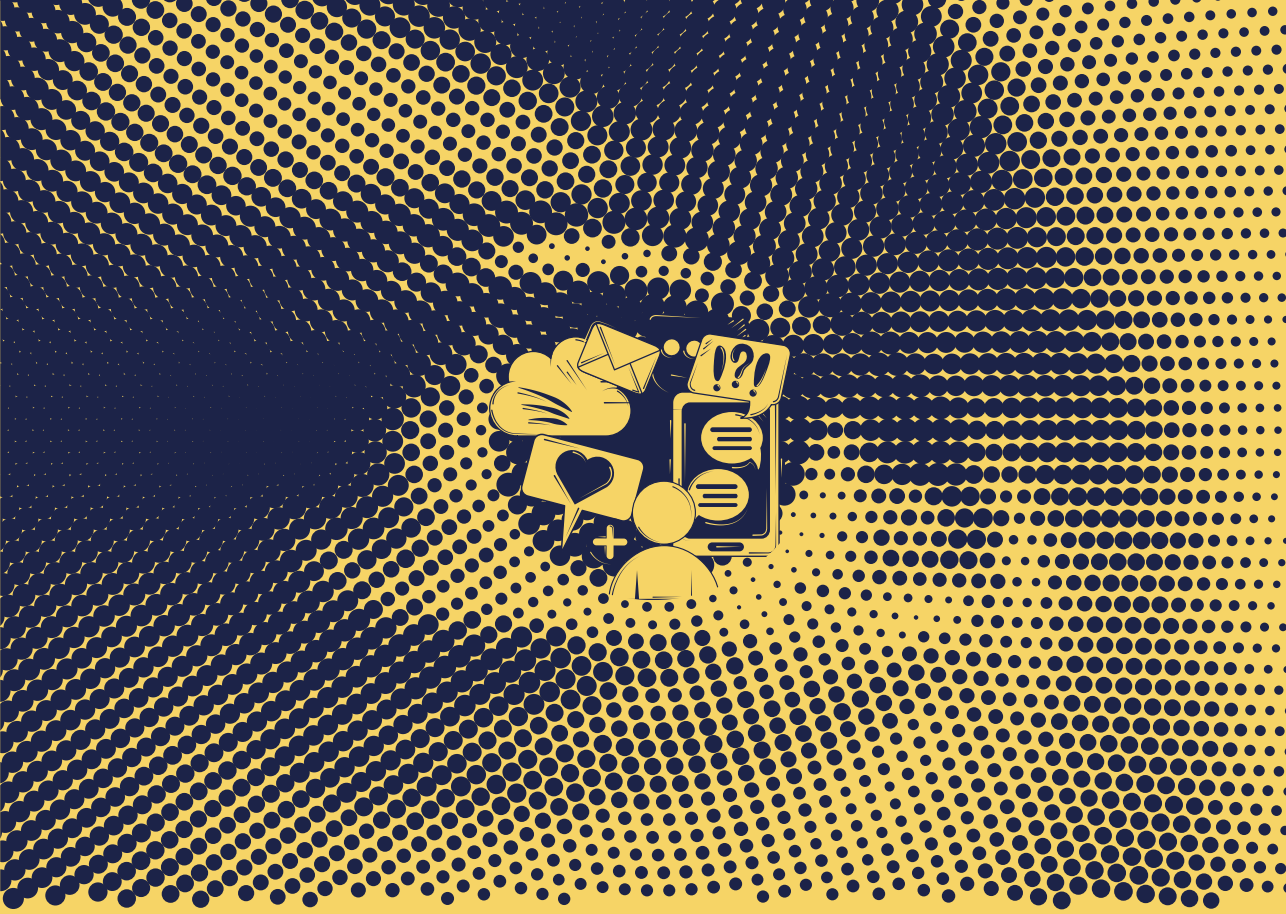


Audiencias y cultura digital

Problemas contemporáneos de la comunicación, los medios y las redes sociales

ECOE EDICIONES

SISTEMA DE INFORMACIÓN EN LÍNEA
SIL
COMPLEMENTO VIRTUAL

Leonel Yáñez Uribe

AUDIENCIAS Y CULTURA DIGITAL

PROBLEMAS CONTEMPORÁNEOS DE LA COMUNICACIÓN, LOS MEDIOS Y LAS REDES SOCIALES

Leonel Yáñez Uribe

Catalogación en la publicación - Biblioteca Nacional de Colombia

Yáñez Uribe, Leonel, autor

Audiencias y cultura digital : problemas contemporáneos de la comunicación, los medios y las redes sociales / Leonel Yáñez Uribe. -- Primera edición. -- Bogotá : Ecoe Ediciones, 2024.

194 páginas.

Incluye datos curriculares del autor -- Incluye referencias bibliográficas.

ISBN 978-958-503-870-7 (impreso) -- 978-958-503-871-4 (digital)

1. Audiencias 2. Medios de comunicación de masas 3. Comunicación y cultura 4. Redes sociales en línea 5. Cultura digital

CDD: 302.23 ed. 23 CO-BoBN– a1135289

Área: *Computación y tecnología de la información*
Subárea: *Estilo de vida digital y mundo en línea*

ECOE EDICIONES

© Leonel Yáñez Uribe

© Ecoe Ediciones S.A.S.
info@ecoeediciones.com
www.ecoeediciones.com
Carrera 19 # 63 C 32
Teléfono: (+57) 321 226 46 09
Bogotá, Colombia

Primera edición: Bogotá, febrero del 2024

ISBN: 978-958-503-870-7
e-ISBN: 978-958-503-871-4

Coordinadora editorial: Ana María Rueda G.
Coordinadora de producción editorial: Paula Bermúdez B.
Editora de adquisiciones: Alejandra Cely R.
Corrección de estilo: Andrés Díaz
Diagramación: Yolanda Madero
Carátula: Wilson Marulanda Muñoz
Impresión: Xpress Estudio Gráfico y Digital
Carrera 69 H # 77 - 40

Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.

Impreso y hecho en Colombia - Todos los derechos reservados

Este trabajo está pensado para motivar las conversaciones con los colegas y estudiantes del campo de la comunicación y el periodismo, la cultura, la antropología y la sociología.

Contribuyeron a hacer posible las lecturas y escrituras, mi compañera de vida Patricia Ramírez Aguilar; mis colegas de la Universidad de Artes y Ciencias Sociales (U. Arcis); mis compañeros de viaje en la investigación y reflexión, Federico Schumacher Ratti y Juan Pablo Arancibia Carrizo; y Pablo Antonio Cottet Soto, con quien nos hemos acompañado desde ya más de 40 años, tanto en la amistad, la fraternidad y, por cierto, en las extensas conversaciones que han permitido dar a luz este texto. Muchas gracias a todos ellos.

CONTENIDO

Preámbulo xi

Introducción xii

Capítulo 1. Seres activos en la comunicación 1

Capítulo 2. El fenómeno de las audiencias en la historia de la mediatización 5
2.1 Las bases fundacionales de la teoría de la comunicación 6
2.2 Nuevas miradas para un mismo problema: enfoques que renuevan la comprensión de los fenómenos sociocomunicacionales 10
2.3 Las transformaciones en el campo de la comunicación 21

Capítulo 3. La época del comunicante 41
3.1 Modernidad: del capitalismo industrial al modo informacional de producción 42
3.2 La acumulación originaria de la información: la información como fuente de riqueza 61
3.3 La cultura en la sociedad de la información y las comunicaciones 72
3.4 Los actores de la comunicación: el sujeto en la transición epocal 96

CAPÍTULO 4. HACIA UN MAPA DE LAS AUDIENCIAS: LA AUDIENCIACIÓN CONTEMPORÁNEA 113
4.1 La comunicación como proceso 114
4.2 Las lógicas de reconocimiento: transformaciones del contrato/vínculo en la comunicación social 122

CAPÍTULO 5. ALGUNAS EXPLORACIONES HACIA LOS FENÓMENOS ACTUALES DE AUDIENCIACIÓN A MODO DE EJEMPLOS: INTERPRETANDO COMUNIDADES DE AUDIENCIAS 137
5.1 Las audiencias residentes, propias del ámbito local-comunitario 139
5.2 Audiencias en la comunidad de música acusmática 147
5.3 Audiencias que navegan en la red de redes 158

CAPÍTULO 6. SÍNTESIS 175

REFERENCIAS 187

Sistema de Información en Línea



Al final del libro encontrará el código para ingresar al **Sistema de información en Línea** - SIL - donde podrá acceder a presentaciones y guías en torno a:

- La trayectoria de la comunicación humana, del gesto a la palabra (sobre textos de Andrè Leroi-Gourhan) (PPT y PDF).
- Algunos datos sobre la aparición de la especie humana (PDF).
- Fases y modos de la comunicación (PPT).
- Técnica y tecnología (sobre textos de Bernard Stiegler) (PDF).
- La irrupción de internet, la red y el sistema computacional (PPT).
- Cultura y mundo virtual (PDF y PPT).
- La revolución del acceso (sobre textos de Eliseo Verón) (PPT).
- Guía comentada de referencias bibliográficas.

PREÁMBULO

Generar nuevos conocimientos sobre las transformaciones al interior de los procesos comunicacionales contemporáneos, particularmente del campo de la "audienciación" o comúnmente llamado "de las audiencias", corresponde a una inquietud compartida con mis colegas tanto como con compañeros y compañeras de otras disciplinas. Por ello, al observar la relación que se da en los procesos de producción, circulación y reconocimiento de sentidos, lugar constitutivo de los seres humanos que se actualiza históricamente, se pueden constatar transformaciones con impacto en toda la sociedad. Por esta razón, el tópico tecnologías-comunicación y producción de sentido me ha permitido identificar y comprender las características del proceso de transformación de los fenómenos de audiencia a audienciaciones, es decir, cuando en las sociedades presentes la comunicación adquiere una centralidad singular, y el ser (humano) es un ser activo devenido en "comunicante".

Las conclusiones o aportes de este trabajo se pueden sintetizar en: a) una crítica a los fundamentos de los estudios mediológicos sobre las audiencias o crítica a la teoría de la comunicación; y, b) una crítica a la técnica –como fetiche– al evidenciar las transformaciones comunicacionales contemporáneas en los procesos de incorporación de nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones, en tanto producción histórica de sentido, por ello, constitutivas en la configuración de la historia humana.

Con ello, es posible levantar un discurso para ensayar la hipótesis de que el ser social en el actual proceso de individuación experimenta transformaciones de carácter societal, inimaginadas en el siglo xx. Esto es, un nuevo siglo que augura un salto fuerte en la forma de vida humana ya mediatizada.

INTRODUCCIÓN

El tópico tecnologías-comunicación y producción de sentido corresponde a un campo de problemas que ha sido estudiado desde diferentes posiciones, consolidándose a mediado del siglo xx como campo de estudios mediológicos (Wolf, 1987); para luego dar paso crítico hacia otros enfoques de la mano de los estudios asociados a las tradiciones con referencias en la Escuela de Frankfurt y la Escuela de Birmingham, hasta las perspectivas latinoamericanas de finales del siglo xx y principios del siglo xxi, que se desplazan entre los campos poder/política (Mattelart, 1997), las mediaciones del eje comunicación/cultura (Martín-Barbero, 1988; Orozco, 1991) y las hipermediaciones e hiperindustrias culturales (Cuadra, 2008; Scolari, 2008), por citar las más relevantes o divulgadas.

Específicamente el campo de las audiencias y las transformaciones de los procesos de la comunicación permite ensamblar en un mismo ámbito de investigación a la comunicación (sus procesos), las tecnologías (sus soportes) y las audiencias (los sentidos y significaciones). Se pretende con ello ubicar ciertas tradiciones en las investigaciones de las recepciones/audiencias, aportando a representar una historia de las audiencias/audienciaciones, visibilizar las epistemologías que las han explicado, para arribar a un modo de comprenderlas, unos recorridos discursivos desde la comunicación social. Con ello, se intenta levantar unos aportes a los estudios contemporáneos de las audiencias en tres casos que se superponen en la vida cotidiana, cuyos elementos ejemplares se encuentran en unas audiencias sensibles de las artes contemporáneas, propias de la música acusmática. Por otro

lado, las audiencias residentes localizadas, de los espacios de la comunicación local-comunitaria; y, las audiencias ubicuas deslocalizadas, de los espacios públicos virtuales, particularmente lo que se conoce como redes sociales digitales (RRSS).

La relación de los consumos de viejos y nuevos medios permite reflexionar sobre la extensión del alcance de la tecnología, ahora no como mero soporte, y la intensificación de su penetración en los espacios de la vida cotidiana, algo así como el devenir del fenómeno de la mediatización; sea como unos saberes-haceres para el tiempo libre y la entretención; para las estrategias políticas y los juegos de poder; para su relación con las propuestas de las artes y lo estético; la educación y el conocimiento, o, para el lugar que ocupan en los flujos de información periodística, de la opinión pública, la política y la democracia.

Parece ser que esta "condición comunicacional contemporánea" (Orozco, 2012) viene a plantear modificaciones profundas en los procesos y modos de comunicarnos. Estas transformaciones tienen impacto en las sistémicas relaciones sociales de cada persona; las conductas y comportamientos, competencias y habilidades, que no sería otra cosa que el devenir humano que ha transformado a la especie, donde dos hitos fundamentales sirven de ejemplos: el neolítico, como el paso del ser trashumante de los grupos nómadas a los sentidos que comienzan a desarrollarse en el asentamiento comunitario; y por otro rumbo, ese momento en que aparece la mediatización (Verón, 2013), es decir, la autonomía de ciertos procesos productivos con la mecánica moderna precedida de profundos cambios a nivel de la cultura que anuncia la imprenta de Gutenberg.

Observar las continuidades y discontinuidades de estos procesos, en clave dispositivos de la producción social de la comunicación (Serrano, 2004), es el desafío del texto. Por ejemplo, la televisión y su centralidad, hasta mediado de la primera década del siglo XXI, pretendió ser y hacer la historia por medio de "un narrador que pertenece a un metalugar" (Arancibia, 2006), la idea de que la televisión lo es todo. Actualmente, este campo de las audiencias con múltiples bordes debe ser interpretado considerando un nuevo campo teórico de la comunicación dado por las convergencias de todos los medios en internet (Scolari, 2008): millones de narradores y narraciones que hacen mutar la lógica comunicacional de uno a muchos, los procesos imperantes en la audienciación entre multitudes conectadas donde las lógicas interpersonales y grupales dan otro sentido a la idea de masividad. Estos informáticos medios de comunicación –exteriorización productora de semiosis social[1]– constituyen la producción material manifiesta de la inteligencia

1 Se entiende por "semiosis social" la dimensión significante de los fenómenos sociales: el estudio de la semiosis sería el estudio de los fenómenos sociales en tanto producción de sentido y la producción de sentido es siempre discursiva, y toda producción de sentido tiene una manifestación material.

humana, lo que Castells (2001) denomina como "la integración de todos los mensajes en un modelo cognitivo común", o lo que desde la perspectiva de Mumford (2017) presentaría antecedentes para considerar una nueva máquina humana de producción, y no sería otra cosa que la era de la comunicación y cultura digital.

Las formas de comunicar y el lugar que siguen ocupando las tecnologías desde la ancestral historia de la producción de sentido a la contemporaneidad, es lo que mueve la escritura como forma de comunicación. De los gestos biológicos adquiridos, como forma primera de contacto con el ecosistema y resolver necesidades básicas (reproducción, alimentación), una primeridad compartida con otros seres vivos; acompañada de la consideración temprana del otro y lo otro, es decir, gestos productivos cristalizados a través de los primeros inventos o rudimentos/usos, funcional a la interacción con el ambiente que circunda la vida del *Homo sapiens,* secundaridad que nos interrelaciona; y, una terceridad, dada por el pensamiento, la capacidad de interpretar el mundo, toda la complejidad que revela nuestras capacidades cognitivas de la cadena biopsicosocial[2], evolutiva y transformadora, propia de la historia de la mediatización, en tanto posibilidad de representación conceptual (Verón, 2013), y formas de mediaciones en la comunicación humana: el ser que interpreta su entorno, y de este modo lo comparte.

Cabe puntualizar que las lógicas que fundamentan la epistemología fundacional (la teoría de la comunicación clásica) explican a la comunicación extrayéndola de la condición humana (Stiegler), de la historia de la mediatización (Verón), y de los procesos de individuación (Simondon), cosificando con ello su entramado productivo, transformando a la comunicación y a sus condiciones de posibilidad (Kant) en meros instrumentos deshistorizados. Se hace necesario, entonces, reubicar como fundamentos fuertes a la base de los procesos de audienciación, la condición comunicacional contemporánea (Orozco, 2012) que considera al sujeto comunicante en un estar siendo activos en la comunicación, donde se implican: a) los sentimientos; b) el pensamiento concreto situado en la reacción al medio y su capacidad de manejarlo; y c) el pensamiento abstracto, lugar de interpretaciones y argumentaciones complejas, es decir, "las tres dimensiones básicas de toda actividad cognitiva" del *Homo sapiens* (Verón, 2013, p. 34).

La capacidad creativa de lenguaje del *Homo sapiens* es tempranamente exteriorizada con los primeros instrumentos nacidos en el neolítico, cuando trabaja, modela, crea medios a partir de la piedra. La objetivación de los medios en cosas que se apartan de nuestra constitución humana, comprendiéndolos como meros instrumentos, está inscrita en la historia fundacional de la teoría de la comunicación, que viene a

2 Verón hace referencia a lo "biosocial". Para todos los efectos, hemos integrado a dicho concepto lo psíquico, en la idea de poder integrar toda la complejidad del ser humano.

ser la historia corta. La sorpresa que causan los modernos medios de comunicación ha generado la concepción de estos como si fueran pura tecnología objetuada, autonomizada de su propia creación y creador, alejados del arte entendido como humanidad creando, en un saber-hacer, que no es otra cosa que la técnica de la comunicación, concebida como fetiche, la imagen de los medios todopoderosos. Queremos ir más allá, ver las formas de uso y apropiación de estos "medios técnicos".

Nuestra perspectiva para estudiar las audiencias plantea comprender las lógicas de la producción de sentido como procesos de producción, circulación y reconocimiento (recepciones), donde los seres humanos ponen en juego estrategias de anticipación de expectativas mutuas (Yáñez, 2011), estabilizan ciertos protocolos, ciertas disposiciones (Bourdieu, 2013), que permiten hacer de esa condición –llamada indistintamente públicos, espectadores, receptores, audiencias, usuarios, prosumidores– una comunidad que se edifica con base en esas interrelaciones, en unas contingencias que su propio desarrollo le ha otorgado como especie a través de procesos donde se realizan continuas puestas al día o actualizaciones. El curso de la cultura digital e internet como paradigma corresponde a estas últimas disposiciones, donde la mediación tecnologías/comunicantes plantea desafíos que exceden lo meramente comunicacional, en tanto transmisión de mensajes. El problema va más allá y las trayectorias de este texto quieren describirlo y ejemplarizarlos.

CAPÍTULO 1

SERES ACTIVOS EN LA COMUNICACIÓN

Una primera aclaración conceptual que guía esta escritura se centra en el concepto de audiencias. Este concepto clave será entendido en lo sucesivo como fenómenos de audienciación, es decir, "un estar-siendo activos" en los procesos de producción de sentidos, propios de la comunicación humana.

Desde esta perspectiva, para comprender estos recorridos discursivos (con sus continuidades y discontinuidades) situaremos a la posición de sujeto en una "condición comunicacional contemporánea" (Orozco, 2012) donde la comunicación constituye centralidad en las vidas de las personas en las sociedades actuales. Esta perspectiva hace inteligible la interrelación comunicativa que comprende los procesos de recepción como unas prácticas de uso, de resignificación y de producción de sentido, que se materializan en procesos continuos y sistemáticos de mediatización, donde el saber-hacer ha devenido técnica, convirtiéndose en la manifestación exteriorizada de la capacidad creativa de la especie humana[3].

3 Para efectos de la lectura, las cursivas corresponden a conceptos, palabras clave que van naciendo de este trabajo y responden al trabajo propio de la investigación y el investigador. Aquellas palabras, conceptos clave y otras enunciaciones que son acompañadas de entrecomillas, corresponde al aporte que profesores y autores han dicho y/o publicado como contribución a disciplina de la Comunicación Social.

Otra clave se sitúa en la deconstrucción del discurso sobre los medios y de las relaciones sociales que se producen. Se plantea que el ecosistema comunicacional está en continua transformación desde la emergencia de las tecnologías digitales, lo que implica que el sistema de audiencias formadas y desarrolladas en el complejo actual de la vida social contemporánea, donde las condiciones materiales de recepción darían cuenta de unas viejas y nuevas tecnologías de la comunicación, establecería "un corte" tanto en los modos de ser audiencias, en las formas de comprenderlas (ambos lugares íntimamente ligados), y las condiciones de recepción en cuanto a las subjetividades que se ponen en juego en esas prácticas de producción de sentido. Es decir, establecemos una crítica a los modos funcionalistas, los que se han colado/insertado en la episteme de variados fundamentos teóricos/metodológicos, incluimos aquellos que desde el pensamiento crítico han dado luces a estos problemas, modelos donde aún subyacen apreciaciones dicotómicas y dualistas del problema. Pensamos que las transformaciones han sido sucesivas, y las temporalidades permiten observar un muestrario técnico-tecnológico, común a las posibilidades que las ciencias han permitido. Al respecto, la ciencia de la cibernética y la informática han permitido este estado de las cosas, que hoy se hace llamar precisamente como "las cosas de internet".

Dicho lo anterior, queremos aportar a la actualización de una batería de conceptos y sus relaciones para configurar un campo donde las llamadas audiencias no sean vistas como entes aisladas, y que afecta a las estrategias de comunicación publicitarias unidireccionales; más bien, que estas puedan ser comprendidas a propósito de las continuidades y discontinuidades que experimentamos en la esfera pública mediatizada y ahora virtualizada; considerando sus componentes tecnológicos, procesuales y de actorías. De tal modo que estabilizar el concepto de "audienciación" dotándolo de su sentido histórico, su lugar en la producción social de sentido.

Concluimos que la audienciación describe la "recentralización de lo comunicativo como dimensión prioritaria para entender las sociedades hoy día" (Orozco, 2011, p. 377), particularmente al visibilizar su condición de consumidoras y productoras de comunicación, reponiendo con ello el polo del reconocimiento, de suyo constitutivo en todos los procesos de comunicación humana. Superar la concepción binaria técnica/cultura, para intentar articular los planos materialidad/subjetividades, que amalgaman los procesos de producción de sentido, propios del campo de la comunicación y la cultura.

En clave de la teoría de la comunicación, nos interesa escribir las mutaciones que orientan el paso de "audiencias receptoras" (con su connotación de "pasivas") a audiencias usuarias (con su connotación de "activas"). Desde luego, estamos categorizando a unos receptores que serían individuos o ciudadanos "prosumidores", sujetos de la comunicación, lo que más adelante se cataloga como comunicantes.

Finalmente, nos orientamos en torno a dos supuestos generales que expresan un conjunto de tendencias respecto de las continuidades y discontinuidades en el campo de las audiencias y las audienciaciones, a saber:

- Se experimentan transformaciones contemporáneas de las audiencias, en dirección a lo que será conceptualizado como audienciaciones, ello implica una comprensión del campo de la comunicación y su vinculación con los procesos de incorporación de nuevas tecnologías, que –en lugar de fetichizarlas– vuelva a pensar lo que constituye una clave de la configuración histórica humana: la producción histórica de sentido.
- Las transformaciones de los fenómenos de audiencias en audienciaciones exigen una reformulación conceptual que habilite su análisis y reflexión, que se desprenda de los lugares comunes de las "teorías de la comunicación" (en plural), reelaborando los aportes de las ciencias naturales y sociales, y otros saberes que produce la vida cotidiana contemporánea.

Por lo que ahora ya estamos en condiciones de avanzar hacia las explicaciones fundadas en los modos en que se ha estudiado el fenómeno de las audiencias en la historia de la mediatización; describir la época en que el comunicante configura una forma más de humanidad; proponer un mapa de la audienciación, reconceptualizando el campo, y entregar algunas claves producto de exploraciones ejemplares de fenómenos actuales de audienciación, es decir, unas prácticas de la comunicación.