

## La Utopía Dialógica en Medios Digitales

Merlyn Orejuela<sup>1</sup>

[thot55@gmail.com](mailto:thot55@gmail.com), @thot\_55

### RESUMEN

El trabajo ofrece una reflexión acerca de la hipótesis de la concreción de la dialogicidad o retroalimentación en el campo de la comunicación digital, que actualmente es difícil o nula en los canales inhibidores de respuestas inmediatas o medios tradicionales, pero que es teóricamente factible a través de los nuevos canales de la comunicación como las redes sociales. Se analiza el papel de los periodistas y los usuarios del entorno digital a través de los postulados de Pasquali (1991, 2002), Molina (2008), Almiron y Jarque (2008) y se ofrecen las consideraciones finales producto de la revisión teórica.

**Palabras clave:** Comunicación digital, redes sociales, usuarios, periodistas, interactividad.

El profesional de la comunicación está frente a escenarios potenciales de nuevas maneras de comunicar e informar relacionados con la interactividad. Esta potencialidad, sin embargo, no pasará de allí si medios y periodistas no analizan adecuadamente la importancia que cobra la retroalimentación como aspecto central de la comunicación dialógica, un aspecto que se facilita en los medios en línea.

La posibilidad dialógica, multidireccional y de retroalimentación que ha traído consigo las TIC, podría convertirse en la utopía donde se realice la escisión de la función mass mediática que devuelva al concepto de comunicación aquello relacionado con el intercambio real de información, emociones o sentimientos a través de los mensajes y en igualdad de condiciones, “una comunicación abierta y libre, de calidad, participativa, coherente con los grandes principios nacionales, crítica y técnicamente al día, es un requisito sin el cual no hay salud para la democracia” (Antonio Pasquali, 1991: 14).

En tal sentido, se considera como punto de partida entender que los cambios que se están dando en el proceso comunicativo, tienen su origen en la ruptura de las formas tradicionales de comunicar que se producen en los medios en línea, las cuales se manifiestan en la posibilidad de una relación dialógica basada en la interactividad, facilitada por las aplicaciones en línea y que por

---

<sup>1</sup> Licenciado en Comunicación Social mención Periodismo para el Desarrollo Humanístico. Maestrante en tecnologías de la comunicación y la información de la Universidad del Zulia. Investigador en el campo de la comunicación digital y el ciberperiodismo.

diversos factores, no es aprovechada o no existe en los medios de comunicación tradicionales. Pasquali (1991), escribe al respecto:

“La participación colectiva en la toma de decisiones que afectan contenidos y modalidades, estrategias y derechos de réplica en comunicaciones; esa es la *ratio cognoscendi* de la democracias auténticas. Los asfícticos y muy manipulados ‘correos del pueblo, o la presencia en pantalla de muchos entrevistados en muchísimos y aburridos ‘programas de opinión’ son válvulas de escape, substitutos y simulacros de una verdadera participación” (1991:19).

Pero esto se podría concretar en la comunicación digital, donde los usuarios tienen mayores herramientas ofrecidas por plataformas de fácil acceso como las redes sociales, lo que hace que cobren un rol más preponderante dentro del proceso comunicativo. Conviene recordar en este punto uno de los enfoques de Pasquali (1991), que sugiere estudiar estos cambios, no como causa, sino como consecuencia de las transformaciones de las tecnologías de comunicación e información (TIC):

“La comunicación no debe comprenderse, pues, por el simple hecho de que el teléfono o las computadora, la gran industria radioeléctrica o las comunicaciones espaciales, hayan ‘creado’ un problema de comunicaciones antes existente, sino porque el avance tecnológico y la universal difusión cuantitativa de los medios han problematizado, creado inmensos privilegios y otorgado nuevas dimensiones, a una función permanente, esencial e inherente a la naturaleza humana: la de comunicarse con sus semejantes” (1991: 33).

Por esta razón, son muchos los factores que condicionan actualmente a los medios no se relacionan con una lucha por la supervivencia o la consolidación de un medio nuevo a través de los avances de las TIC sino que “tal vez los propios editores nacionales se han dejado convencer que la relación costo beneficio en publicidad, favorece ineluctablemente los medios electrónicos” (1991: 79) como escribe más adelante Pasquali:

“A pesar de que la información no es una mercancía como las otras, todos somos partidarios de su libre circulación siempre y cuando se asegure un mínimo de reciprocidad; de otro modo, ella se convierte en un banal capítulo de la libertad de comercio, proporcionando la subdivisión del mundo en quienes emiten y en quienes sólo pueden recibir mensajes de los demás” (1991: 85).

De modo tal que hoy cobra mayor sentido analizar si las agendas públicas que se hacen visibles a través de las redes sociales, pudieran estar por encima de las agendas mediáticas que responden a los intereses de los medios: “¿reflejan nuestros periódicos ‘nuestra’ visión de los problemas, esto es una óptica conforme a los intereses nacionales y colectivos?” (1991: 83) se pregunta Pasquali.

Con el acceso a la información al momento, los usuarios resemantizan las informaciones, comentan, opinan y reacciones según sus prioridades en un proceso de participación que los convierte en fuente de primera mano en el lugar de cualquier acontecimiento. “Muy diferente es que un extranjero [se diría en este caso un usuario] presencie y relate hechos desde una óptica propia en un lenguaje cónsono con el de los demás usuarios próximos a él” (Ídem) y esto es lo que ofrecen las redes sociales.

### **La estrategia de la convergencia**

La evolución en el campo de las TIC ha demostrado que unos medios se integran a otros en una especie de relación simbiótica con buenos resultados en la mayoría de los casos. Se trataría de una especie de relación continua en el marco de un proceso de negociación tácito, donde las fortalezas se superponen a las debilidades que cualquier medio haya podido presentar. Aquí no se hace referencia a la integración tecnológica de manera aislada, como si fuera suficiente para garantizar el buen desenvolvimiento del proceso comunicativo, se trata de la convergencia entre cada uno de los elementos del dicho proceso.

Claro está, si el fin es más bien una reconversión de la cual se puede sacar más provecho desde el punto de vista economicista, aquellos que no estén preparados para los cambios pueden verse afectados y debilitados en su alcance hacia las audiencias. Por ello las TIC suponen una oportunidad, más allá que una espada de Democles que presione a los medios hasta su “muerte”, pues “la historia ha comprobado que ningún nuevo medio de comunicación fagocita al anterior” (Pasquali, 1991: 73).

Lo anterior cobra mayor importancia en el marco de discursos que sentencian que con la aparición de las tabletas desaparecerá el periódico, de hecho, Pasquali (1991) le otorga poca vida y durabilidad a los soportes electrónicos e indica que “abandonarse a diatribas contra la pretendida hegemonía de plásticos, químicos y otros mediadores electrónicos sería hasta demasiado fácil. Un texto en disquete lleva una especie de subsistencia ansiogénica, hasta que la bienamada impresora nos lo devuelve negro sobre blanco, en papel (1991: 64), pero también advierte que estos problemas no son tecnológicos pues:

“La nueva tecnología de los medios –dicho sea una vez por todas- sí ha planteado a la humanidad de nuestros días enormes problemas otrora latentes, y no precisamente de tipo técnico y estético, sino político y social. Estos problemas que sólo –que solo señalamos aquí tangencialmente- no representan “fatalidades”; algún valor deben

conservar las viejas formas comprensivas y solutorias acumuladas por la humana sabiduría” (Ídem).

Los periódicos particularmente han estado en un proceso donde no pocas veces se ha dictado su desaparición. Pero aunque no ha sido fácil enfrentar el quiebre de la periodicidad por una actualidad múltiple y tampoco ha resultado fácil atender las demandas de usuarios cada vez más activos, los periódicos como otros medios son los supervivientes en la evolución de las TIC. Ni la radio, ni el cine, ni la televisión ni mucho menos Internet, han logrado desplazar al papel, por el contrario ha ofrecido posibilidades de convergencia e integración donde en el mejor de los casos, el medio no sólo ha sobrevivido, sino que también ha ganado.

En contextos como los actuales, los periódicos sirven para contribuir con al fácil asimilación de la abundante información (si no sobredosis) a la cual los medios electrónicos someten a sus usuarios. Una especie de catarsis a la “volátil iconoesfera en la que la electrónica nos ha sumergido”, es decir, una especie de válvula de escape (Pasquali, 1991: 75).

### **Usuarios más activos, pero invisibles**

Pero como lo expresa Zinnia Martínez (2006) “ceder espacios a miles de ciudadanos deseosos de expresarse no es tarea fácil, pero es sin duda la próxima misión del periodismo” (2006:162). En función de ello, la interactividad es un asunto de primer orden y por ello debe estudiarse en profundidad. Fernando Núñez Noda (2005) ha advertido que:

“La cantidad de contenidos producidos por no-periodistas crece como la espuma. (...) La amenaza para un grupo (periodistas) puede ser la oportunidad para otros (los no periodistas). El caso es que la cantidad de personas no periodistas que gerencia medios, distribuyen mensajes, y el alcance a las audiencias aumenta y ya supera en varios órdenes de magnitud a las comunidades profesionales” (2005:49).

Pero otros autores toman con cautela el nuevo contexto de participación, tal es el caso de Pedro Molina (2008), quien sostiene que:

“La prensa digital no parece preocupada por la incidencia de esta nueva situación. Más bien parece aparentar interés por la opinión de sus usuarios como estrategia para atraer y fidelizar lectores. Este desinterés, más o menos generalizado, por los aspectos esenciales del asunto, no deja de presentar características diferenciadas que definen al medio digital de igual manera que la línea editorial define a la prensa escrita. El trato y la consideración por el lector-usuario y por el debate que se da en los espacios habilitados para ello, determinan su juicio sobre la función de la prensa, sobre las exigencias de la democracia participativa y sobre los mismos ciudadanos” (2008: 177).

Pero aún en este contexto, existe una realidad en la cual los usuarios pueden aprovechar al máximo los espacios habilitados para ello como generadores de conocimiento, comunidades virtuales y además como promotores en la construcción de agendas sociales más próximas a sus realidades. Las redes sociales son un ejemplo de ello, fungiendo como herramientas de publicación sencilla en la red y cuyos usos generan cambios importantes en el contexto de los medios en línea, “sin embargo, la posibilidad de que el nuevo canal se constituya en un nuevo mercado para la prensa es uno de los principales atractivos que empuja a las empresas del sector a arribarse a internet”.

Destaca la importancia de adaptarnos en todos los ámbitos de acción de la vida cotidiana y de emplear todas las tecnologías a nuestro alcance, desde el lápiz y el papel hasta los sistemas más complejos de información, con la finalidad de “ejercitar” todas las prácticas posibles para comunicarnos, tal como la aseguran Siglic Gutiérrez y Hazel Mogollón (2006), interconectar lo tradicional con lo hipermoderno, lo popular y lo superinformado, con la finalidad de reemplazar, transformar, operar y optimizar las prácticas periodísticas, pues si bien internet no es un nuevo medio de comunicación si es una “matriz digital” que integra todos los medios posibles presentes y futuros” (Carlos Soria, 2009).

Todo esto bajo la imperiosa necesidad de dejar de “contemplar las tecnologías de la información y la comunicación como causa autónoma de cambios que permiten generar esperanzas de cambio sin que, en realidad, cambie nada” (Almiron y Jarque, 2008: 19). El discurso digitalista genera falazmente las expectativas de cambio que los ciudadanos desean oír:

“En definitiva, predicen una alteración de la raíz de las estructuras mediáticas conocidas hasta el momento. Sin embargo, para quien tenga conocimiento de las formas de proceder de la actividad periodística –convencional o digital- el discurso que emana de tales modelos tiene un difícil encaje con la realidad de la profesión y de la actividad de los medios, en otras palabras tal revolución es cuestionable y tras el enfriamiento de la burbuja digital se hace aún más evidente la pervivencia de las constantes de trabajo tradicionales en el periodismo” (Almiron y Jarque, 2008: 105).

## **Referencias bibliográficas**

Almirón, Núria; Josep M. Jarque (2008). El mito digital. Discurso hegemónico sobre Internet y periodismo. 1ª Edición. Barcelona, España. Anthropos Editorial. 176 p.

- Gutiérrez, Siglic; Mogollón, Hazel. (2006). "Internet como fuente de información en un contexto de glocalidad y necesidades informativas en Venezuela". Revista Razón y Palabra. N° 49. ITESM Campus Estado de México. Ciudad de México, México.
- Martínez, Zinnia (2006). Periodismo y blogs en Venezuela: Ciudadanos con voz y voto, EN: Diez años de periodismo digital en Venezuela 1996-2006, compilado por: Miladyz Rojano. 1ª Edición. Caracas, Venezuela. Centro de Investigación de la Comunicación CIC-UCAB. 153-168 pp.
- Molina, P. (2008) Ciberperiodismo e interactividad. Revista Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura. N° 36. Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona, España. 175-182 pp. Disponible en: <http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/view/94530/119745>
- Núñez Noda, Fernando (2005). Guía de Comunicación Digital. Hacia la autonomía en la distribución de mensajes en bits. 1ª Edición. Caracas, Venezuela. Publicaciones UCAB. 221 p.
- Pasquali, Antonio (1991). La comunicación cercenada. El caso Venezuela. 2ª Edición. Caracas, Venezuela. Monte Ávila Editores. 171 p.
- Soria, Carlos (2009. Junio). Una cocina varios restaurantes. La integración off y online. Ponencia presentada en el Seminario de Diseño de la Información. Caracas, Venezuela (15 y 16/06/09).

\* Licenciado en Comunicación Social mención Periodismo para el Desarrollo Humanístico. Maestrante en tecnologías de la comunicación y la información de la Universidad del Zulia. Investigador en el campo de la comunicación digital y el ciberperiodismo