

Entre modelos

José Antonio Palao Errando
Universitat Jaume I

Hemos sostenido en otro lugar (Palao, 2009) que el *Paradigma Informativo* (si fijamos nuestra atención en el polo receptor) o *Comunicativo* (si lo hacemos en el emisor) se escande en la actualidad en dos *modos de representación* que dejan su impronta en los textos verbales y audiovisuales que circulan en nuestro medio social. Estos dos moldes de la representación mediática se podrían denominar *Modo Difusión* y *Modo Reticular*. El primero es el que pusieron en pie los *media* clásicos, desde la prensa hasta la televisión, pasando por el espectáculo cinematográfico y la radio. El segundo resulta posible gracias a las potencialidades interactivas e hipertextuales que implementan las tecnologías digitales. Lejos de haber sido desplazado el uno por el otro, ambos modos conviven, rivalizan, se disputan usuarios, adeptos, espectadores, pero sobre todo se parasitan, cohabitan, cooperan y se hibridan. Si se habla de la digitalización de la televisión, no menos cierto es que, frente a la épica y elitista Internet de los 80, ya a mediados de los 90 se empezó a producir el fenómeno inverso, la *televisualización* de Internet. No nos referimos sólo al proceso progresivo de iconización y sensibilización interactiva, sino al hecho de que los grandes medios y las cadenas (de televisión, de prensa) que los vinculan desembarcaron en la red y la colonizaron, proponiéndose como agentes ordenadores de sus contenidos a través de los tentáculos de sus portales. Además, nacieron medios nuevos como Google, como Youtube, dispuestos a difundir la red y, de paso, a filtrarla del ruido que conlleva toda red interactiva. No sólo eso, las pequeñas empresas, los pequeños grupos, los particulares se han podido sumar a ello, gracias a las posibilidades de interacción que posibilita la Web 2.0 y así han nacido los conglomerados *multimedia*, *crossmedia* y *transmedia*. La estructura de una red social como Facebook, es paradigmática en este sentido. A

través de su perfil, de su muro, de su panel de noticias, de sus álbumes de fotos, todo usuario de Facebook es un pequeño centro difusor que, a su vez, al intervenir en los perfiles de sus *amigos* en conversaciones privadas o públicas, interactúa en red, resultando de ello la hibridación absoluta de ambos modos de representación, con huellas visibles y analizables de esta dialéctica en las diversas interfaces de la red/portal social.

En este sentido, el bloque de artículos que presentamos bajo la rúbrica Otras Investigaciones en este número 2 de nuestra revista es francamente representativo de esta dialéctica. Para comenzar, Ángel Carrasco y Enric Saperas indagan en la evolución del concepto de *industria cultural* acuñado por los padres fundadores de la escuela de Frankfurt, Adorno y Horkheimer, ya en los años 40 del siglo pasado y que es sin duda el centro de gravedad del *Modo Difusión*. La primera evidencia evolutiva es el cambio del singular al plural, que le sustra buena parte de su contenido crítico y hasta sarcástico, pues pensamos que Adorno y Horkheimer presentan este sintagma nominal como un auténtico oxímoron¹. Para Carrasco y Saperas, este proceso comienza justamente en los años 60 con los radicales cambios en el paradigma mediático que operan en esta década. Como consecuencia de ello, las instituciones entran en conciencia de algo que hoy nos parece obvio e indiscutible: la relación entre cultura y comunicación. Los autores indagan en las reacciones, manifestaciones y declaraciones que esta nueva conciencia provoca en las instituciones internacionales cuando se preocupan de la cultura, tomando como ejemplos cabales de ello al Consejo de Europa y a la UNESCO.

El trabajo de Koldo Meso incide de pleno en esa dialéctica entre los dos *Modos de Representación* en el seno del *Paradigma Informativo*. En efecto, un hito esencial en este proceso es el desembarco de los grandes grupos de comunicación en la blogosfera, emblema de su asalto a la Web 2.0. El artículo comienza con una historización y valoración del fenómeno de la blogosfera y de cómo llamó la atención de los grandes medios. Después, pasa a analizar en profundidad la labor que en esa dirección llevó a cabo el Grupo Vocento, pionero en España de este proceso que inicia el camino de la interactividad informativa y del periodismo ciudadano, a la vez que nos ilustra del esfuerzo de los grandes medios por reabsorber estos intentos a través de la implementación de sus estructuras en el seno del *Modo Reticular*.

Por fin, Marta Martín Llaguno, Marián Navarro Beltrá y María José Rodríguez Jaume enfocan el asunto desde otro punto de vista. Las autoras analizan la percepción del impacto Ley para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres, de 2007, fundamentalmente en lo relativo a la conciliación entre la vida laboral y la familiar. Para ello, toman como muestra representativa el sector publicitario, tanto en su faceta profesional como en la docente. Como vemos, el Estado sigue actuando esencialmente en el marco del *Modo Difusión* y estudios como éste se orientan a darnos una visión del impacto en la sociedad de este tipo de comunicación, predominantemente unidireccional.

¹ Evolución que continúa con el acuñamiento de la expresión «industrias creativas» (Rodríguez, 2011).

Referencias

Adorno, T.W y Horkheimer, M. (2004). *Dialéctica de la ilustración*. Madrid: Trotta

Palao Errando, J.A. (2009). Cuando la televisión lo podía todo: Quien Sabe Donde en la cumbre del Modelo Difusión. Madrid: Biblioteca Nueva.

Rodríguez-Ferrándiz, R. (2011). De industrias culturales a industrias del ocio y creativas: los límites del «campo» cultural. En: *Comunicar* 36; 149-156. <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=36&articulo=36-2011-18>

Referencia de este artículo

Palao Errando, José Antonio (2011). Entre modelos. En: *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº 2. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica, Universidad Complutense de Madrid y Universitat Jaume I, 139-141.