

Teórico V

¿Qué es la cultura mediática?
(1era. parte)

- Cultura mediática es la red de relaciones construidas a través de los medios de comunicación y de las Tecnologías de Información y Comunicación, particularmente los medios masivos.
- Denominamos "cultura mediática" o "sociedad mediatizada" a la capacidad que tienen en la actualidad los medios y las nuevas tecnologías de modelar el conjunto de las prácticas sociales.
- La producción de significados se transforma con la existencia de las tecnologías y los medios. El término de Cultura mediática hace referencia a la transición del concepto de cultura de masas a cultura mediática.

- Es decir a la movilización del sujeto de la comunicación de un estadio completo de abstracción a uno de rehabilitación del mismo, a través de la recepción crítica, la producción de sentido, desde el consumo de los productos comunicativos y ***la potencialización de su rol: la posibilidad del receptor de ser al tiempo emisor en el intercambio comunicativo.***
- La participación y comprensión, en el intercambio comunicativo, implica reconocer a los sujetos de la comunicación no como objetos cerrados en la dupla emisor-receptor, sino como sujetos capaces de lenguaje y de acción.
- La dinámica mediadora se manifiesta en el lenguaje, repertorio de esquemas simbólicos construidos y organizados históricamente para una sociedad o grupo, en virtud de lo cual los individuos se comunican entre sí y dotan de sentido sus comportamientos y sus relaciones.

- Desde esa perspectiva, la comunicación resulta inseparable de la cultura, penetrando todos los aspectos diferenciados de la sociedad incluidas la tecnología y la educación.
- En este proceso de transición de la cultura de masas a la cultura mediática juegan un papel fundamental las Tecnologías de Información y Comunicación, que desde su génesis telefónica, revelan su vocación interactiva: “es un imperativo la respuesta”, sólo con la respuesta se inicia el proceso interactivo; lo cual exige más que receptores, usuarios de los medios.
- El usuario es el sujeto que se mueve a actuar en las redes de la comunicación. Pero actuar exige cierta competencia tecnológica que le permita reconocer los códigos básicos del medio, puestos de manifiesto en su naturaleza técnica y expresiva.

- Se pretende establecer, ese “talento para la ínter subjetividad” que caracteriza al ser humano; y esa tarea precisa el reconocimiento de los contextos en los cuales se produce la comunicación mediada en la sociedad contemporánea.
- Se trata de identificar y comprender la especificidad simbólica y cultural de los medios, de las Tecnologías de Información y Comunicación, sus procesos de producción, y de cómo éstos operan socialmente.
- Aunque en los últimos años ha empezado a tomar mayor fuerza la noción de cultura mediática para designar la red de relaciones que se construyen a través de los medios de comunicación y de las Tecnologías de Información y Comunicación, es inevitable remitirse al concepto de cultura de masas y con éste al de o medios masivos de comunicación para ampliar este concepto y comprender de qué manera dos lógicas de la cultura de masas y de la cultura mediática, a menudo contradictorias, pueden coexistir, sin excluirse mutuamente, sino más bien operando ambas en la sociedad de forma sincrónica en algunos aspectos y asincrónica en otros.

¿Como responden las industrias culturales?.

- La generación de la cultura mediática más reciente a la manera de un enorme mosaico, señala a los medios de comunicación y, más ampliamente, a las industrias culturales, como sus principales artífices.
- El entramado cultural resultante responderá a una serie de características, tales como la segmentación, la escisión, la desconexión y la incoherencia, pero también la tendencia a la homogeneización de lo generado. En este sentido, ya la denominada cultura de masas habría propiciado el consumo a gran escala de idénticos eventos e idénticas propuestas.
- Por su parte, en la que ahora llamamos cultura de consumo, se apreciará una tendencia a personalizar la oferta, al incremento del interés por la tecnología y al establecimiento del patrón del consumo como forma de relación con la producción cultural.
- Una relación alejada, pues, del modelo comunicativo y alejada también de la experiencia estética que propiciara el arte.

- A partir de ahí, toda una serie de consecuencias habrían sobrevenido: la mercantilización de la identidad cultural o la pérdida de la referencia al espacio físico como espacio socializado, entre otras.
- Todo ello, como síntoma de un proceso en el que las lógicas económicas habrán tomado el control del ordenamiento político, así como de los sistemas culturales.
- Entre tanto, se habrá perdido cualquier función de la cultura, su condición de esfera para la inscripción del sujeto, de la subjetividad, esa entidad que puede hallarse más allá del individuo con carácter ideológico, con estatuto socioeconómico, con identidad ciudadana.
- Se apreciará, entonces, la devastación de lugares para la inscripción de la subjetividad, sin que como cultura, los occidentales, hayamos ofrecido resistencia alguna, en favor de la conformación material, la más burda, la que más nos aproxima al principio de supervivencia, a la naturaleza, a cierto grado de animalidad.

¿Los efectos de la globalización en el desarrollo de la cultura mediática?.

- **Capitalismo:** Comercio sin fronteras. Altamente tecnológico. Productores y consumidores se organizan entre si. Esta economía es auto-organizada y auto-reguladora, independiente de la política.
- **Democracia:** Derechos de las personas, libertad individual, aspiraciones de igualdad de la gente. Mejor tipo de organización compatible con la economía capitalista. Se reconocen como ciudadanos. La virtud y el pecado quedan en el ámbito privado.
- **Revolución Comunicacional:** Nuevo tipo de sociedad: De información y conocimiento. Tiene capacidad de transformar la economía y política.
- **Clima Cultural:** Resultados de los 3 factores anteriores es el postmodernismo. Ruptura o transformación de los ideales de la modernidad. Posmodernidad es la manifestación de la civilización material emergente.

Miedos de nuestra Época:

- Las ciencias han cambiado para siempre nuestra representación del mundo y nuestra manera de estar en él. Esto destruye nuestras certezas y nos deja sumidos en la perplejidad. El conocimiento nos hace más inseguros.
- Aunque el hombre tiene un complejo dominio sobre la naturaleza que le permite mejorar sus condiciones de vida, lo invade un vacío de la muerte, no tienen esperanza en el más allá. No hay fe en algo mas allá de este mundo.

- Mundo más construido, más artificial, más rico en conocimiento pero más opaco e incompresible. La civilización dominada por el conocimiento y la comunicación y una mayor intervención humana en la sociedad y la naturaleza.
- El aumento de población mundial nos hace preguntarnos si seremos capaces de satisfacer nuestras necesidades.
- Las relaciones sociales son voluntarias, abstractas, frágiles en el ámbito familiar y de comunidad. El cambio permanente y rápido trae consigo una mayor complejidad. Esto marca mayores diferencias entre los individuos produciendo conflictos.

La Postmodernidad como estado anímico

- El Postmodernismo, más que un movimiento, es un estado anímico de incertidumbre de nuestros días.
- La cultura postmoderna amenaza con destruir todo lo que tenemos (convenciones y jerarquías), todo lo que conocemos (saberes heredados) y todo lo que somos (identidades personales, generaciones).
- Es un ambiente que no promete nada, donde el sentido de la historia se confunde y reina la incertidumbre, se pierden valores y sentido.

- La ciencia debería haber reemplazado la religión y la metafísica pero a medida que se difunde el conocimiento nos damos cuenta que hay cosas que no podemos conocer. En definitiva, las ciencias contribuyen a reforzar la inquietud de la sociedad, su malestar y su angustia.
- Es una cadena ininterrumpida de cambios de dirección que no podemos controlar, que evoluciona de manera independiente de cualquier significado y propósito. El postmodernismo trae consigo una infinidad de opciones, esto hace que no podamos satisfacer nuestras verdaderas necesidades.

¿A qué se llama ser postmoderno?

- Pertenecer a un mundo que se aleja de cualquier territorio conocido.
- Contribuir a desconstruir, deshacer todo lo que queda o resta del viejo mundo.
- Ser individual. Cada uno construye su biografía. No hay datos, solo interpretaciones. Es comprender que el futuro no existe, ya que esta aquí ahora.
- Es aceptar que las distintas esferas culturales forman parte de un espíritu de época. No hay jerarquización. Son todas las cosas iguales. Hay fusiones para todo.

- El mercantilismo es una dislocación de ligaduras que anclaban a la gente a su cultura. Las ligaduras son vínculos culturales fuera de la opción del individuo. Se entran por pertenencia, familia, religión, género. Definen el carácter de la persona, proporcionan seguridad a la persona.
- Ahora hay una posibilidad de elegir. Las relaciones tienen que crearse, no darse por ligazón. Se da la opción de ser quienes queremos ser. Nosotros creamos nuestra biografía.
- Estas relaciones postmodernas son frágiles y flexibles porque ya no hay algo que las une, es todo gracias al individuo.

La Comunicación:

- El poder democrático depende de la comunicación. Las revoluciones comunicativas crean nuevas culturas, civilizaciones, etc. Esto explica el nuevo proceso capitalista.
- En una primera instancia **el lenguaje** es lo que revoluciona la comunicación: Se puede decir cualquier cosa. Esto crea una separación del hombre y la naturaleza.
- Luego vino la invención de **la escritura**. Esta permitió dejar testimonios y mensajes de lo adquirido. Se organiza la economía, la política, etc. Hubo una diferenciación entre los que sabían escribir y los que no sabían.
- Luego vino la revolución gracias a **la imprenta**. Esta permitió conocer, unió grandes distancias y cedió la libre expresión. Aparecieron diarios, novelas, revistas que explicaban el mundo. Apareció una diferenciación entre los que sabían leer y los que no.

- Después de esto apareció la televisión, la radio y el cine que absorbía a la población al entretenimiento. Se masificó todo.
- Para algunos esto llevó al progreso de los pueblos y al avance democrático. Para otros es una degradación de la cultura y una práctica que no fomenta la razón.
- En nuestra época actual se produjo una nueva revolución, la tecnológica, que le da la posibilidad al individuo de comunicarse con gran parte del mundo sin importar las distancias. Internet es un claro hecho de esto.
- Si se analiza Internet se desprende que es un invento no jerarquizado, a diferencia de todas las creaciones anteriores. Es abierta a todas las personas, hay libertad absoluta y es una arquitectura interactiva, o sea, entre más personas ingresen, más rica va a ser.

La tecnología reinante hoy en día ha hecho pensar en dos posturas.

•**Positiva:** La primera dice que la información va a ser universal, va a poner fin a las minorías y elevara al hombre a una nueva altura. La vida será más fácil.

•**Negativa:** La identidad se perderá, al igual que el nacionalismo y los valores locales. Se critica el poco auto-control que puede llevar a la auto-destrucción. Se dice que el sin fin de información, que el hombre no puede cargar, puede llevar a la destrucción de este.