Show*, la distinción entre la función de "informante", en este caso dando un tiempo para que se narren las cuitas privadas, y la función de "inter-

ventor"; en este caso, implicándose en la solución del problema personal (amoroso, legal, médico, etc.) que motiva la participación de los invitados en el programa. Existe un conocido relato de C.F., popularizado en una película, en el que se cuenta cómo individuos comunes aceptan concursar en un juego televisual en el que se intentará matarles; participando las audiencias como *samaritanos* o como *delatores*. Salvadas las distancias, el modelo de este programa coincide con el que caracteriza a los *Reality Show*.

En tales programas se quebranta la norma profesional y deontológica, que le impedía al mediador provocar el conflicto o implicarse en él. Hay razones para suponer que esta transgresión es síntoma de cambios importantes que están por producirse en los usos de la comunicación mediada. Si bien se mira, las *instituciones dedicadas a la comunicación van a ir anudando lazos cada vez más estrechos con el resto de las instituciones dedicadas a manejar las disfunciones sociales; entre ellas, con aquellas que se ocupan de la seguridad ciudadana, de los problemas de soledad, abandono, marginalidad, etc.* A más largo plazo, es posible incluso que estas instituciones queden integradas como actividades especializadas dentro de la oferta de servicios comunicativos.

7. Existe un síndrome de marginación comunicativa que sigue vigente, y que incluye los mismos factores de discriminación. Tres décadas de crecimiento económico, de desarrollo tecnológico y de conquista de libertades públicas, en España, no han transformado el reflejo que tienen las divisiones y diferencias sociales en el uso de la comunicación; ni tampoco lo han hecho en otros países como EE UU o Inglaterra. Salvadas las variaciones de grado, los mismos factores que en 1965 explicaban por qué unas personas podían o no utilizar los medios de comunicación, explican en 1995 la segmentación que existe en los hábitos y en las preferencias de los públicos.

A pesar de que en las nuevas generaciones el género no es ya un condicionante que discrimine la formación cultural que se recibe, sigue existiendo un uso *masculino* distinguible de otro uso *femenino* de la información mediada. Desgraciadamente, la tópica distinción entre lecturas "para mujeres" y "para varones"; programas "femeninos" y "masculinos" sigue reflejando las diferentes preferencias. Sin embargo, esta situación puede que tenga un giro drástico en los próximos años, porque las propias mujeres comienzan a percibir el juego dis-

criminatorio de los mediadores con los contenidos. Además es muy rápido el proceso de incorporación de las mujeres a los espacios sociales donde antes sólo había hombres. Una condición necesaria sería que la publicidad no siga reforzando la producción de programas pensados específicamente "para ellas", en su condición de consumidoras. Entre tanto, los niveles de desequilibrio, en cuanto a temas y tratamientos, entre la comunicación destinada a unos y a otras, son tan hirientes como en los años sesenta; y sería frívolo subestimar el efecto mistificador y discriminativo que ha tenido que generar y seguirá generando esa ininterrumpida producción comunicativa, destinada "a la mujer".

Las divisiones técnicas y sociales inciden en las oportunidades de acceso y uso de la comunicación, lo mismo que lo hacen en cualquier otro ámbito social. Pero las posibilidades que cada cual tiene de utilizar las infraestructuras y los productos de la comunicación, no sólo reflejan las diferencias sociales, sino que además las reproducen; frecuentemente las refuerzan, e incluso las generan.

En el campo de los usos de la comunicación, con el paso de los años se está produciendo un desplazamiento en el origen de las desigualdades. Las diferencias derivadas de la división técnica están sustituyendo a las que generaba la división social. *Expresado en otros términos: la capacidad de servirse de los bienes comunicativos y de sus productos comienza a depender más del sector de actividad en el que trabajan las personas, y de la función profesional que desempeñan, que de la clase social a la que pertenecen.*

Este giro supone que el acceso a la cultura y a la formación sea más determinante que los ingresos, para explicar las prácticas comunicativas. Como las nuevas tecnologías que se están incorporando a la infraestructura doméstica, y sobre todo las que están por llegar, requieren de más competencia para su manejo que la que exige el uso del televisor o de la radio, *las tecnologías interactivas —al menos de corto plazo—, van a aumentar la marginación comunicativa de algunos sectores de la población.*

Actualmente, en España las diferencias generacionales coinciden en gran medida con las desigualdades en la formación y en la cultura. Por esa razón, se está ya configurando una modalidad de uso comunicativo propia de las personas mayores, cualitativamente distinta de las modalidades que se ensayan y aplican en el resto de la población. La diferencia radica en que los mayores siguen limitados a un em-

pleo de los medios no interactivo, meramente recreativo o informativo, dependiente en todo de la programación que ofrece el mediador; y en esta oferta se vuelcan hacia los contenidos que se refieren a las relaciones primarias y a los ídolos de la audiencia.

El efecto discriminativo que tiene la ocupación a la que se dedican los usuarios de los medios, tuvo y tiene su máxima expresión entre las amas de casa. Siguen apareciendo ahora las mismas peculiaridades que caracterizaban al consumo comunicativo de estas mujeres hace treinta años; y la programación que les está destinada, aunque haya saltado de la radio a la televisión, les ofrece un catálogo de contenidos equivalente.

El paso del tiempo muestra que las discriminaciones en el uso de la comunicación se generan por la confluencia de dos clases de factores: en primer lugar, las diferencias sociales que se han ido refiriendo; y en segundo lugar, las circunstancias existenciales de cada individuo.

Las personas que viven ayunas de compañía y con privaciones afectivas, también suelen hacer un consumo muy limitado de la información que sirve para participar activamente en la vida social.

La conclusión a la que se llega es que durante todos los años que se han documentado se viene reproduciendo un síndrome de marginación comunicativa, que afecta a quienes ya son marginales social y afectivamente. Constatación de que durante la era audiovisual se ha desaprovechado el potencial que tiene la comunicación pública, de contribuir a la disminución de las desigualdades.

8. Se ha invertido el ciclo que llevaba la disociación entre las prácticas comunicativas audiovisuales y las textuales. La característica más distintiva que ha tenido la época denominada "audiovisual" ha sido la compleja dialéctica que ha existido entre el recurso al texto escrito y el recurso a las imágenes. Esta etapa de disociación entre ambas opciones expresivas ha durado hasta la aparición en el hogar de los primeros aparatos informáticos. La etapa multimedia será cualitativamente muy distinta; estará decididamente orientada a un uso integrado, polivalente y traducible de textos e iconos.

La disociación que ha existido entre la comunicación audiovisual y la textual ha estado obviamente propiciada por las características tecnológicas de los MCM al uso. La lectura, la visión y la audición permanecen como opciones alternativas.

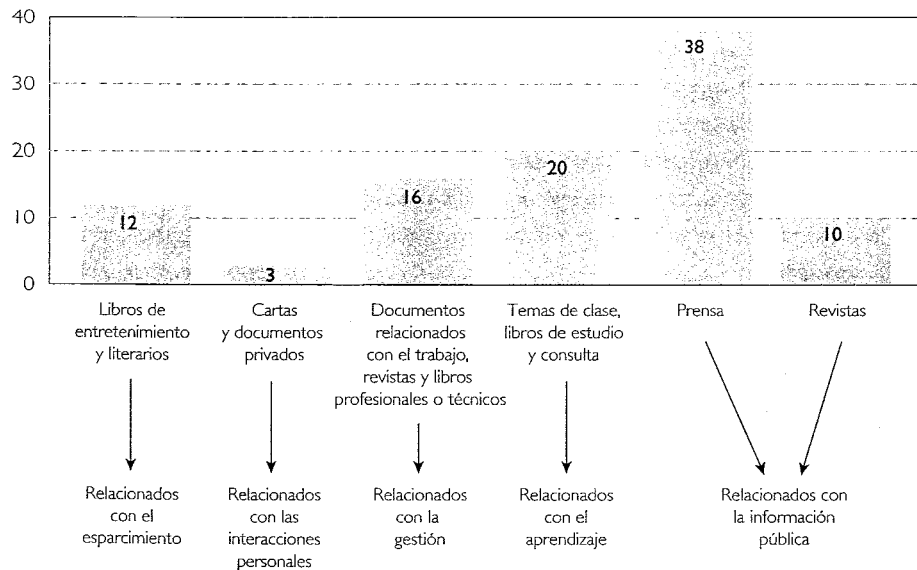
Para terminar con este uso disociado de la información, era requisito necesario que otros aparatos facilitasen la confluencia y la traducción de la palabra, la letra, el número y la imagen, tal como aquí se ha indicado. Pero además todavía existe otra disociación que es necesario revocar: la que ha venido asignando diferentes usos, en unos casos para el material audiovisual y en otros para el escrito. La producción audiovisual fue canalizada hacia funciones relacionadas con la información pública y con el esparcimiento de la familia en el hogar; por más que se hayan hecho esfuerzos por penetrar con los materiales audiovisuales en la docencia y en el trabajo. En cambio, durante la misma época, una mayor parte de la lectura ha tenido un uso vinculado a la educación y al trabajo; más concretamente con el ejercicio de la escritura; a pesar del crecimiento que ha habido de la lectura de ficción y de evasión (confróntese el histograma). Esas distintas especializaciones deben de explicar muchas de las diferencias que han existido en los usos de los MCM audiovisuales y escritos.

Todo parece indicar que en el futuro los mismos aparatos y las mismas competencias que sean necesarias para utilizar la información con fines de información o de esparcimiento, son las que se van a requerir para el empleo forma-

tivo y el uso profesional de la información. El estímulo para la integración de imagen y texto en un único fluido expresivo está llegando más bien de los centros de trabajo que de las empresas informativas. Sin embargo, la época dominada por la comunicación audiovisual frenó los ritmos de crecimiento de la sociedad lectora; hemos entrado en esta nueva era con un 15 por ciento de la población española que no lee casi nada, y casi nunca.

9. Ya se manifiesta el proceso socioeconómico que va a vincular el universo de la comunicación, al universo de lo programable. Las actividades sociales que se vinculan con la adquisición, procesamiento, transmisión y uso de la información adquieren nueva relevancia económica al final de la era audiovisual. Este cambio hay que relacionarlo con un fenómeno nuevo: la definitiva incorporación al sistema productivo de la información *como un bien*. El producto *información* ha llegado a ser equiparable a cualquier otro bien, en tanto que ya cabe establecer sin ninguna aleatoriedad su valor de cambio. Este proceso lo he señalado y analizado en otro artículo publicado en esta misma revista (cf.: *Comunicación Social 1992/Tendencias*).

Tipos de materiales escritos que componen las lecturas



Base: Total de materiales leídos, al menos durante 15 segundos, el último día laborable y/o el último día festivo

Fuente: Manuel Martín Serrano, *La sociedad lectora*. Madrid, D.G.L. 1994.

Naturalmente la información destinada a un empleo social siempre tuvo un valor de uso; y también, en ocasiones, un valor de cambio que a veces se correspondía con el costo de producción, de distribución y de adquisición. Pero la condición de *bien* del producto *información* sólo podía quedar establecida universalmente cuando el *valor de la producción* de cualquier clase de información fuese comparable en el mercado con el valor de la producción de cualquier clase de otro bien (por ejemplo, de una silla, de una bebida). Para ello, se *requería que la valoración de la información pudiese establecerse con independencia de su contenido*. Por ejemplo, se requería que cuando surgiese la necesidad de establecer qué valía más —una carta comercial o una carta de amor—, se pudiese establecer comparando la *cantidad* y no la calidad de información que contenían ambos bienes.

Shannon proporcionó la medida necesaria para que fuese comparable la cantidad de información de productos cualitativamente tan diversos como un disco, una conferencia telefónica y la reproducción de un cuadro. Pero, además, la misma herramienta conceptual que permite cuantificar el costo de la información, puede utilizarse para que el propio concepto de “valor de cambio” de *cualquier bien* encuentre una medida cuantitativa más precisa que el concepto de “tiempo social medio de trabajo”. Por esa razón, cada vez va a ser más común la comparación económica del valor de los bienes en términos de la cantidad de información que incorpora su producción o que proporciona su consumo. Este proceder va a ampliar el campo de las prácticas donde es pertinente tomar en cuenta criterios informacionales a toda actividad en la que la producción de un bien sea traducible a un programa. En consecuencia, *cada vez será más usual que cuando exista una referencia al universo de la información se esté mencionando todo el universo de lo programado; e incluso de lo programable*.

La existencia de la herramienta teórica que permite establecer una unidad universal para medir el valor de toda posible información era una condición necesaria para que se pudiese incorporar la producción de información como una práctica de naturaleza económica. Pero no era condición suficiente. Para que el valor económico de la producción, distribución y utilización de información fuese equiparable con el de cualquier otro bien, además se necesita de una red de distribución suficientemente desarrollada (las llamadas “autopistas de la información”). La naturaleza del producto “in-

formación” requiere de una infraestructura propia. En tanto que los canales y los aparatos receptores, procesadores, reproductores, sean diferentes para la información que llega como texto, como palabra, como imagen, como número, no existirán las condiciones de infraestructura adecuadas para que se pueda generalizar un sistema de producción y de reproducción basado en el *mercado de la información*.

4. Conclusiones

Al concluir este breve recorrido por la historia de la comunicación marcada por la tecnología audiovisual, cabe obtener algunas conclusiones:

La manera en que las prácticas comunicativas han cambiado o se han perpetuado en España durante los últimos treinta y cinco años, aparece como un proceso coherente. No han existido contradicciones perdurables entre los *usos* que las personas hacen, tanto de los MCM como de los productos comunicativos y las *funciones sociales* que la comunicación pública ha tenido encomendadas en cada momento. Otra cosa distinta es que de esa coherencia resulten unos efectos deseables o indeseables.

Ese ajuste entre la producción, la distribución y el uso de la información mediada, no siempre ha cubierto todas las necesidades privadas de conocimiento, formación, adiestramiento, recreación e interacción. Pero la comunicación pública —como cualquier otra práctica social de la que depende el funcionamiento de la comunidad en su conjunto— no persigue directamente la felicidad de los sujetos, sino la integración de los individuos en las dinámicas colectivas. Desde el punto de vista del funcionamiento social, la forma en la que se utiliza la comunicación tiene coherencia cuando aparece integrada con la forma en la que se vive. Lo cual sucede si se comprueba que la información pública mediada participa con eficacia en la regulación de las tareas y de los comportamientos; por ejemplo, cuando se trabaja y se descansa; cuando se está en el hogar y en los ámbitos públicos; cuando sólo se opina, y cuando además se actúa; en las relaciones familiares y en las interacciones con otros grupos.

La articulación entre las cosas que cambiaron y las que permanecieron con la transformación de la comunicación en España tiene, por lo tanto, un sentido. Puede ser explicado como resultado de los permanentes reajustes a los que estuvieron sometidas tanto la producción comunicativa co-

mo las prácticas comunicativas. Esas variaciones han dependido, en cada momento, de los diferentes usos que le correspondía asegurar a la información mediada. En consecuencia, las transformaciones de la comunicación no se han generado en un proceso unívoco, ni lineal, ni siempre predeterminado por los avances de las tecnologías o por los cambios políticos.

Conviene dedicar algunas líneas al examen de la flexibilidad que ha existido en cada circunstancia, con tal de mantener o recobrar un ajuste satisfactorio entre las prácticas comunicativas y las necesidades institucionales.

- Una de las conclusiones mejor fundadas que ofrece este análisis, es que la modificación de los usos sociales de la comunicación, no siempre es efecto necesario de las innovaciones tecnológicas. Por ejemplo, cuando la incorporación de la televisión en blanco y negro a los hogares se transforma drásticamente la distribución del tiempo. Ese cambio afecta de modo irreversible, a la organización del trabajo, del ocio, del descanso, y de las tareas domésticas. Sin embargo, el nuevo medio asume la mayoría de las funciones comunicativas que antes cumplía la radio, por lo cual permanecen casi invariantes los contenidos comunicativos a disposición de las audiencias.
- Incluso hay ocasiones en las que emergen cambios muy drásticos en las prácticas comunicativas, sin que exista ningún factor comunicativo –sea tecnológico o de cualquier otra naturaleza– que explique esa transformación. Por ejemplo, han sido los acontecimientos políticos que vivió España al final de la década de los setenta, los que crearon las condiciones sociales ade-

cuadas para que se estableciese un nuevo reparto de los temas que las audiencias buscan en la prensa escrita y en la televisión. Esa refuncionalización se produce en una época en la que la única novedad tecnológica era el equipamiento doméstico en aparatos de televisión a color.

- Todo ello es compatible con el hecho de que a veces una *revolución tecnológica* genera consecuencias casi inmediatas, y en ocasiones muy espectaculares, en el funcionamiento de la comunicación. Entre otros ejemplos, cabe mencionar la transformación de los usos de la radio, con la aparición de la frecuencia modulada y de los aparatos a pilas; y más recientemente, la reorganización del uso del tiempo dedicado a los medios audiovisuales en los niños que utilizan los videojuegos.

Ante modos tan diferentes de producirse las transformaciones en los usos sociales de la comunicación, el análisis de este fenómeno tiene que abrirse a un repertorio de factores comunicativos y no comunicativos muy diverso. No hay por tanto lugar para un estudio meramente *comunicativo* de la comunicación. Por otra parte, las afectaciones entre el sistema comunicativo y el sistema social no pueden ser interpretadas como modelos causales, sino mediacionales.

Notas

- [1] Me he referido a los previsible efectos de este proceso, que ya está iniciado, en otro libro (c.f. *La producción social de la comunicación*. Alianza Editorial, 1986).