



Por qué en la red de redes se priorizan los contenidos banales, estereotipados y redundantes

Why priority is given to banal, stereotyped and redundant contents in the World Wide Web

Manuel MARTÍN SERRANO

Universidad Complutense de Madrid – España
manuelma@ucm.es

Cómo citar este artículo: MARTÍN SERRANO, Manuel (2015): «Por qué en la red de redes se priorizan los contenidos banales, estereotipados y redundantes», *Mediaciones Sociales*, nº 14, pp. 1-11. DOI: http://dx.doi.org/10.5209/rev_MESO.2015.n14.51556

Recibido: 29 de septiembre de 2015.

Aceptado: 4 de diciembre de 2015.

RESUMEN

El artículo aplica el análisis de sistemas al estudio de las actividades mediadoras que operan con los condicionantes estructurales de las redes virtuales de comunicación. Destaca la incorporación del conjunto de los usuarios a la realización de funciones comunicativas que antes estaban reservadas a los profesionales como una de las prestaciones que ha transformado la producción social de comunicación. Pero sostiene que la utilización colectiva de estas prestaciones tecnológicas no está cumpliendo las expectativas que generaron referidas al desarrollo de la creatividad y del pluralismo. El autor explica que la capacidad que tiene el sistema de redes virtuales de abrirse a la población en su conjunto y de acumular ingentes cantidades de materiales se constituye en la práctica en un factor multiplicativo de la redundancia y de la estereotipia, criterios que rigen la selección de contenidos destinados a la comunicación pública desde que existe la comunicación de masas.

PALABRAS CLAVE: análisis de sistemas, comunicación, redes virtuales, mediación, revolución digital.

ABSTRACT

The paper applies the systems analysis to the study of the mediating activities that work with the structural constraints of virtual communication networks. Among them, stands out the incorporation of all users to the performance of communicative activities which has transformed the social

production of communication. But this paper holds as well that the collective use of those technological advances is not fulfilling the expectations originally raised, referred to the development of creativity and pluralism. The author explains that the capacity of virtual network system (that is, to be opened to the population as a whole and to offer a vast amount of data), constitutes, in practice, a multiplying factor of redundancy and stereotype, which are, both, the criteria that are behind the selection of contents for public communication since the beginning of mass communication.

KEYWORDS: systems analysis, communication, virtual networks, mediation, digital revolution.

Sumario: 1. Qué aporta internet y, a mayor escala, la red de redes a la producción social de comunicación. 2. Las operaciones con la información cuando está tecnológicamente mediada. 3. Mediaciones estructurales que afectan a la creatividad y al pluralismo en las redes. 4. Cómo transformar la mediación estructural para que aumente la pluralidad y la creatividad en la red de redes. Bibliografía.

Recordemos que antes de la revolución digital, en los medios de comunicación impresos y audiovisuales, ha prevalecido la división funcional entre productores y consumidores de comunicación. Las tecnologías de estos medios no permitían la participación del conjunto de los usuarios en la elaboración, ni en la modificación, la selección y la distribución de los materiales comunicativos. Estas limitaciones han determinado la organización unidireccional que ha caracterizado a la comunicación pública desde los orígenes de la comunicación de masas. Han favorecido que la producción de comunicación fuese separada de su consumo, confiada la primera a profesionales integrados en empresas públicas o privadas.

1. QUÉ APORTA INTERNET Y, A MAYOR ESCALA, LA RED DE REDES A LA PRODUCCIÓN SOCIAL DE COMUNICACIÓN

Como bien se sabe, las redes digitales permiten que el conjunto de los usuarios realicen funciones comunicativas que estaban reservadas para los profesionales de los medios. Es una prestación que ha transformado la producción social de comunicación. La división funcional entre emisores y receptores de comunicación ha perdido la mayor parte de su justificación y podría quedar reducida al ejercicio de algunas destrezas técnicas.

Esa transformación se concreta en la incorporación de los receptores / consumidores de información, al desempeño de tres funciones:

- *como productores de materiales informativos;*

- *como mediadores de sus formas y contenidos;*
- *y como partícipes en la distribución comunicativa de esos materiales.*

En la medida en la que el conjunto de los usuarios de las redes pueden generar los contenidos y seleccionar los contactos de acuerdo con sus intereses, se hace posible -al menos en teoría- la participación de todas las personas en el conocimiento que poseen, crean y reciben todas las otras personas.

Como siempre ha sucedido cuando aparecen nuevas prestaciones tecnológicas en el campo de la comunicación, se espera que sirvan para facilitar el acceso a los conocimientos y a las interacciones. En concreto, las principales expectativas que ha despertado la apertura de las redes a todos los usuarios y a cualquiera de sus aportaciones, se refieren al desarrollo de la creatividad y del pluralismo.

No obstante, conviene recordar que las redes virtuales de comunicación -como todos los sistemas- tienen unas determinadas configuraciones y requieren ciertas formas de funcionamiento, que están programadas. La capacidad que tienen las redes de satisfacer los logros creativos y pluralistas que de ellas se esperan, depende de los mediadores que operen con esas estructuras y funciones.

En realidad, la utilización colectiva de la red de redes favorece más a los repertorios de contenidos “convencionales” que a los “innovadores”; más a los planteamientos “integrados” que a los “disidentes”.

Esa deriva hacia la información convencional e integrada tiene que ver, precisamente, con la apertura del sistema digital de información / comunicación a la población en su conjunto, y con la capacidad de acumular ingentes cantidades de materiales que tiene el sistema. Usuarios y contenidos que, en la mayoría de los casos, se incorporan a la red sin que hayan pasado por filtros que les seleccionen. Estas son las condiciones en las que operan las actividades de mediación¹. Que son las actuaciones de los comunicantes en la producción comunicativa que inciden en la creatividad y el pluralismo de los elementos que contiene la red. Se describen tales actividades seguidamente.

2. LAS OPERACIONES CON LA INFORMACIÓN CUANDO ESTÁ TECNOLÓGICAMENTE MEDIADA

En la red de redes cualquier comunicante tiene la posibilidad de ser fuente de información, “colgando” comentarios, documentos, o cualesquiera otros materiales

¹ Existen dos modalidades de mediación: la mediación estructural y la cognitiva. La mediación estructural *opera sobre los soportes de la información* aplicando modelos de producción de comunicación. Se combina con la mediación cognitiva, que *opera sobre los relatos* aplicando modelos de representación del mundo (Martín Serrano, 1985).

que tengan valor informativo. Las versiones a propósito de un determinado asunto de interés general, que introduzcan los usuarios en las redes, pueden ser, *en potencia*, tan variadas como lo sean las diferentes visiones sobre ese tema que existan en una colectividad. Es obvio que el número de versiones distintas que aparezcan en la red será igual o menor que el total de visiones diferentes que existan en la comunidad; nunca mayor.

La tecnología comunicativa ha hecho posible que la pluralidad adquiera su mayor potencial *en la emisión*. Pero no garantiza que tal diversidad de puntos de vista vaya a mantenerse a lo largo de la circulación de los mensajes. Tampoco asegura que cada uno de los mensajes tenga la misma probabilidad que cualquier otro de ser tomado en cuenta por los usuarios de la información.

En internet y en las demás redes donde los usuarios puedan modificar los contenidos de los mensajes que reciben, o incorporar mensajes alternativos, como norma general, aumenta la estereotipia. Bastan unos pocos pasos para que un repertorio tan abundante como se quiera de propuestas originales y distintas, referidas al mismo tema, acabe reduciendo su variedad a unas pocas versiones alternativas.

La red de redes es un sistema multidireccional. Pero al contrario de lo que se suele leer, esa característica favorece las intervenciones mediadoras que limitan la pluralidad y generan estereotipia. La diferencia con los sistemas unidireccionales reside en que todos los usuarios de las redes, generalmente pueden participar en esas intervenciones. El mecanismo que empobrece la variedad y la complejidad de la información es el mismo que opera en la transmisión de un mensaje por una red interpersonal. Ya lo conocíamos, desde que Allport y Postman (1948) mostraron que, cuando una descripción pasa de boca en boca, se deforma la información originaria. Esa transformación prosigue, hasta que el contenido que se está transmitiendo se banaliza lo bastante como para reproducir los puntos de vista comunes: es decir, hasta que se adecúa a los prejuicios y estereotipos sobre el tema. De modo tal que esa capacidad que tiene el sistema de redes virtuales de acumular y transferir ilimitadas cantidades de información -producida desde enfoques diversos y gestionados por el mayor número posible de intervinientes-, en la práctica, se constituye en un factor multiplicativo de la estereotipia y la redundancia.

Para explicar cómo se produce este resultado aparentemente paradójico, cabe comparar la red de redes con un gigantesco receptáculo para canicas, que ofrece las siguientes prestaciones:

- a) Cualquier usuario puede introducir en el receptáculo, tantas bolas como quiera.
- b) Cada usuario puede elegir el color de sus canicas.
- c) Cualquier usuario puede cambiar el color de cualquier bola; e incluso, extraerla.

Como resultado de estas operaciones, el repertorio de colores distintos que se encuentren en las canicas que contenga el receptáculo, puede variar entre los siguientes límites:

- tantos colores diferentes como canicas, en el supuesto de que cada bola tuviese un color distinto.
- un único color, cualquiera que sea el número de canicas, suponiendo que todas fuesen, por ejemplo, blancas.

Por lo general, en las redes las versiones de un determinado *objeto de referencia* (aquello de lo que se está tratando) no son todas de diferentes “colores” ni todas del mismo “color”.

Pasando de la metáfora al objeto de nuestro análisis: lo más frecuente es que internet (“el receptáculo”) y otras redes contengan muchas más referencias a un tema que versiones diferentes de ese tema (incluyen más “bolas” que “colores”).

Hay unos comportamientos que afectan a los mecanismos que regulan los sistemas que tienen estas características:

La probabilidad de que disminuya la variedad de los mensajes y de que la información que contengan sea banal crece:

- cuanto más numerosos sean los productores que participen en la producción-reforma de esos materiales;
- cuanto más “representativos” sean dichos comunicantes de la composición que tenga la población general;
- cuanto mayor sea el número total de materiales comunicativos que aporten los productores de información a una red;
- cuanto más numerosas y largas sean las cadenas de transmisión-transformación de los mensajes que contienen dichos materiales comunicativos.

Ese mismo proceso se puede describir desde otra perspectiva. Cuando en una red se integran la producción informativa inespecífica que incorpora la gran mayoría de la población con la producción específica que produce una minoría de esa población (científicos, creativos, disidentes, etc.), el contenido de la red, en su conjunto, tiende a ser inespecífico. Es decir, se pierde información, o lo que es lo mismo, aumenta la redundancia. Esa dinámica se expresa técnicamente, indicando que la información

contenida en la red deriva hacia *la entropía* (concepto que se refiere al grado en el que un sistema se desorganiza con el paso del tiempo).

En un sistema comunicativo, cuyo funcionamiento genera entropía, tienden a cero:

- la probabilidad de que aumente la variedad (la diversidad de temas, y las versiones diferentes de un mismo tema);
- la probabilidad de que aumente la complejidad (el valor informativo de los materiales);
- la probabilidad de que en la salida aparezcan las versiones menos frecuentes y más informativas;
- la probabilidad de que los materiales menos frecuentes y más informativos se mantengan en la red².

Son condicionantes estructurales, que tienen todos los medios, en su condición de operadores de la información. Por lo tanto este funcionamiento se puede expresar como una ley:

Ley de las operaciones comunicativas con la información, cuando está tecnológicamente mediada:

Nunca habrá una tecnología de la comunicación-información, cuyo funcionamiento excluya la mediación estructural.

(Véase en la nota 1, el concepto de “mediación estructural”)

3. MEDIACIONES ESTRUCTURALES QUE AFECTAN A LA CREATIVIDAD Y AL PLURALISMO EN LAS REDES

La variedad de la información y el acceso a ella dependen, en primer lugar, de las opciones de acceso a la información que permita cada forma de mediación estructural.

² Las dinámicas que llevan a la entropía en las redes funcionarán en tanto que no se intervenga en el funcionamiento del sistema, para mantener su complejidad. Para lo cual, tendrían que implementarse procesos que recompusiesen los materiales que los mediadores añaden, buscan o reciben, a medida que los seleccionan, eliminan o ignoran; los modifican o reduplican; los extraen o transfieren. Se comprende que este “eterno retorno” al estado original del sistema le desconfigura con respeto al cambio ininterrumpido que experimentan los referentes de la información.

En el caso de las redes, la mediación estructural opera con las constricciones operativas que son específicas de los sistemas que programan el acceso a los contenidos. Se presentan dos opciones:

Programar las constricciones operativas, para dar prioridad a los materiales reproductivos; o bien para priorizar a los materiales creativos.

- 1) Por lo general los materiales reproductivos proporcionan información convencional, fácilmente inteligible; aceptada por un mayor número de personas y mayoritariamente solicitada. Información que se asocia a actividades cotidianas.
- 2) Los materiales creativos proporcionan información alternativa, especulativa, que tiene valor para cuando se requieran transformaciones culturales, científicas, políticas, axiológicas. Generalmente los materiales creativos son difíciles de entender para la mayoría. Se les solicita, acepta y utiliza minoritariamente.

Todos los sistemas que proveen de información destinada a usos sociales dejan espacio para los materiales creativos; pero todos los sistemas dan preferencia a los materiales reproductivos, porque son el cemento que liga los consensos, conforma las identidades compartidas y realimenta los sentimientos de pertenencia al grupo. Así viene siendo desde los ancestrales sistemas de comunicación asamblearios hasta los actuales sistemas de redes (cf. Martín Serrano, 2004).

Los buscadores están *configurados* siguiendo esos mismos principios:

– *Priorizan “de oficio”-o si se quiere por defecto- las aportaciones más frecuentes (que suelen tener más valor reproductivo que creativo).*

De hecho los buscadores hacen depender *la posición* en la que muestran los contenidos de *la frecuencia* con la que se les menciona. Cuando aplican esa lógica estadística aparecen por delante, en la pantalla, las versiones que más usuarios buscan en la red.

– *Por otra parte, ofrecen a los usuarios opciones de búsqueda “avanzadas” que les permiten seleccionar contenidos poco frecuentados. Entre ellas suelen encontrarse los materiales que tienen más valor creativo que reproductivo.*

Se concluye que los nuevos sistemas de comunicación-información priorizan el acceso a la información menos original, menos discrepante, menos matizada y ponderada. Son los mismos criterios que están rigiendo la selección de contenidos destinados a la comunicación pública, desde que existe la comunicación de masas.

En la comunicación que se canaliza por las redes digitales, la mediación estructural resulta del *software* operativo que haya programado el buscador. Por una parte, cuando introduce filtros para que determinados contenidos se muestren antes que

otros, o queden ocultos. Pero también pueden existir otras constricciones incorporadas a los programas que introducen contenidos que no se han seleccionado por el usuario.

Por ejemplo: es habitual en numerosos “sitios” que se presente en la pantalla publicidad relacionada con los temas de la búsqueda. Así sucede cuando, al escribir un correo referido a planes para las vacaciones, se muestran automáticamente anuncios de agencias de viajes.

Estas intervenciones restringen *los grados de libertad del sistema* (cf. Martín Serrano, 2007). Como son el resultado de controles que realizan los programadores se podrían eliminar, al menos en teoría. Se comprende que la desaparición de dichos controles pasa por una separación entre los poderes mediáticos y económicos. Es de esperar que esta separación alguna vez esté recogida en las constituciones democráticas, cuando se caiga en la cuenta de que resulta tan necesaria para garantizar los derechos y libertades, como la separación entre poderes ejecutivos, legislativos y judiciales.

También el software se puede programar para controles de las actividades de los usuarios, basados en los contenidos que manejan en las redes (cf. Velarde, Bernete y Franco, 2015).

Son procedimientos que recuperan las actividades inquisitoriales de identificación de *herejes*, a partir de la secreta observación de sus opiniones y contactos. Como sucedía en el Medioevo, hay “sitios” y palabras, que también están sujetos a censura previa, aunque actualmente quienes acceden a ellos sean identificados por programas que les delatan. Eventualmente, se bloquea el acceso a las fuentes incluidas en los nuevos índices de títulos prohibidos.

Como Internet es un recurso que también se utiliza para la subversión y el terrorismo, en tanto que pueda aducirse, con motivos o sin ellos, razones de seguridad nacional, la utilización de la red de redes parece condenada -como antes sucedió cuando apareció el libro impreso- a ser tutelada por los nuevos representantes del Santo Oficio.

Para terminar con estos análisis algo desilusionantes:

En las sociedades que llevan la etiqueta de “subdesarrolladas” y también en la mayoría de las que se dicen “desarrolladas”, la banalidad y redundancia de la oferta comunicativa resulta, principalmente, de la uniformidad que tiene la producción de las industrias culturales destinada al consumo masivo. Estos productos siguen representando una gran parte de los contenidos en todos los sistemas de difusión, incluida la red de redes. Además de ser convencionales y reiterativos, producen transculturización.

Los materiales que transculturizan operan de manera similar a como lo hacen las especies que, cuando ocupan un nuevo ecosistema, reducen la biodiversidad: destruyen capitales culturales tangibles e intangibles. Así viene sucediendo desde la aparición de los medios de difusión a las masas.

La asimetría entre los contenidos que transculturizan y los que resultan desplazados al limbo del folklore o definitivamente se extinguen, es un costo actualmente inevitable -y muy de lamentar- que tiene la incorporación de las sociedades a las redes internacionales de comunicación (cf. Martín Serrano, 2014).

En resumen: una representación de lo que ocurre, o de lo que hay que hacer, o de lo que podría hacerse o imaginarse, tiene tantas menos posibilidades de sobrevivir en el ciberespacio cuanto más original sea.

Afortunadamente esa deriva hacia la uniformidad y la banalidad puede ser corregida. Desafortunadamente, muy poco a poco y con resultados diversos según las sociedades.

4. CÓMO TRANSFORMAR LA MEDIACIÓN ESTRUCTURAL PARA QUE AUMENTE LA PLURALIDAD Y LA CREATIVIDAD EN LA RED DE REDES

En la red de redes dejarán de prevalecer los mecanismos que favorecen la redundancia y la estereotipia, cuando el conjunto de los usuarios que actúan como mediadores estén capacitados para introducir materiales no banales y para buscar contenidos no convencionales. La adquisición de esas competencias supone una transformación equivalente de la mediación cognitiva (cf. en la nota 1 el concepto de “mediación cognitiva”).

Esas capacitaciones las proporcionan las instituciones que educan y socializan.

El incremento de los usos creativos de la información y de la comunicación en la red de redes dependerá del número de usuarios que tengan la capacidad de reprogramar lo que a ellos les programa.

Maxwell les llamaría “diablos” porque, al incrementar el pluralismo, están contrarestando la tendencia natural de los sistemas organizados a la entropía³.

Como bien se sabe, los avances colectivos que dependen de la educación reglada requieren generaciones. Por lo cual cabe pensar que pasará tiempo hasta que la banalidad y la estereotipia dejen de ser predominantes en el ciberespacio. Sin embargo, se podría abrir un atajo: *actuar desde la socialización, precisamente a través de los nuevos sistemas de información / comunicación.*

³ Sobre entropía, información y termodinámica, cf. Bennett (1987).

Las empresas privadas o públicas que controlan dichos sistemas, no tienen por qué asumir las funciones educativas de las escuelas. Pero se les debería de exigir que su influencia no anule los esfuerzos de la educación reglada, dedicados a formar en el pluralismo y para la creatividad. Porque estas empresas son los principales agentes de socialización. Como bien se sabe, la influencia de los materiales comunicativos / informativos que ellas gestionan, es mucho mayor que la influencia de la familia y de la escuela, durante la infancia, adolescencia y juventud. Por eso, las empresas comunicativas tienen responsabilidades en el modelado cognitivo y axiológico de cada nueva generación.

Aunque raramente se reconoce y para nada se obre en consecuencia, los sistemas comunicativos y educativos ya forman parte de un mismo macrosistema. El análisis de esa interdependencia no es el tema de este artículo, pero lo he expuesto en “Políticas de integración de los sistemas educativos con los sistemas comunicativos” (Martín Serrano, 2010).

BIBLIOGRAFÍA

- ALLPORT, G. y POSTMAN, L. (1948): *The psychology of rumor*. N.Y.: Holt.
- BENNETT, Ch. H. (1987): “Demons, engines and the second law”, *Scientific American*, vol. 257, nº 5, pp.108-116
- MARTÍN SERRANO, M. (1985): “La mediación de los medios de comunicación”, en Moragas, M. de (ed.): *Sociología de la comunicación de masas I. Escuelas y autores*. Barcelona: Gustavo Gili, pp. 141-162. Resumen disponible en <http://eprints.ucm.es/13166/>. Consultado el 10 de septiembre de 2015.
- MARTÍN SERRANO, M. (2004): *La producción social de comunicación*. Madrid: Alianza. Tercera edición (reescrita). Primera edición 1986.
- MARTÍN SERRANO, M. (2007): *Teoría de la Comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad*. Madrid: McGraw-Hill.
- MARTÍN SERRANO, M. (2010): “Políticas de integración de los sistemas educativos con los sistemas comunicativos”, *Revista Interacción*, nº 51. Disponible en <http://eprints.ucm.es/13226/>. Consultado el 8 de septiembre de 2015.
- MARTÍN SERRANO, M. (2014): “La globalización. Un espacio y un tiempo de confrontación entre opciones humanizadoras y deshumanizadoras”, *Telos*, nº 98, pp. 13-23.
- VELARDE, O., BERNETE, F. y FRANCO, D. (2015): “Paradigmas de los efectos de las TIC en la cultura y en el conocimiento”, *Revista Latina de Comunicación Social*, nº 70, pp. 347-380. DOI: <http://dx.doi.org/10.4185/RLCS-2015-1050>.

Manuel MARTÍN SERRANO es Catedrático Emérito en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid. Fundador del primer Departamento de Comunicación de las universidades españolas. Doctor de Estado en Ciencias y Letras Humana por la Universidad de Estrasburgo. Doctor en Filosofía Pura por la Universidad Complutense de Madrid. Algunas de sus publicaciones ocupan los primeros lugares en las relaciones de las obras de referencia para la docencia y la investigación de la comunicación: *La mediación social* (Akal, 1977-2008), *Teoría de la comunicación. Epistemología y análisis de la referencia* (A. Corazón, 1980-2004), *La producción social de comunicación* (Alianza, 1986-2009), *Teoría de la comunicación. La comunicación, la vida y la sociedad* (McGraw- Hill, 2007-2014). Correo electrónico: manuelma@ucm.es.