



De metáforas transdisciplinarias: entre la ecología de los medios y la biología de la comunicación

Mariana A. Minervini

Administración de Parques Nacionales;
Facultad de Ciencias de la Comunicación (FCC-UNC)
mariana.minervini@unc.edu.ar

Resumen

El artículo presenta un recorrido y reflexión teórica sobre la ecología de los medios con el objetivo de analizar la comunicación desde una mirada transdisciplinaria, reconociendo la complejidad del ecosistema mediático actual y realizando una comparación con el ecosistema biológico. Para ello, se ahonda en conceptos como cultura digital, ciudadanía comunicativa y tecnologías de la memoria, que permiten reconocer la importancia de generar instancias de participación y experiencias de co-creación y construcción colectiva de sentidos.

Palabras claves: transdisciplina, ecología de los medios, cultura digital, biología de la comunicación

Introducción

El presente artículo parte de una mirada transdisciplinaria entre la ecología (de los medios) y la comunicación. Para ello, y retomando los pensamientos de Basarab (1996) sobre transdisciplina, se reconoce que es necesario aprender y vivir desde un pensamiento complejo, que vuelva a relacionar y establecer una red entre disciplinas que permitan ver a la humanidad como un todo. Es decir, superar las limitaciones de analizar el

conocimiento de manera fragmentada. “La transdisciplinariedad concierne, como el prefijo ‘trans’ lo indica, lo que está a la vez entre las disciplinas, a través de las diferentes disciplinas y más allá de toda disciplina” (Basarab, 1996, p. 35). Se parte de esta postura teórica ya que posibilita comprender las interrelaciones entre los medios y la sociedad. Esta última es cada vez más polifónica y variada, con multiplicidad de opiniones y opciones para dar a conocer sus voces y participar de los distintos espacios de comunicación digital disponibles, así también como en constante expansión.

Se considera, asimismo, que la transdisciplina y la complejidad están estrechamente unidas como formas de pensamiento relacional y como interpretaciones del conocimiento desde la perspectiva de la vida humana y el compromiso social. Para ello, los campos de la Comunicación y la Ecología se entrelazan para resolver un conflicto como un todo, creando un nuevo ámbito de actividad. Por lo tanto, es necesario atravesar las disciplinas e ir más allá para lograr una comprensión del mundo bajo los imperativos de la unidad del conocimiento.

En esa línea, Carrizo, Espina Prieto y Klein (2004) sostienen que debe entenderse que:

En lugar de una simple transferencia del modelo desde una rama del conocimiento a otra, la transdisciplinariedad considera el flujo de información que circula entre varias ramas de conocimiento (...). La transdisciplinariedad no es una nueva disciplina, una herramienta teórica, o una superdisciplina. Es la ciencia y el arte de descubrir puentes entre diferentes objetos y áreas de conocimiento. (p. 40)

En cuanto a la noción de “pensamiento complejo”, esta fue acuñada por el filósofo y sociólogo francés Edgar Morin (1990) e implica un tipo de pensamiento que “se impone de entrada como imposibilidad de simplificar; ella surge allí donde la unidad compleja produce sus emergencias (...) emerge como un nuevo tipo de comprensión y de explicación que es el pensamiento complejo” (Morin en García, 2008, p. 19). Por lo tanto, se puede entender como la capacidad de conectar diferentes dimensiones de la realidad y podría compararse con un tejido. García, además, reconoce que nos encontramos ante una *realidad compleja* que “es una *representación* de un *recorte* de esa realidad, conceptualizado como una *totalidad organizada* (...) en la cual, los elementos no son ‘separables’ y, por tanto, no pueden ser estudiados aisladamente” (2008, p. 21, cursivas en el original).

Es por eso que podemos afirmar que el pensamiento complejo es una estrategia que tiene intención globalizadora, es decir, que trata de abarcar todos los fenómenos pero teniendo en cuenta sus particularidades y diferencias específicas. Desde este lugar

es que se busca abordar las nociones de ecología de los medios y la comunicación digital e interactiva.

La ecología de los medios

La vida hoy transita entre dos espacios, el real y el virtual, dentro de un ecosistema comunicativo que intenta explicarse desde una corriente teórica, una metadisciplina que surgió en 1960 y se consolidó en los setenta, conocida como “Ecología de los medios”. Abordarla nos permite tomar un posicionamiento teórico a la hora de analizar las transformaciones en el campo de la comunicación.

Partimos de profundizar en esta corriente cuyo principal precursor es Postman (1968), quien la definió como “el estudio de los medios como ambientes”, en una conferencia en el *National Council of Teachers of English* y recuperada por Scolari (2010), aunque Mashall McLuhan (1964) había comenzado a comparar a los *seres vivos* con los *seres tecnológicos* ya al inicio de la década. Si consideramos el origen del concepto, encontramos en Postman el siguiente planteo:

La ecología de los medios analiza cómo los medios de comunicación afectan la opinión humana, la comprensión, la sensación y el valor, y cómo nuestra interacción con los medios facilita o impide nuestras posibilidades de supervivencia. La palabra *ecología* implica el estudio de ambientes: su estructura, contenido e impacto en la gente. Un ambiente es un complejo sistema de mensajes que impone en el ser humano formas de pensar, sentir y actuar (s.f.)

Entre los principales referentes que actualmente abordan esta perspectiva en habla hispana, se encuentra el ya mencionado Scolari (2010), quien analiza el surgimiento de esta teoría y expresa: “El límite entre los precursores y los padres fundadores está dado por la aplicación explícita de la metáfora ecológica a los medios de comunicación” (p. 12). El autor reconoce que fue McLuhan (1964) quien integró en un enfoque único los planteos de diversos precursores al insistir que los medios forman un ambiente o entorno sensorial –un *médium*– en el que las personas se mueven, pero que no reconocen su existencia hasta que, por alguna razón, se vuelven visibles.

Para continuar profundizando en torno a esta noción, resulta necesario partir “desde las relaciones entre los medios y la economía hasta las transformaciones perceptivas y cognitivas que sufren los sujetos a partir de su exposición a las tecnologías de la comunicación”, tal como resalta Scolari (2010, pp. 17-18). Al mismo tiempo, el autor plantea que esta *metáfora ecológica* aplicada a los medios de comunicación, puede analizarse desde dos puntos de vistas diferentes. El primero aborda a *los medios como ambientes*, entendiendo que las tecnologías generan ambientes que afectan a los sujetos

que las utilizan. Es decir que, con su uso, producen un efecto perceptivo y cognoscitivo en las personas. El segundo, aborda a *los medios como especies*, postulando una interacción pero, también, una competencia entre medios de comunicación, donde cada medio afecta a los demás y entre ellos existe una interrelación, evolución y selección natural. McLuhan lo planteaba al decir que “ningún medio adquiere su significado o existencia solo, sino exclusivamente en interacción contante con otros medios” (1964, p. 43). Por su parte, Strate (2017) indica que la Ecología de los medios se puede entender como un enfoque particular para su estudio, es decir, el estudio de los medios como entornos.

En consecuencia, los mencionados autores coinciden en que esta perspectiva se convirtió en una corriente de pensamiento comunicacional, generalista y transmediática que tiene por objetivo la construcción de un panorama global de todos los procesos que afectan a la comunicación. Entender esta metadisciplina permite comprender también cómo se desarrolla y se consolida la relación entre la sociedad y los medios, en una diversidad mediática donde hay espacio para todos los medios, viejos y nuevos, como apunta Renó (2014). En este sentido, la Ecología de los medios se presenta en un constante estado de tensión: hay diversas *especies* mediáticas: blogs, redes sociales, webs y aplicaciones, entre otras, donde prima la hibridación y los espacios de participación social.

Pensar la biología de la comunicación

Los antecedentes e ideas iniciales sobre Ecología de los medios fueron sufriendo importantes transformaciones mediadas por la propia evolución de los medios de comunicación. Por más que los conceptos de McLuhan y Postman fueran visionarios en el momento de su presentación, en la actualidad muestran transformaciones ante el surgimiento de dos factores principales: la Web 2.0 y los dispositivos móviles (celulares), son responsables de cambios, adaptaciones y evoluciones en la cultura de la sociedad. Tal como señala Renó (2014), estos se pueden enmarcar en una *Nueva Ecología de los Medios*, que implica conocer la relación entre la sociedad y los medios, como así también entender cómo y por qué ocurren estos cambios.

Si se piensa en el concepto biológico de *ecología* es posible establecer una relación con la comunicación que permita comprender esta concepción, ya que la biología –*bios*: vida y *logos*: estudio- es la ciencia que estudia los procesos vitales de los seres vivos. Por su parte, la *ecología* –*oikos*: casa y *logos*: estudio- es el estudio de la relación entre los seres vivos y su ambiente, y se ocupa de analizar la influencia de unos sobre otros. En tanto, el *ambiente* es un sistema complejo de interacciones entre individuos –sociedad, medio y naturaleza-, del que los seres humanos somos parte integrante. Es decir que el

ambiente se puede pensar como un espacio de convivencia, de interacción entre las personas y las otras manifestaciones de vida; un concepto más amplio que el de *ecosistema*. Este último, se puede definir como una comunidad de seres vivos cuyos procesos vitales se relacionan entre sí y se desarrollan en función de los factores físicos de un mismo ambiente. Así también lo menciona Scolari (2015), quien reconoce que la Ecología de los medios:

...conlleva algo más que la interacción de los medios entre ellos; también supone la interacción de los medios con nuestra naturaleza biológica, algo que ejemplifica nuestra capacidad biológica para el lenguaje y la cultura, el primer medio de la sociedad humana. (p. 200)

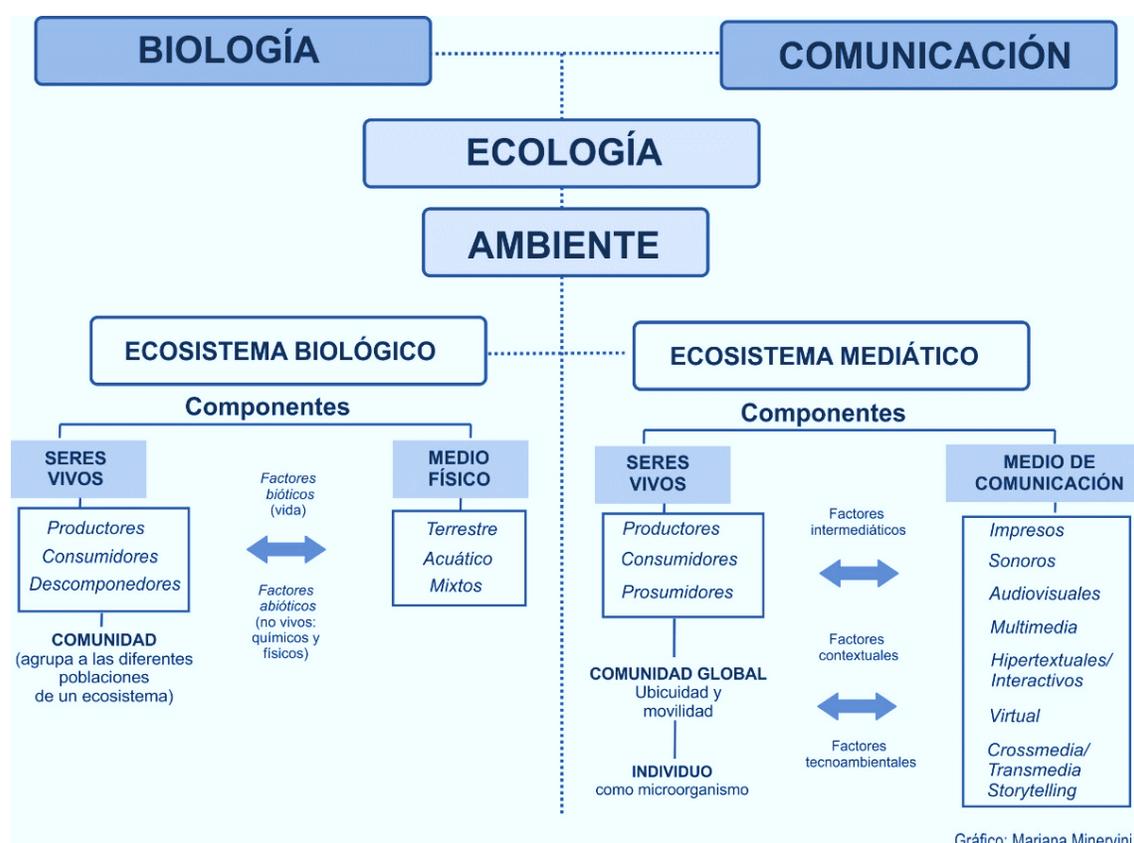


Gráfico 1. Comparación de las particularidades del ecosistema biológico y el mediático.

Fuente: producción propia

En tal sentido, se puede realizar un paralelismo entre el ecosistema biológico y el ecosistema mediático que da sustento a la metáfora transdisciplinaria. Para comprender esta metáfora, según Canavilhas (2011), es necesario estudiar las relaciones entre los medios y, para ello, el autor distingue entre diversos factores que inciden en esas vinculaciones. Además considera que en el estudio del Ecosistema Mediático no se han

tenido en cuenta “las circunstancias en que los ambientes son condicionados por las personas” (p. 15). En primer lugar, menciona los *factores intermediáticos* –factores bióticos, en el campo biológico-, que se refieren a que los nuevos medios alteran y mejoran los medios anteriores. Esta transformación fue denominada por Bolter y Grusin (1999) como remediación (*remediation*). Por su parte, el término *remediación ambiental* supone recuperar áreas ambientalmente contaminadas; una reparación a través de acciones que permitan mejorar la salud de un ecosistema. Luego, Canavilhas (2011) establece los *factores contextuales*, donde predomina el individualismo, la movilidad y la descentralización como elementos que condicionan al ecosistema mediático. Por último, hace referencia a los *factores tecnoambientales*, desde un punto de vista instrumental que involucra el surgimiento de aplicaciones, interfaces y programas que cambian la forma de interacción con los medios de comunicación y el acceso a los mensajes.

Para explicar estas ideas, el campo biológico sigue aportando conceptos fundamentales que permiten comprender las transformaciones de los medios. Por un lado, el de *consolidación y sostenibilidad*, que hace referencia a cómo los sistemas biológicos se mantienen diversos, materiales y productivos con el transcurso del tiempo; es decir, al equilibrio de una especie con los recursos de su entorno. Y por otro, el de *adaptación*, que es el proceso –y resultado- de la evolución natural de un organismo a través de la selección natural, que puede ser una estructura anatómica, procesos fisiológicos o un comportamiento específico. Una adaptación biológica resulta en una mejor adaptación de una población a su hábitat. Este proceso toma lugar entre varias generaciones.

A esta evolución en el ámbito de la comunicación, Fidler (1998) la definió como “mediamorfosis”, es decir, la transformación de un medio de comunicación cuando afronta cambios culturales y el contacto con nuevas tecnologías, precisando que cuando emergen nuevas formas de medios de comunicación, “las formas más antiguas no mueren, sino que continúan evolucionando y adaptándose” (p. 57). Al mismo tiempo, se consideran los conceptos de *sostenibilidad y adaptación* como claves para establecer una relación con el ecosistema comunicativo y, como plantea Logan,

Las propiedades o comportamientos particulares de los medios provocan cambios en su entorno que afectan otros medios con los que interactúan. Las complejas respuestas de estos medios afectados, producto de sus propios cambios internos, a su vez, alteran aún más el entorno compartido y por tanto influyen en cada medio del ecosistema de los medios. (2015, p. 213)

De esta manera, si pensamos al medio como un organismo vivo que recibe y procesa información y, después, proporciona a su ambiente nueva información, se produce un proceso de retroalimentación.

Asimismo, según Giraldo-Dávila y Maya-Franco (2016), la Nueva Ecología de los Medios es producto del avance de los prosumidores –es decir, individuos que son a la vez generadores y consumidores de contenidos-, como así también de la saturación de información y su efecto en la modificación de los comportamientos humanos. Hablar de prosumidores –concepto también en constante debate-, requiere mencionar el papel de la sociedad en este ecosistema comunicativo, una sociedad de la *cuarta pantalla*, en la que el uso de dispositivos móviles genera un nomadismo sin fronteras, desterritorializado, con un tiempo y espacio atemporal. Los teléfonos celulares aportan dos condimentos a la producción de información: la movilidad y la posibilidad de utilizar distintos medios en un solo dispositivo, convirtiéndose en una verdadera extensión del cuerpo de las personas. Con estas posibilidades, las imágenes de lo cotidiano ocupan espacios comunicacionales colectivos y abiertos como los medios sociales (Levinson, 2012).

La ciudadanía comunicativa en la trama narrativa

Al avanzar en el análisis, se puede reconocer que los medios no asumen solitariamente el estatus de mensaje, sino en conjunto con los/as ciudadanos/as –definidos/as como *seres media* por Gillmor (2005). Estos últimos son, al mismo tiempo, medios y mensajes, al producir y hacer circular la información, con sus propios códigos y lenguajes.

En esta trama narrativa y comunicacional, entonces, el poder pasa a manos de los/las ciudadanos/as. Mata (2006) conceptualiza como *ciudadanía comunicativa* al “reconocimiento de la capacidad de ser sujeto de derecho y demanda en el terreno de la comunicación pública, y el ejercicio de ese derecho” (p. 13). Es decir, hace referencia a prácticas que buscan garantizar los derechos en el campo específico de la comunicación y que involucran también, dimensiones sociales y culturales vinculadas a la demanda de igualdad de oportunidades. Por otra parte, surge la posibilidad de que los/as ciudadanos/as –hoy prosumidores-, tengan la posibilidad de participar en el espacio interactivo y el contenido y, así, cobra fuerza su voz comunicacional. Cabe recordar que el concepto de *prosumer* –que surge de la unión de consumidor y productor-, fue reconocido en 1981 por Alvin Toffler para definir a las personas que consumen lo que ellas mismas producen y desde una visión mercantilista. En adición, ha cobrado una dimensión diferente en la actualidad, debido al contexto digital interactivo antes mencionado, ya que se utiliza para dar cuenta de una “participación real en tanto relación horizontal comunicativa donde se pone en práctica la idea de ciudadanía y de democracia, impulsando verdaderas experiencias de coautoría y construcción colectiva de sentidos” (Irigaray, Gosciola y Piñeiro-Otero, 2019, p. 392).

Retomando el concepto de ciudadanía comunicativa antes planteado, y tal como sostiene Mata (2006), este implica reconocer “que la condición ciudadana no es un

estado natural de los individuos sino una condición y práctica resultante de órdenes sociales conflictivos e históricamente situados” (p. 6). Es decir, que la noción de ciudadanía comunicativa supone, por un lado, reconocer la existencia de actores en pugna y, por otro, que ese ejercicio se vincula con aspectos jurídicos, pero también con condiciones económicas, políticas y culturales particulares que la posibilitan o limitan.

En este contexto, las nuevas multiplataformas interactivas de comunicación y las interfaces, al ser más amigables, han abierto el ecosistema mediático a estos nuevos/as ciudadanos/as. El incremento de la interactividad posibilita ahora una intensa participación de la ciudadanía comunicativa en el proceso informativo que permite, simultáneamente, diversificar su experiencia. Además, esta situación cambia el equilibrio del sistema: la sociedad es parte de todo el proceso, tanto en la colaboración y en la producción, como a nivel de redistribución de contenidos a través de redes sociales y otras plataformas. Estas posibilidades y avances en el proceso comunicativo surgen, según Levinson (2012) a partir de la Web 2.0, que permitió que la sociedad pasara a convivir con nuevos procesos mediáticos, “pero tan nuevos que deben ser denominados *new new media* o nuevos nuevos medios” (p. 4).

En ese sentido, y según Renó (2013), actualmente los mensajes pasan a ser los medios, ya que los mensajes que se producen los transforman. Surge así la posibilidad de una revolución del poder mediático, donde cada persona se puede convertir en el medio en sí mismo a través de la relación e interacción con otros/as. Esta constante evolución genera la necesidad de adaptación, transformación y sostenibilidad antes mencionada pero, al mismo tiempo, de búsqueda de equilibrio. De esta manera, y entendida como una búsqueda filosófica, la Ecología de los medios puede consultarse como un enfoque para comprender la actual condición humana.

Comunicación digital interactiva

Para profundizar en la mirada sobre el ecosistema mediático es importante reconocer los avances en materia tecnológica, allí donde la comunicación digital interactiva está generando constantemente espacios sociales de diálogo y producción de contenido digital. En este contexto, la sociedad contemporánea está inmersa en un mundo digital que tiene como protagonista a Internet, pero también a los variados sistemas tecnológicos (las redes telemáticas, la telefonía móvil, la imagen y el sonido digital, los videojuegos, la realidad virtual e inmersiva y la memoria digital), que generan diferentes formas de interacción y accesibilidad. Surgen así, nuevas formas de interacción entre los seres humanos y los medios que moldean el carácter de la cultura y que ayudan a que esta última mantenga su balance simbólico.

Con las comunicaciones móviles, todo puede funcionar en tiempo real modificando significativamente las condiciones convencionales de la gestión del espacio-tiempo, permitiendo a las personas gestionar sus actividades y tomar decisiones de manera cada vez más descentralizada y, a la vez, más colaborativamente. El sistema se vuelve el operador de una verdadera subcultura de estilo de vida en tiempo real. (Igarza, 2012, p. 149)

Aquí es necesario detenerse en la noción de *cultura*, un campo también de disputas y posturas diversas. Por un lado, García Canclini (2004) realiza un análisis que permite reconocer esta complejidad al plantear que

Para las antropologías de la diferencia, cultura es pertenencia comunitaria y contraste con los otros. Para algunas teorías sociológicas de la desigualdad, la cultura es algo que se adquiere formando parte de las élites o adhiriendo a su pensamiento y sus gustos; las diferencias culturales procederían de la apropiación desigual de los recursos económicos y educativos. Los estudios comunicacionales consideran, casi siempre, que tener cultura es estar conectado. (pp. 13-14)

Posteriormente, el mencionado autor reconoce que el dilema de la cultura transita por reconocer las diferencias, buscar cómo corregir las desigualdades y conectar a las mayorías a las redes globalizadas, para poder así entender la coexistencia de estos distintos campos (García Canclini, 2004). En esa línea, y como parte de la evolución de la cultura, Fernández Bravo (2006) se cuestiona sobre el límite de lo humano en la definición de cultura y por eso plantea que si

...la cultura es de los otros, pero también de nosotros, y en la disputa inacabada por pertenencia busca intervenir (...) antes que, para reconocer a su propietario, para examinar la discusión en torno a la propiedad intelectual de la cultura y a la soberanía simbólica. (p. 9)

Esta interrogación, entonces, lleva a Fernández Bravo a analizar las formas en que la naturaleza como concepto se convierte en un insumo simbólico más, una materia prima arrancada y funcionalizada en pos de inscribir una tradición nacional. Por su parte, para Scolari (2015) es necesario analizar la naturaleza de la cultura y su avance ya que, “como el lenguaje, evolucionó para poder ser fácilmente aprendida y adquirida. La cultura proporciona una forma extrasomática de adiestramiento que facilita a los organismos humanos individuales un margen añadido de beneficios de supervivencia” (p. 204). Esto a partir de retomar su análisis en relación a la Ecología de los medios y entendiendo a la cultura como un organismo donde los medios y las tecnologías son sus componentes. De esa manera, nos acercamos al concepto de *cultura digital*, que no se piensa como una

suma de hábitos y recursos separados de las otras culturas, sino que hace referencia al conjunto de prácticas, efectos y consecuencias que las innovaciones tecnológicas están produciendo en la sociedad y, especialmente, en relación con la producción, circulación y consumo de contenidos culturales. En esta nueva manera de producir y relacionarse, la cultura digital nos lleva a repensar las estructuras tradicionales, impulsando formas innovadoras de desarrollo de contenidos.

La cultura digital involucra las múltiples formas en que se expresan y entremezclan las culturas colectivas a través de distintos modos de producción, distribución y fruición en los que la mediatización es de naturaleza digital. Es, simultáneamente, la cultura atravesada por el paradigma digital y las tecnologías digitales intervenidas por las estéticas y las narrativas de la cultura mediática tradicional. De ese entrecruzamiento emerge un conjunto de nuevas estéticas, narrativas y tecnologías que caracterizan la cultura contemporánea.

En esa línea, Jenkins (2008), un referente de la temática, aclara que la *convergencia* se refiere al flujo de contenido a través de múltiples plataformas, la cooperación entre múltiples industrias mediáticas y al comportamiento migratorio de las audiencias que “están dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias de entretenimiento” (p. 14). Así, utiliza la expresión *convergencia mediática y cultural* para describir dichos cambios tecnológicos, industriales, culturales y sociales que, recuperando las nociones de la Ecología de los medios, complejizan el ambiente comunicativo. En tal sentido, y aunque las prácticas sociales alrededor de Internet y las nuevas formas de comunicación son consideradas cada vez más un derecho, requieren de reflexiones y análisis críticos que no se centren solo en la implementación de la técnica, sino también en el desafío de un nuevo consenso sobre las libertades promoviendo una cultura de la libertad. Por lo tanto, entre los desafíos actuales de la convergencia cultural, se presenta la necesidad de reconocer que los espacios culturales ya no se encuentran en lugares cerrados, ni es necesario estar presentes físicamente para que se desarrollen los procesos culturales y sociales, la interacción y el diálogo. Tal como afirma Echeverría:

La estructura topológica del espacio electrónico, en cambio, no está basada en territorios y recintos yuxtapuestos y vecinos, con su interior, frontera y exterior, sino en la existencia de redes abiertas y diseminadas en las que se desarrollan las diversas actividades culturales. (2009, p. 561)

En el mismo sentido, el ecuatoriano Escandón Montenegro sostiene que:

Los espacios físicos se anularon y la virtualidad se pobló de activistas que cuestionan el orden establecido, incluso a la propia Red, pero se sirven de ella para transformarla en lo que quieren que sea: un espacio libre de cooperación entre ciudadanos universales que potencian la creatividad colaborativa, el

aprendizaje participativo y la ciudadanía de las diferentes comunas digitales y analógicas. (2017, p. 392)

Por su parte, el francés Lévy (2007) relaciona las implicancias de la cultura con las TIC, en lo que denomina *cibercultura* (cultura digital o cultura de la sociedad digital), entendida como el conjunto de los sistemas culturales surgidos en conjunción con dichas tecnologías digitales. El autor reconoce que la cibercultura “se desarrolla conjuntamente con el crecimiento del ciberespacio” (p. 7) y el avance de los dispositivos tecnológicos. De esta manera, y gracias a las redes informáticas, surge una cultura en red que difumina los límites del territorio pero que, al mismo tiempo, integra y reúne a las personas a través de gustos e iniciativas similares conformando, a su vez, una sociedad red.

En este sentido, Irigaray et. al (2019) plantean que es necesario generar narrativas a partir de espacios y lugares que operan “como un dispositivo de reconstrucción social constante en donde la memoria es entendida como los significados que se comparten, desarrollándose como una práctica social más, a través de la cual se expresa y se forma la identidad” (p. 397). Y así, en la cultura de la convergencia, “surgen nuevas formas de comunidad que se definen de manera voluntaria, temporal y hasta tácita, donde los miembros pueden cambiar de grupo cuando varían sus intereses y necesidades, y pueden pertenecer a más de una comunidad a la vez” (Jenkins, 2008, p. 37). Es decir que la convergencia cultural implica un cambio de paradigma:

...el paso de los contenidos específicos de un medio a los contenidos que fluyen por múltiples canales mediáticos, a la creciente interdependencia de los sistemas de comunicación, a los múltiples modos de acceder a los contenidos mediáticos, y a relaciones cada vez más complejas entre los medios corporativos de arriba abajo y la cultura participativa de abajo arriba. (Jenkins, 2008, p. 241)

En tal sentido, esta concepción fomenta la participación, la generación de inteligencia colectiva a partir de intereses comunes y donde los medios se convierten en parte de la vida de las personas, quienes aún se encuentran aprendiendo a aplicar estas nuevas destrezas participativas, según sostiene el autor.

Comunidad virtual y co-creación

Las distintas especies presentes en el ámbito de la comunicación digital interactiva en la actualidad, se pueden entender como parte de una *comunidad biológica*, en línea con la metáfora inicial. Es decir que, en este ecosistema mediático donde fluye y se expande la comunicación, existen medios que coexisten en espacio y tiempo. Nuevamente recuperando los conocimientos del campo biológico, se debe tener en cuenta que una

comunidad biológica, en el campo de la ecología, hace referencia al conjunto de organismos vivos que viven en un determinado hábitat. Para comprender este tipo de comunidades complejas, se podría simplificar en que una comunidad biológica incluye el *catálogo* de especies que constituyen una determinada comunidad de individuos vivos y las relaciones ecológicas que existen entre dichos individuos de la comunidad.

Por otra parte, en el ecosistema mediático, también se pueden reconocer comunidades específicas, *comunidades virtuales* que promueven la agrupación de acuerdo a los mismos intereses. Según Valiente (2004), “Esas comunidades pueden ser creadas ex novo dentro de la Red, o ser continuación de las ya existentes” (p. 139). Pero además, tal como aclara el autor, esas comunidades parten de una ficción, los miembros comparten características comunes y una memoria específica, e incluso “un territorio donde desarrollarse –en este caso el no-lugar de la Red- y un tipo de identidad y sentido de pertenencia” (2004, p. 139).

En la misma línea, se generan redes que promueven una cultura participativa, donde las personas abandonan su carácter pasivo, dando lugar a nuevas interacciones y nuevos contenidos que buscan formas de creación más horizontales y democráticas. El concepto de participación es un concepto amplio que, en algunos casos, hace referencia también a la contribución y colaboración. Además, es uno de los conceptos más asociados a la co-creación que puede entenderse como una realidad más amplia en la que está inmersa la sociedad. En el caso de la co-creación, el prefijo co, ayuda a establecer una conexión, una unión o participación conjunta. La co-creación, en este sentido, es entendida como producción. Las autoras Cuenca-Amigo y Zabala-Inchaurraga (2008) analizan la evolución del concepto participación, reconociendo que “el control es uno de los términos clave cuando se habla de la participación y, por tanto, no es suficiente con ofrecer participación si no se renuncia al control” (p. 124).

De esta manera, la participación como co-creación en entornos de comunidades virtuales “requiere tener en cuenta y (re)definir el tipo de participación e interacción”, aclaran Cuenca-Amigo y Zabala-Inchaurraga (2008, p. 130); un desafío que implica aceptar y compartir ideas de manera igualitaria.

Tecnologías de la memoria

En este camino de análisis y cruces teóricos, resulta interesante considerar, además, el concepto de memoria y las posibilidades que brindan las tecnologías a esta tarea. Ello permite, a su vez, profundizar en la relación entre lo cultural y la comunicación, reconociendo los relatos y narrativas de la sociedad y el modo en que inciden en las transformaciones sociales. Barthes (1977) lo expresó de una manera contundente,

cuando mencionó que el relato es consustancial al ser humano, a su historia y a sus sociedades. Las narraciones y las historias hablan de lo que somos, de quiénes somos, de nuestras identidades y nuestro lugar en el mundo y, ante el surgimiento de nuevas formas de contar y narrar en el mundo digital, es necesario detenerse en este aspecto.

Según la antropóloga argentina Lacarrieu (2004), la globalización agudizó una obsesión hacia la *cultura de la memoria*, dándose un uso instrumental de esta como recurso de la economía y la política; acercándose a un abuso de su uso. Por su parte, el filósofo español Echeverría (2009) recuerda que:

El patrimonio cultural de los diversos países, sea artístico, musical, archivístico, bibliográfico o de otro tipo, está siendo digitalizado por doquier, y no con la idea de conservarlo de forma duradera, sino para hacerlo accesible, o si se prefiere, para incrementar su valor social. (p. 560)

Asimismo, Echeverría (2009) reconoce que el avance tecnológico “altera la cultura a diversas escalas, en lo pequeño y en lo grande, en los ámbitos públicos y en los privados” (p. 569). Es decir que, con las TIC, se genera un nuevo espacio social que se diferencia de los ámbitos tradicionales como pueden ser la naturaleza y las ciudades, según el autor. Lo anterior nos permite reflexionar acerca de cómo las TIC se configuran como nuevas tecnologías de la memoria que están produciendo un cambio cultural (Echeverría, 2009). Esto implica tomar decisiones y seleccionar qué se debe conservar, cómo y cuándo; una selección que plantea complejos problemas a las políticas públicas que buscan mantener la memoria. Asimismo, esto nos enfrenta al desafío de la constante actualización de formatos y nuevas herramientas de memoria electrónica que permitan su clasificación y recuperación, aunque termina también resultando efímera debido a los constantes cambios en las opciones de *memorias electrónicas*.

En esa línea, y tal como sostiene Van Dijck (2007), “las tecnologías de la memoria son por sí mismas tecnologías de los afectos” (p. 46); y los estudiosos en la temática plantean que estos procesos de digitalización implican una gran transformación epistémica que afecta incluso las funciones cerebrales y redefine nuestra noción de memoria y de lo social. La transformación de un modo analógico al digital permite una flexibilidad para editar información en distintos formatos: textos, imágenes, videos y audios que, según Trigo (2015), “los convierte en objetos inacabados, inacabables, abiertos, en suspenso” (p. 26). Además, aclara que las posibilidades de maleabilidad del medio digital se superponen a la plasticidad inherente a la memoria, lo que agudiza su vulnerabilidad. Por su parte, Roselló (2017) afirma que la construcción de la memoria “implica procesos de selección, ordenamiento y jerarquización de recuerdos, documentos o textos, junto con la utilización de dispositivos técnicos (...) que potencien la capacidad mnemónica de los individuos” (p. 56). Por tanto, comprender las lógicas que

sostienen esos procesos de selección es necesario para profundizar en el conocimiento de los procesos de transmisión y construcción de los hechos históricos desde el presente.

De esta forma, identidad y memoria son susceptibles de manipulación y se constituyen como una configuración social donde la adjudicación de sentidos y significados se realiza mediante prácticas que tienen que ver con lo intangible. De ahí las disyuntivas de carácter político y ético ante los avances de la tecnología de la comunicación sobre qué recordar y qué legitimar. En esa línea, Huysse (2002) reconoce que:

Insistir en una separación radical entre la memoria “real” y la virtual no deja de parecerme una empresa quijotesca, aunque más no sea porque todo lo recordado (tanto la memoria vivida como la imaginada) es en sí mismo virtual. La memoria siempre es transitoria, notoriamente poco confiable, acosada por el fantasma del olvido, en pocas palabras: humana y social. No puede ser almacenada para siempre, ni puede ser asegurada a través de monumentos; en ese aspecto, tampoco podemos confiar en los sistemas digitales de recuperación de datos para garantizar la coherencia y la continuidad. (pp. 38-39)

La temática y complejidad se profundizan. En este marco, Gifreu (2013) afirma que ante el avance de las TIC se están produciendo *obras de frontera* que integran una combinación de lenguajes y sistemas de comunicación junto a nuevas experiencias interactivas, donde los usuarios resignifican su lugar y adquieren un papel fundamental en la trama narrativa. En el año 2008, al recibir el premio a la mejor serie documental de los *Webby Awards*, Katerina Cizek sostuvo: “Internet es un documental”. Todo lo que está allí es un trazo, una memoria, que se puede reutilizar. Resulta difícil negar el hecho de que los medios de comunicación de masas y los avances tecnológicos ocupan un lugar central en la re-construcción que las sociedades hacen de su propio pasado, incluso llegando a desplazar en la actualidad a otras representaciones como las tradicionalmente transmitidas a través de la escuela, la familia, el grupo social o –incluso–, los museos.

Reflexiones finales

Tras este recorrido teórico y reflexivo que buscó poner en evidencia la complejidad del campo de la comunicación en la actualidad, se reafirma la premisa sobre la necesidad de atravesar la disciplina hacia otras unidades de conocimiento. Entre los desafíos actuales del ecosistema mediático, resulta necesario reconocer que los espacios culturales ya no se encuentran en espacios cerrados ni es necesario estar presentes físicamente para que se desarrollen los procesos culturales y sociales, la interacción o el diálogo. Así, el consumo cultural se encuentra en constante cambio y transformación, es

fragmentado y selectivo. También cambian los contextos, que tienden a ser más individuales y se producen en distintos momentos del día y en distintos lugares. Por ello, se puede concluir que estamos ante un cambio de contexto, de soporte y de contenido, y ello genera un cambio importante en el consumo de medios. De esta manera, y ante la sobreabundancia de información, lo fundamental es tener capacidad de selección y criterio de lo que tiene valor para cada persona, sociedad, comunidad.

Reflexionar y atender las maneras de registrar y resguardar la memoria ante los avances tecnológicos, pareciera una empresa imposible, sobre todo si se tiene en cuenta que diversas manifestaciones de la cultura no acceden a un registro digital, sino que permanecen en otros ámbitos. Internet se presenta como una red abierta aunque, aun así, diversas comunidades y espacios virtuales permanecen cerrados para su acceso y consulta.

Es indudable que el aumento y las posibilidades que brinda la interacción generan una intensa participación de la ciudadanía comunicativa en el proceso informativo, lo que permite diversificar las experiencias. Entonces, el desafío es también lograr una participación real, pero como una relación horizontal comunicativa donde se ponga en práctica la idea de ciudadanía y de democracia, impulsando verdaderas experiencias de coautoría y construcción colectiva de sentidos. Al hablar de participación en sentido amplio, solemos hacer referencia a contribución y colaboración. Sin embargo, debemos avanzar hacia espacios de co-creación, a establecer una conexión, una unión o participación conjunta, como se mencionó anteriormente. La co-creación, en este sentido, es entendida como producción donde las personas ya no quieren seguir siendo agentes externos al proceso de comunicación, ni que las experiencias sean creadas para ellas, sino con ellas. En síntesis, la participación debería transformarse en co-creación, una idea más amplia que permita pensar en instancias de contribución y colaboración, donde se establezca una conexión, una unión o participación conjunta. La co-creación, en este sentido, es un proceso en el que las *distintas especies* crean algo nuevo, conocimiento y significado co-creado en el complejo ecosistema mediático.

Referencias bibliográficas

Barthes, R. (1977). Introducción al análisis estructural de los relatos, en *El análisis estructural*. Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.

Basarab, N. (1996). *La Transdisciplinariedad. Manifiesto*. Multiversidad Mundo Real Edgar Morin, A.C.

Bolter, J. D. y Grusin, R. (1999). *Remediation. Understanding New Media*. Cambridge: The MIT Press.



- Canavilhas, J. (2011). "El nuevo ecosistema mediático". *Index.comunicación: Revista científica en el ámbito de la Comunicación Aplicada*, Vol. 1, Nº. 1.
- Carrizo, L., Espina Prieto, M. y Klein, J. (2004). *Transdisciplinariedad y complejidad en el análisis social*. Francia. Programa MOST.
- Cuenca-Amigo, M. y Zabala-Inchaurreaga, Z. (2018). "Reflexiones sobre la participación como co-creación en el museo". *Her&Mus. Heritage & Museography*, Vol. 19, pp. 122-135.
- Echeverría, J. (2009). "Cultura digital y memoria en red". *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura* CLXXXV 737 mayo-junio. Pp. 559-567.
- Escandón Montenegro, P. (2017). Cultura en Red: de lo gregario a la comunidad de ciudadanos críticos. En Bianchi, M. (Comp.) *Recuperar la política. Agendas de Innovación Política en América Latina*. Buenos Aires. Asuntos del Sur - Democracia en Red.
- Fernández Bravo, Á. (2016). *El Museo Vacío. Acumulación primitiva, patrimonio cultural e identidades colectivas*. Argentina y Brasil: EUDEBA.
- Fidler, R. (1998). *Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios*. Buenos Aires: Granica.
- García Canclini, N. (2004). *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad*. Gedisa: Barcelona.
- García, R. (2008). *Sistemas complejos. Conceptos, método y fundamentación epistemológica de la investigación interdisciplinaria*. Barcelona: Gedisa.
- Gifreu, A. (2013). *El documental interactivo: estado de desarrollo actual. Obra Digital Nº 4, pp. 29-55*.
- Giraldo-Dávila, A. F. y Maya-Franco, C. M. (2016). "Modelos de ecología de la comunicación: análisis del ecosistema comunicativo". *Palabra Clave*, 19(3),
- Huyssen, A. (2002). *En busca del futuro perdido. Cultura y memoria en tiempos de globalización*. México: Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- Igarza, R. (2012). Internet en transición: a la búsqueda de un nuevo estatuto para la cultura digital en la ruta digital. En *En la ruta digital: cultura, convergencia tecnológica y acceso*. 1a ed. Buenos Aires: Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación.
- Irigaray F.; Gosciola, V. y Piñeiro-Otero T. (Orgs.) (2019). *Dimensoes Transmidia*. 1a Edição. Aveiro: Ria Editorial.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Lacarrieu, M. (2004). El patrimonio cultural inmaterial: un recurso político en el

espacio de la cultura pública local. VI Seminario sobre Patrimonio Cultural. Chile: Instantáneas Locales.

Levinson, P. (2012). *New new media*. Boston: Pearson Higher Education.

Lévy, P. (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. México: Anthropos Editorial.

Logan, K. R. (2015). La base biológica de la ecología de los medios. En Scolari, C. (Ed.) *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Mata, M. C. (2006). "Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación", Revista *Fronteiras*, Universidade do Vale do Rio do Sinos (UNISINOS), Sao Leopoldo, Brasil.

Morin, E. (1990). *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona: Gedisa.

O'Flynn, S. (2014). "Psychogeography as Social Activism in Katerina Cizek's Digital Documentaries Highrise, The 1000th Tower and Out My Window". *Revue LISA*, XII (1).

Postman, N. (1968). Growing up relevant. Discurso pronunciado en la 58° National Council of Teachers of English, Milwaukee, WI (29 de noviembre de 1968).

_____ (1992). *Technopoly: The surrender of culture to technology*. New York: Vintage Books.

_____ (2000). "The Humanism of Media Ecology". *Proceedings of the Media Ecology Association*, Volume 1, pp. 10-16.

Roselló, R. A. (2017). "Re-construcciones visuales de la memoria: la interpretación crítica del imaginario colectivo a través del webdocumental". *Obra Digital N°12*, pp. 53-67

Scolari C. (2010). "Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico". *Quaderns del CAC* 34, vol. XIII (1) - junio 2010.

_____ (2015). *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. Barcelona: Editorial Gedisa.

Trigo, A. (2015). "Memorias digitales (o la digitalización de la memoria)" *Alter/nativas N° 5*, Revista de Estudios Culturales Latinoamericanos. EEUU: Universidad Estatal de Ohaio.

Valiente, F. J. (2004). "Comunidades virtuales en el ciberespacio", *Doxa Comunicación N° 002: Revista interdisciplinaria de estudios de comunicación y ciencias sociales*, pp 137-150.

Van Dijk, J. (2007). *Mediated Memories in the Digital Age*. Stanford, California: Stanford University Press.