



COMPRENDER LOS MEDIOS O LA COMUNICACION

Antonio Pascuali

Preámbulo político-metodológico

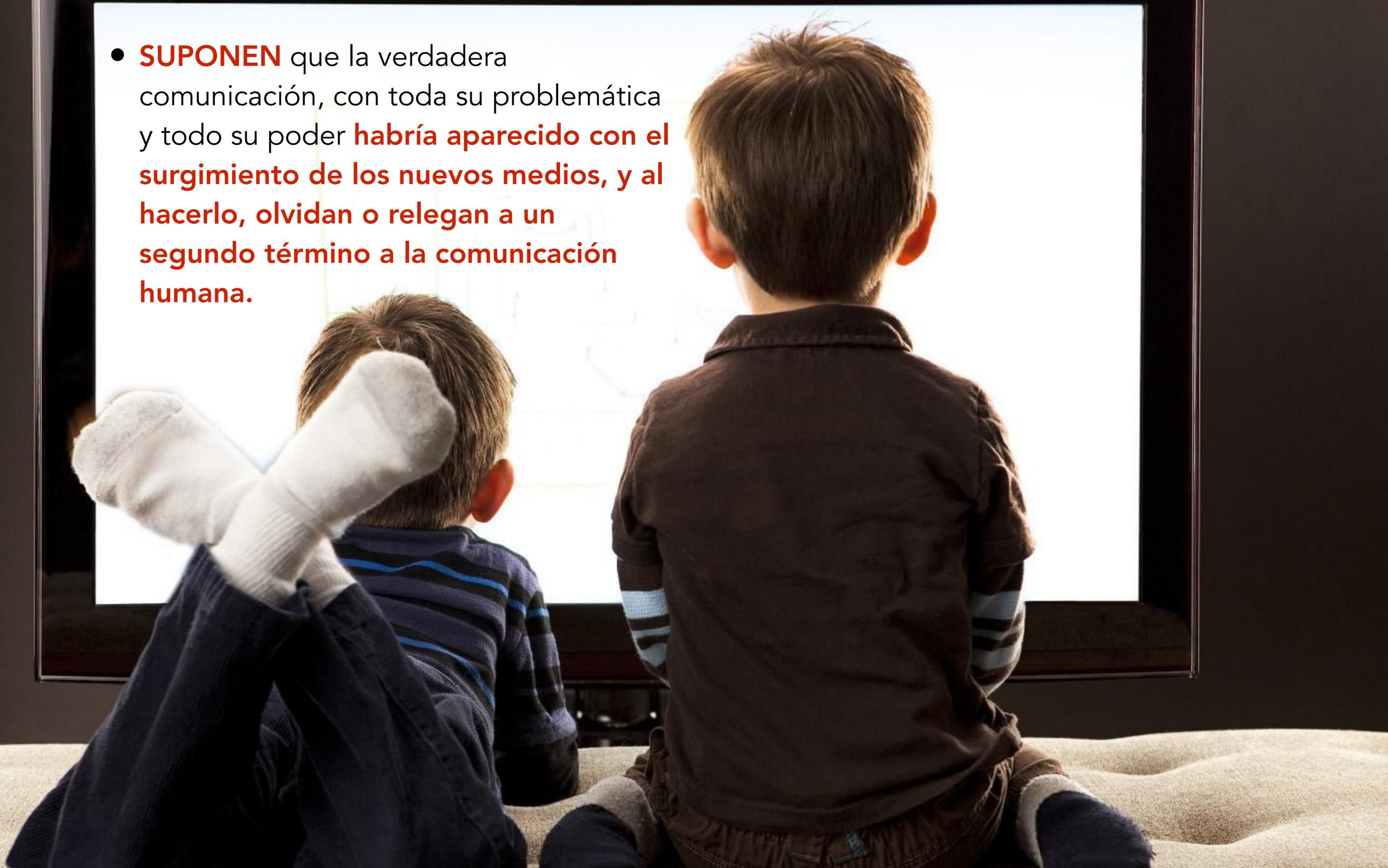
- Existe una **corriente de pensamiento** que induce a pensar que la comunicación sería un descubrimiento reciente de los tecnólogos y comunicólogos.

- Esta corriente, llamada **Nominalista**, realiza una supuesta investigación, y concluye que la literatura filosófica, social y política de todos los siglos anteriores, **no parece** mencionar el tema, ni haber asignado dignidad y jerarquía al término **comunicación**, por lo que para ellos **no existió este fenómeno como un proceso histórico.**

- 
- Esta corriente Nominalista confunde deliberada o inconscientemente **LA FUNCION** con el **ORGANO ACCESORIO**, la **comunicación** con los **medios**.



- **SUPONEN** que la verdadera comunicación, con toda su problemática y todo su poder **habría aparecido con el surgimiento de los nuevos medios, y al hacerlo, olvidan o relegan a un segundo término a la comunicación humana.**



- **Hacen creer** que la comunicación habría transitado una larga etapa de incubación como función humana accesoria, reemplazable e irrelevante

TARGETING DIGITAL

- ★ **Para ellos, los que integran esta corriente, los apremios estratégico económicos de la teledirección y de la industria cultural, del espionaje y del almacenamiento de datos, del flujo de noticias y de las políticas comunicaciones,** habrían venido a generar una suerte de nueva capacidad, antes inexistente, o cuando menos inesencial, transitoria y no inherente a la naturaleza social del hombre.

● Las necesidades estratégico-económicas



El espionaje en sus diversas formas, como el uso de Las tecnología de la información y la comunicación para impedir el paso de migrantes



CNN
EN ESPAÑOL

- El uso de las TICS para eficientes las estrategias militares



Yeah roger.

I just estimate there's probably about twenty of them.

- Del espionaje a nivel mundial y no solo para espiar a los políticos

Dilma Roussef, presidenta de Brasil

sino a todo el mundo.





Facebook te seguirá manipulando, pero con más cuidado

- La red social anuncia cambios en su forma de experimentar con los usuarios tras la polémica que provocó un estudio en el que fomentaron sentimientos positivos y negativos
- [Por qué la última manipulación de emociones de Facebook perjudica a la ciencia](#)
- [Todos los temas de REDES SOCIALES](#)

JAVIER SALAS | 3 OCT 2014 - 10:21 CEST

36

Archivado en: [Facebook](#) [Redes sociales](#) [Sociología](#) [Usuarios internet](#) [Internet](#) [Ciencia](#)



Los experimentos con usuarios serán supervisados. / FACEBOOK

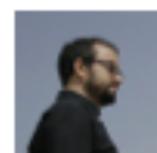
f 948
 t 409
 in 30
 g+ 42



Enviar

Imprimir

Durante una semana de 2012, Facebook sometió a casi 700.000 de sus usuarios a un experimento para comprobar si las emociones son contagiosas en las redes sociales. Para ello, provocó que algunos internautas vieran más publicaciones tristes y que otros vieran más noticias positivas de entre las que comparten sus amigos. El resultado fue que los usuarios se contagiaron —aunque mínimamente— por estos sentimientos, usando más palabras negativas o positivas en sus propias



Eskup

Twitter

Javier Salas

ÚLTIMA HORA

Llévate el widget

Suecia reconocerá el Estado de Palestina.

El nuevo primer ministro sueco, Stefan Lofven, aprovecha su investidura ante el Parlamento para anunciar este paso inédito entre los socios de la UE. <http://cort.as/HKc0>



EL PAÍS

Hace 18 minutos

La Audiencia Nacional da el primer paso para juzgar a exdirectivos de CCM.

Ruz estima que el expresidente y el exdirector amañaron operaciones que supusieron un agujero de 149,8 millones. <http://cort.as/HKbs>

EL PAÍS

Hace 28 minutos



www.themedialine.org



Y además de lo anterior,

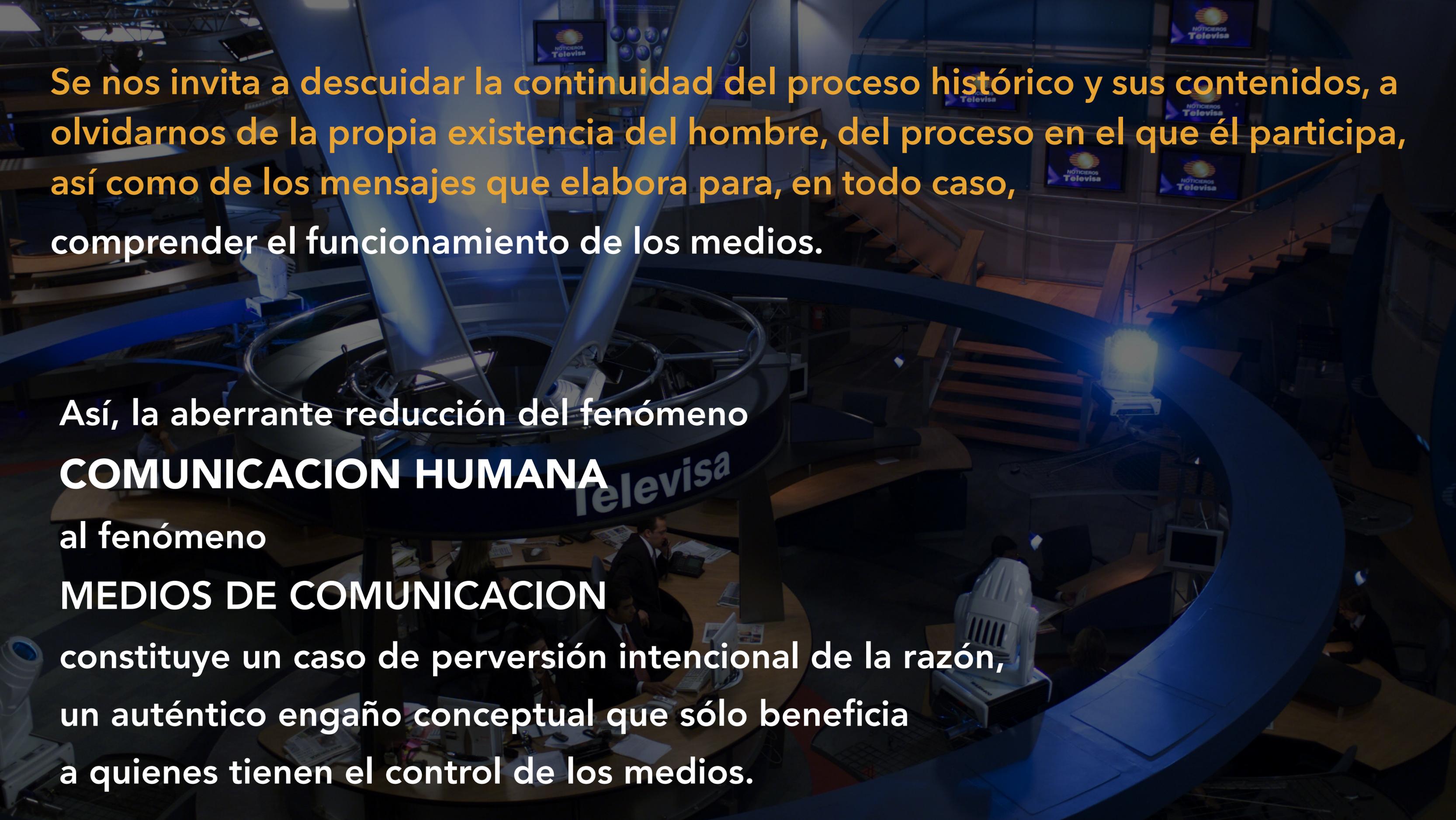
- De la industria cultural.
- Del almacenamiento de datos.
- Del flujo de noticias, y de
- Políticas comunicacionales.

Lo que habría venido a generar una especie de nueva capacidad, antes inexistente y ajena a la naturaleza social del hombre.

- La aceleración y expansión de una función, desde siempre esencial e inherente a la naturaleza social del hombre, la de comunicarse con el otro, es tomada ahora como el surgimiento de la propia función.



El medio es confundido con todo el proceso de la comunicación e incluso con el mensaje que transporta.



Se nos invita a descuidar la continuidad del proceso histórico y sus contenidos, a olvidarnos de la propia existencia del hombre, del proceso en el que él participa, así como de los mensajes que elabora para, en todo caso, comprender el funcionamiento de los medios.

Así, la aberrante reducción del fenómeno

COMUNICACION HUMANA

al fenómeno

MEDIOS DE COMUNICACION

constituye un caso de perversión intencional de la razón,

un auténtico engaño conceptual que sólo beneficia

a quienes tienen el control de los medios.



Detrás de toda mesa de redacción, cámara, micrófono o consola de mando, siempre hay un otro que dice u ordena.

Se produce, como en el pasado pretecnológico, un mensaje que fluye para que alguien lo reciba, dándose el emisor mensaje y receptor, pero ahora con un



FOROtv
HD



14:40

26:06



A modern office or control room with several people working at desks and monitors. The room is dimly lit, with light coming from the monitors and overhead fixtures. In the foreground, a man in a dark suit and orange tie sits at a curved desk, looking at a monitor displaying a colorful image. In the background, several other people are standing and working at desks with multiple monitors. One man in a white shirt is looking at a monitor showing a person's face. Another man in a yellow shirt is looking at a mobile device. The room has a professional and busy atmosphere.

elemento accesorio, que es el “medio de comunicación”, aunque cabe aclarar que pocos medios se manejan como auténticos medios de comunicación.

Existe, por tanto, un emisor que elabora un mensaje y lo lanza hacia un receptor, quien lo decodifica.



- **Entonces no hay que caer en la tentación o en el engaño generado por la pseudo-fascinación derivada de la complejidad tecnológica de los medios fetichizados (que sugieren un funcionamiento por sí mismos y sin una intencionalidad de seres humanos o grupos de interés).
Con lo cual dejan de lado la dimensión antropológica, social y política del proceso.**



Lo cierto es que desde el primer episodio mítico de convivencia hasta el día de hoy,

LA ACTUALIZACION DEL POTENCIAL SOCIAL DEL HOMBRE HA DEPENDIDO SIEMPRE DE SU PROPIA CAPACIDAD DE COMUNICARSE Y DE LOS CONCRETOS PODERES QUE CONTROLABAN LOS MEDIOS;

NUNCA DE LOS MEDIOS EN SI.

Sin embargo, hoy existen problemas serios en el ámbito de la comunicación, desde el nivel interpersonal hasta el internacional, derivados, fundamentalmente

DE SU USO AUTORITARIO, ENMUDECEDOR Y ANTICOMUNITARIO, de modo que el flujo y almacenamiento de mensajes dependen de una tecnología tan compleja y costosa, que ha multiplicado los desequilibrios entre



COMUNICADORES **FUERTES**

COMUNICADORES **DEBILES**





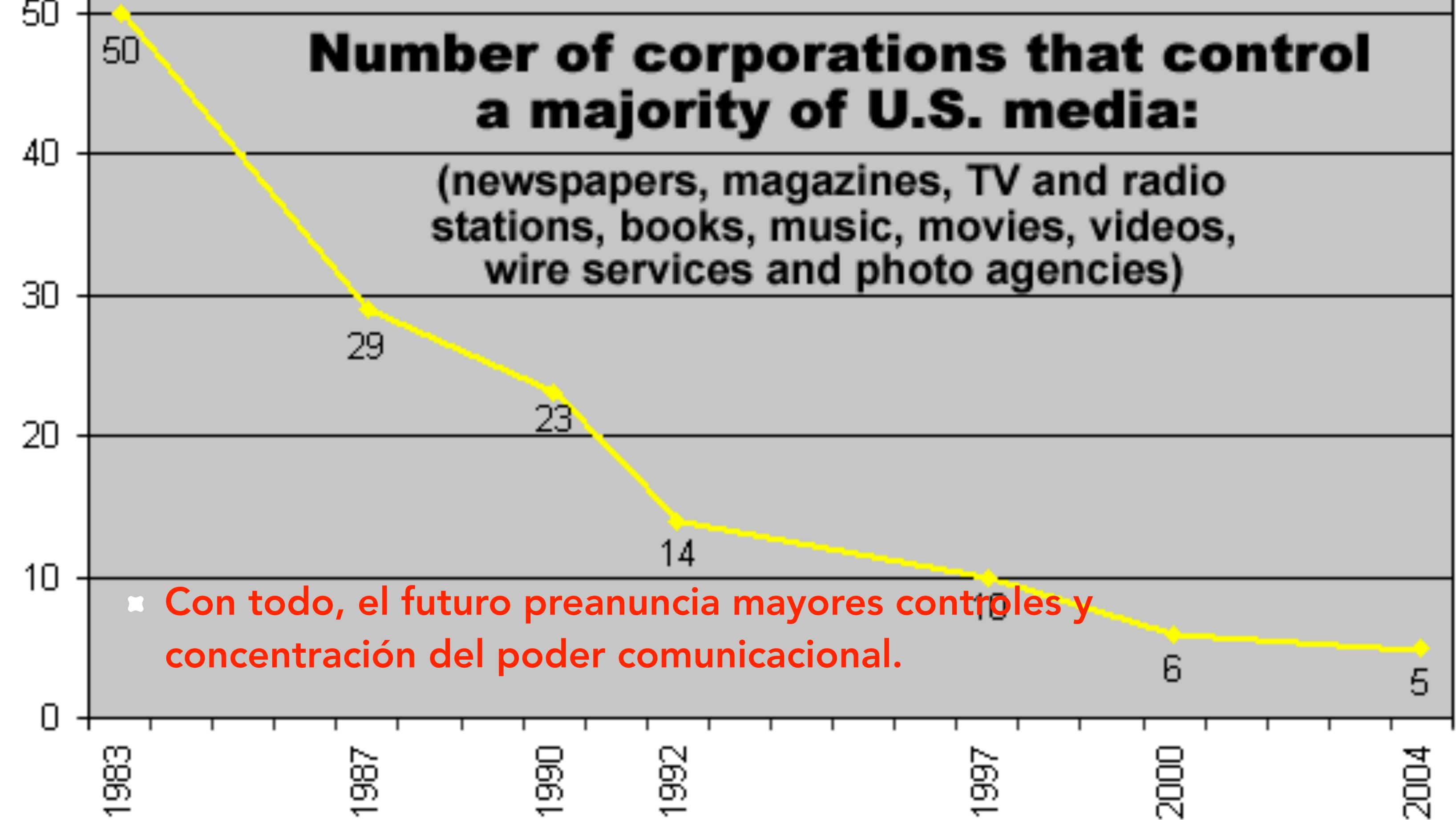
✦ El almacenamiento y control de la información científica, tecnológica y cultural favorece al comunicador fuerte en proporciones de miles a uno.

- Son pocos quienes tienen todas las frecuencias, todos los canales existentes de televisión abierta y de paga, periódicos, cadenas de radio, sitios de internet, plataformas dedicadas a la diversión y hasta los propios sets para la producción de múltiples mensajes,



Number of corporations that control a majority of U.S. media:

(newspapers, magazines, TV and radio stations, books, music, movies, videos, wire services and photo agencies)



✦ Con todo, el futuro preanuncia mayores controles y concentración del poder comunicacional.

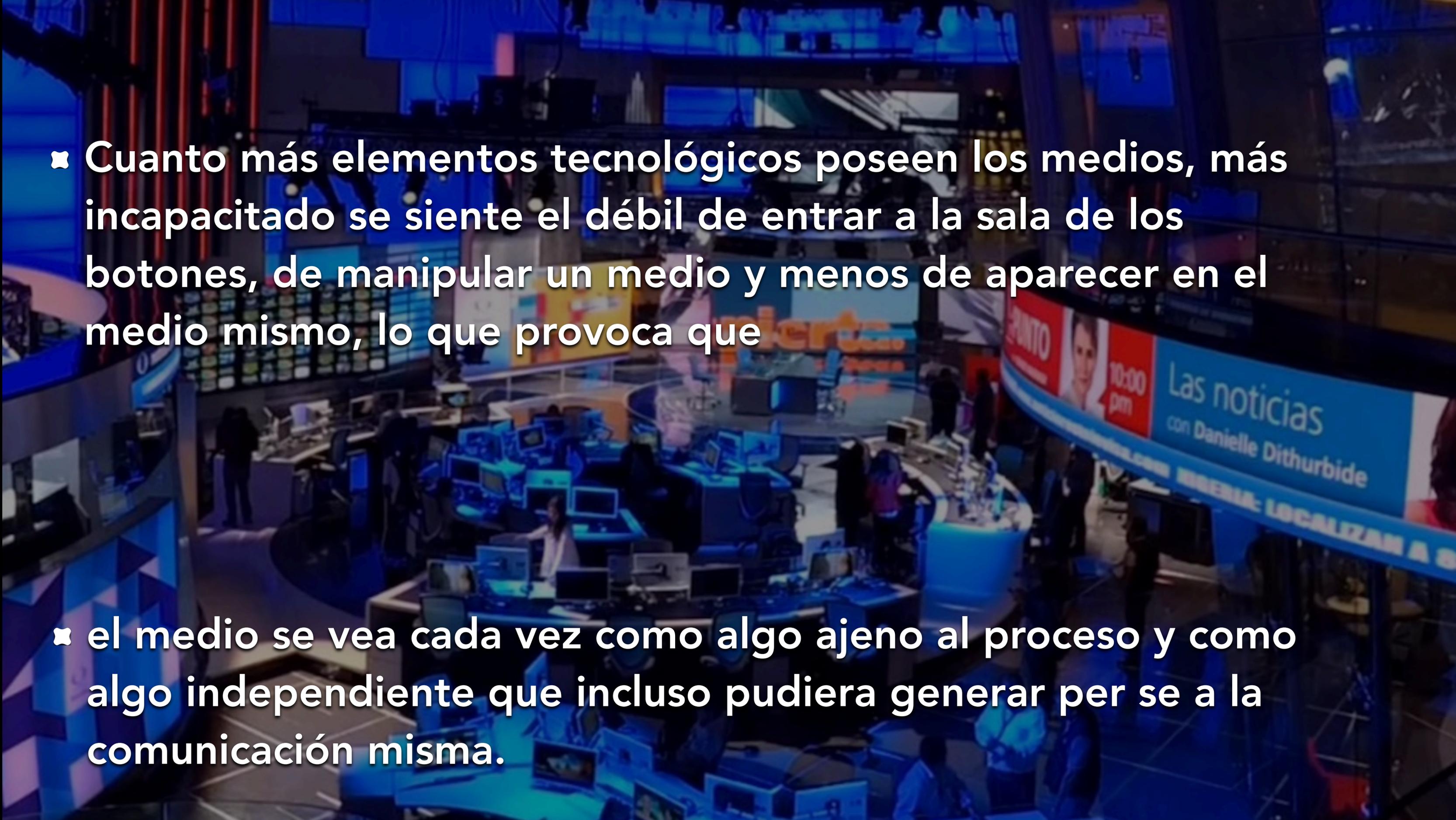


- ✦ mientras que muchos, los comunicadores débiles, no tienen nada, ni siquiera el dominio de un lenguaje y el manejo de argumentos que les pudieran permitir participar e influir en el debate sobre la propiedad de los medios.



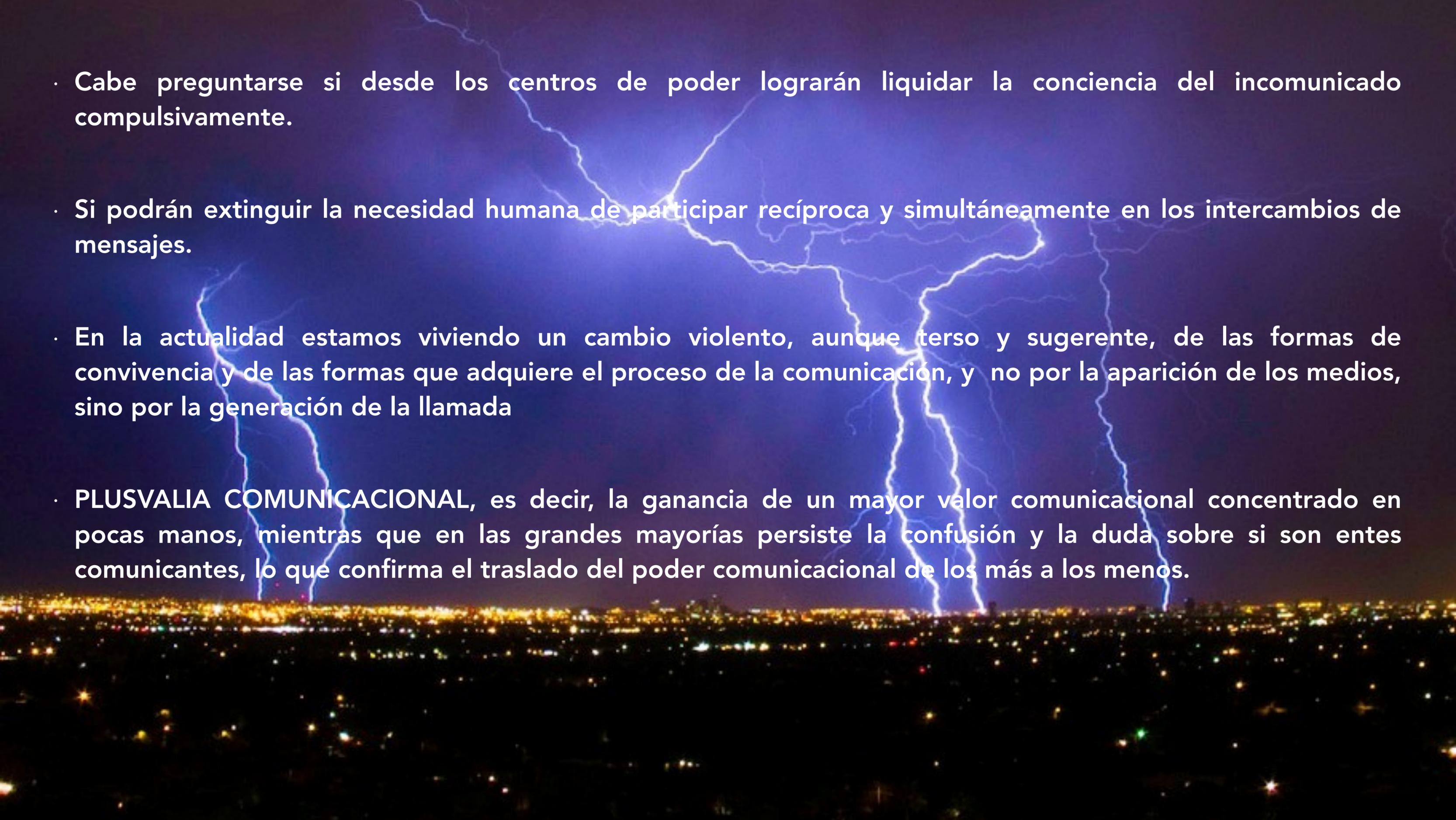
- ✦ De acuerdo a las tendencias actuales, las superpotencias están trasladando todo lo que puedan del sector secundario de la economía (contaminante y problemático: artesanía, industria, construcción, generación de energía), a los países subdesarrollados, para
- ✦ **Concentrar todo su poder en los sectores terciario y cuaternario de la economía (soporte, distribución, comercialización y**
- ✦ **a la actividad de la COMUNICACION/INFORMACION, generadores del mayor valor agregado y de controles realmente globales.**





- ✦ **Cuanto más elementos tecnológicos poseen los medios, más incapacitado se siente el débil de entrar a la sala de los botones, de manipular un medio y menos de aparecer en el medio mismo, lo que provoca que**

- ✦ **el medio se vea cada vez como algo ajeno al proceso y como algo independiente que incluso pudiera generar per se a la comunicación misma.**

- 
- A night cityscape with a lightning storm over it. The city lights are visible at the bottom, and several bright lightning bolts strike down from a dark, stormy sky. The lightning bolts are white and yellow, contrasting sharply with the dark blue and black of the sky.
- Cabe preguntarse si desde los centros de poder lograrán liquidar la conciencia del incomunicado compulsivamente.
 - Si podrán extinguir la necesidad humana de participar recíproca y simultáneamente en los intercambios de mensajes.
 - En la actualidad estamos viviendo un cambio violento, aunque terso y sugerente, de las formas de convivencia y de las formas que adquiere el proceso de la comunicación, y no por la aparición de los medios, sino por la generación de la llamada
 - **PLUSVALIA COMUNICACIONAL**, es decir, la ganancia de un mayor valor comunicacional concentrado en pocas manos, mientras que en las grandes mayorías persiste la confusión y la duda sobre si son entes comunicantes, lo que confirma el traslado del poder comunicacional de los más a los menos.

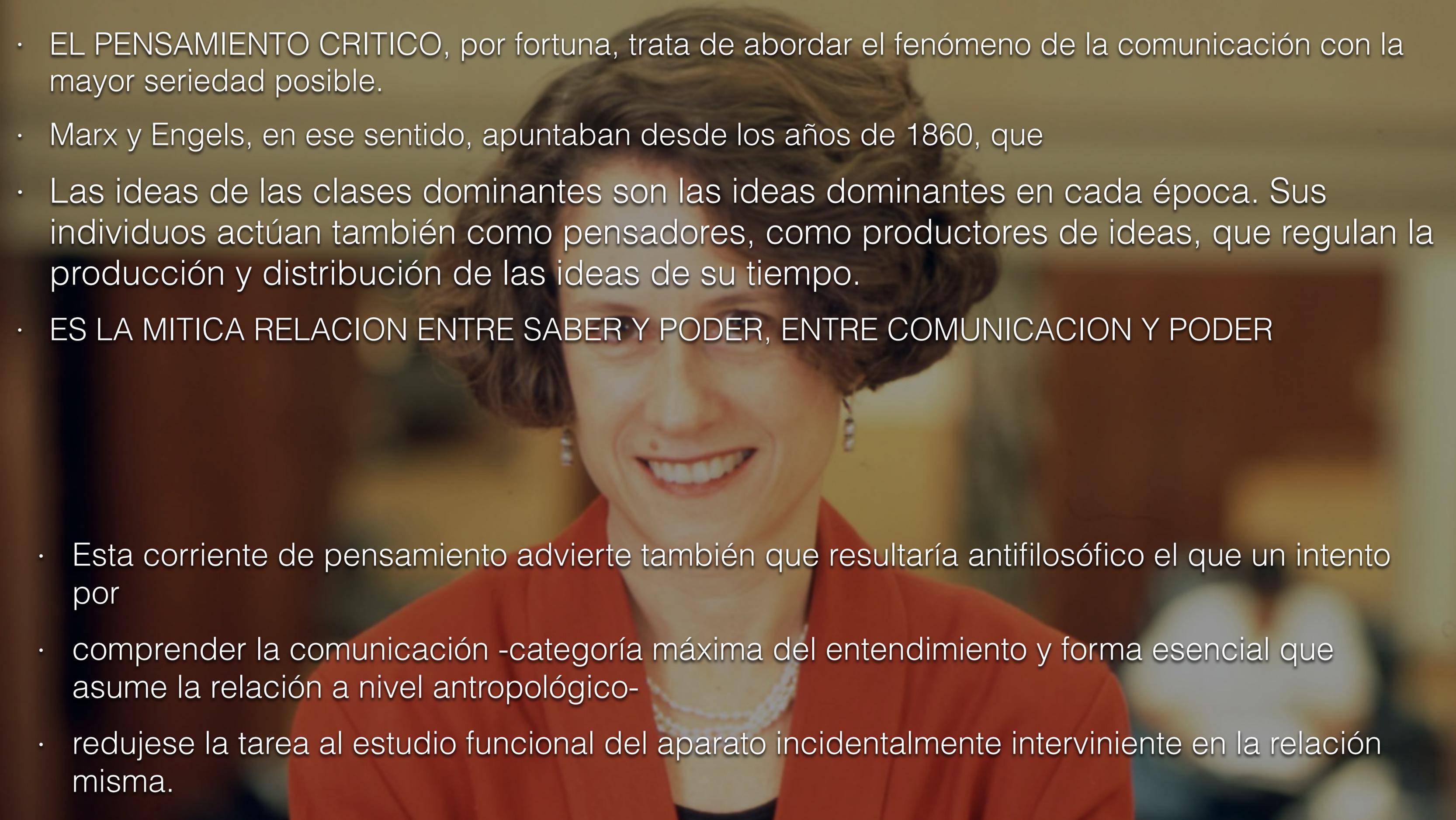
- 
- ✦ **EL PENSAMIENTO CRITICO**, analítico, de enfoque **antropológico**, histórico, social, político, contextual y centrado en el ser humano, sugiere dirigir la mirada al en sí de la relación comunicante.
 - ✦ Más que los medios, el pensamiento debe comprender ahora la **comunicación humana**.



- ✦ **El pensamiento crítico establece una natural interdependencia, reconocida durante milenios, entre COMUNIDAD, CONVIVENCIA, SOCIEDAD HUMANA y COMUNICACION.**

- ✦ El descubrimiento de la dimensión comunicacional se produce en el contexto de intereses militares, matemático-cibernéticos, tecnológicos en general, biológicos, industriales, psiquiátricos y económicos, por lo que no es extraño que se les otorgue todo el poder en la realpolitik del rendimiento y del control por las comunicaciones.



- 
- EL PENSAMIENTO CRITICO, por fortuna, trata de abordar el fenómeno de la comunicación con la mayor seriedad posible.
 - Marx y Engels, en ese sentido, apuntaban desde los años de 1860, que
 - Las ideas de las clases dominantes son las ideas dominantes en cada época. Sus individuos actúan también como pensadores, como productores de ideas, que regulan la producción y distribución de las ideas de su tiempo.
 - ES LA MITICA RELACION ENTRE SABER Y PODER, ENTRE COMUNICACION Y PODER
 - Esta corriente de pensamiento advierte también que resultaría antifilosófico el que un intento por
 - comprender la comunicación -categoría máxima del entendimiento y forma esencial que asume la relación a nivel antropológico-
 - redujese la tarea al estudio funcional del aparato incidentalmente interviniente en la relación misma.



Hoy observamos la expresión del control directo del sistema comunicacional de toda una sociedad. El sector de las comunicaciones, que hoy ejerce su poder global sobre el conjunto de la difusión, divulgación y diseminación de mensajes, modelos, conocimientos y valores, ha llegado a convertirse en el CUARTO PODER en las sociedades.



Es decir, desde los medios de difusión se genera la pseudoverdad desde el punto de vista político, económico, histórico y social, con todas sus ramificaciones.

Así, es normal que ellos definan qué es justo y qué es injusto, quién es “malo” y quién es “bueno”, y lo peor, qué existe y qué no existe.

	Brand	Category	Brand value 2014 \$M	Brand contribution	Brand value % 2014 vs 2013	Rank change
1		Technology	158,843	3	40%	1
2		Technology	147,880	4	-20%	-1
3		Technology	107,541	4	-4%	0
4		Technology	90,185	4	29%	3
5		Fast Food	85,706	4	-5%	-1
6		Soft Drinks	80,683	4	3%	-1
7		Credit Card	79,197	4	41%	2
8		Telecoms	77,883	3	3%	-2
9		Tobacco	67,341	3	-3%	-1
10		Retail	64,255	3	41%	4
11		Telecoms	63,460	3	20%	1
12		Conglomerate	56,685	2	2%	-1
13		Regional Banks	54,262	3	14%	0
14		Technology	53,615	4	97%	7
15		Telecoms	49,899	3	-10%	-5
16		Logistics	47,738	4	12%	-1
17		Regional Banks	42,101	2	2%	-1
18		Credit Card	39,497	3	42%	2

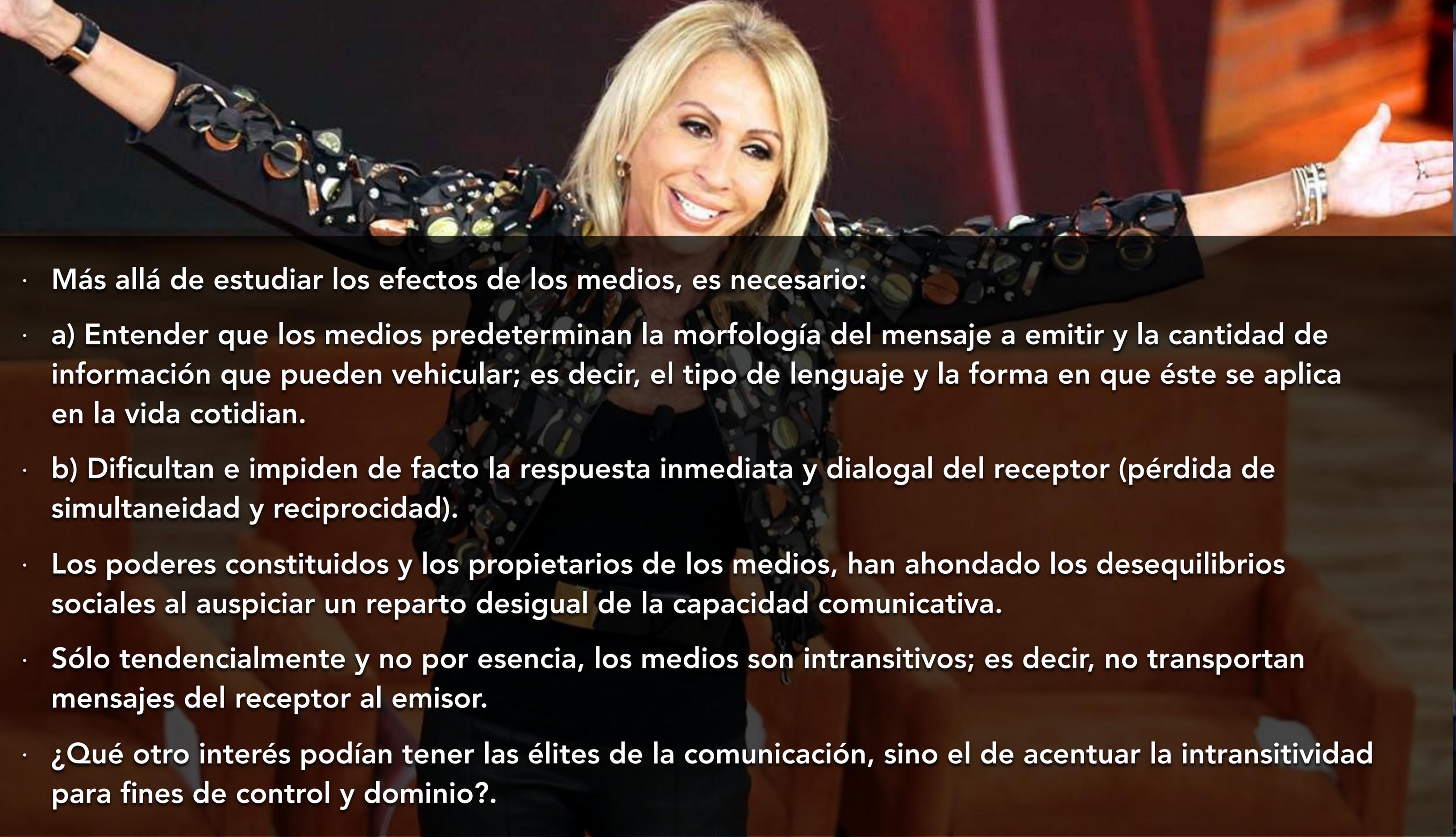
Su importancia económica es tal, que hoy su giro anual se calcula en cientos de miles de millones de dólares (regados por los infinitos canales de la informática, del almacenamiento de datos y de la computación, de los know how, transferencias de información tecnológica, de la publicidad, de las agencias de noticias y afines, de la industria del cine, la radio, la prensa y la televisión, de los satélites, de la administración. Tan es así, que actualmente está generando más empleos que los tres sectores tradicionales de la economía.

Mac Pro

Creado para lo que aún nadie ha creado.

Disponible en diciembre





- Más allá de estudiar los efectos de los medios, es necesario:
- a) Entender que los medios predeterminan la morfología del mensaje a emitir y la cantidad de información que pueden vehicular; es decir, el tipo de lenguaje y la forma en que éste se aplica en la vida cotidiana.
- b) Dificultan e impiden de facto la respuesta inmediata y dialogal del receptor (pérdida de simultaneidad y reciprocidad).
- Los poderes constituidos y los propietarios de los medios, han ahondado los desequilibrios sociales al auspiciar un reparto desigual de la capacidad comunicativa.
- Sólo tendencialmente y no por esencia, los medios son intransitivos; es decir, no transportan mensajes del receptor al emisor.
- ¿Qué otro interés podían tener las élites de la comunicación, sino el de acentuar la intransitividad para fines de control y dominio?.



La capacidad determinativa e incommunicante de los medios es así un accidente socio-económico reversible y no un atributo ontológico.

En esencia, el proceso de la comunicación incluye básicamente un mensaje (cuyos contenidos patentes y laentes no se vuelven accidentales por causa del medio empleado); un proceso emisor-canal-receptor: una relación real o tendencialmente dialogal y una producción de efectos de convivencia.

Al inicio y al final del proceso siempre hallaremos una función humana encifrador y una función humana decifrador de mensajes simplemente transportados por canales intermediarios artificiales.