

Índice

Cuatro lecciones de la Inteligencia Artificial para el pensamiento comunicacional	1
Encuentros entre el pensamiento de Guattari y “Bifo”	9
Comunicación y periodismo en la era de la inmediatez	17
Aproximación a los aportes políticos y trayectoria conceptual de la teoría de la comunicación alternativa en Latinoamérica	28
El acervo digital del CDC buscará recuperar la memoria de la comunicación en México	45
Hay que pensar el cine como algo más que un medio de comunicación	50
Crear cine de terror es una forma de entender al propio terror	54
Periodismo, medios y credibilidad	60
¿Internet fue una revolución?	67
Esto no es una película	72
Aportes para el estudio de la cultura. Del espacio virtual al espacio físico	75

Cuatro lecciones de la Inteligencia Artificial para el pensamiento comunicacional

Gabriel Alejandro Medina-Aguilar

UNIVERSIDAD ANÁHUAC DE QUERÉTARO, UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

Resumen: En este ensayo se proponen cuatro lecturas que el campo comunicacional puede plantear ante la Inteligencia Artificial; éstas resultan útiles no sólo para estudiar alrededor de objetos tecnológicos emergentes, sino también para encontrar una estrategia contemporánea que permita dibujar una mirada comunicacional distintiva. Se presentan varias premisas para guiar la argumentación, en el entendido de que el campo se encuentra ya en una etapa de consolidación.

Abstract: This essay suggests that the Communication field can establish four readings of Artificial Intelligence that are useful not only to form a look around emerging objects, but also to find a contemporary strategy that allows drawing a distinctive communicational stance. Several premises are presented to guide the argument, with the understanding that the field is already in a consolidation stage.

Parto de cuatro observaciones generales de la peculiar historia de nuestro campo sobre lo que hemos aprendido de sus escuelas de pensamiento. El siglo XX fue para la comunicación un trayecto de reacciones y de confrontación entre escuelas que no siempre lograron una conversación que promoviera el crecimiento de la producción científica. Más bien, como lo hacen notar críticamente Armand Mattelart y Michèle Mattelart (1995), así como Bernard Miège (2015), el pensamiento comunicacional sufrió vicios que lo llevaron a dar vueltas sobre su mismo eje sin encontrar consensos o siquiera desacuerdos consensuados.

Sin embargo, a pesar de estas críticas, y de una primera década del siglo presente en la que se debatía el carácter científico o disciplinar del campo, hoy es posible identificar bases teóricas y hasta epistemológicas para hablar de una fase de consolidación, si se tienen en cuenta esos cuatro elementos a los que hago referencia a continuación.

El primero es que existe una visión clara de las escuelas fundadoras y, a la distancia, es fácil encontrar sus divergencias y convergencias. Después, se puede notar que los fundadores de esas escuelas, aunque estaban produciendo pensamiento comunicacional, no fueron siempre comunicólogos en el sentido estricto. También se puede notar que el pensamiento comunicacional, y más estrictamente la mirada comunicológica, no se agota en los medios.

Por último, respecto a ese último elemento, estamos en un punto en el que podemos afirmar que los medios no son siempre los medios de difusión.

Una meta-lección de este pasaje es que, como afirman también Jesús Elizondo y Esaú Villatoro (2015), la disciplina no debe ser entendida como un campo autosuficiente, mucho menos cuando enfoca su mirada en objetos emergentes, como la innovación tecnológica y su impacto a nivel social e individual.

En este texto, esas observaciones toman la forma de cuatro lecciones que el pensamiento comunicacional puede aprender de la Inteligencia Artificial (IA) para consolidar la especificidad de su mirada a distintos niveles. Antes de presentar esas lecciones, es importante tener un punto de partida común.

Premisas de la Inteligencia Artificial

Los principales involucrados en el desarrollo de IA, ingenieros, matemáticos, lingüistas y neurocientíficos, no han logrado abstraer una definición concreta. Aunque no precisamos de esa definición en nuestro campo, sí debemos considerar algunos puntos de partida. La IA es un conjunto de dispositivos, pero también es una disciplina. Según los expertos, no es correcto hablar de “una inteligencia artificial” simplemente porque la IA, más que ser una *cosa*, es un método. Y, como todo método, está inscrito al interior de un campo que, en su caso, es un espacio interdisciplinar dentro del cual la comunicología debería tener un rol de acompañamiento.

La IA es un objeto de investigación. Si bien estas innovaciones pueden ser un complemento metodológico en el estudio de diversos objetos de la comunicación, aquí enfoco la reflexión sobre el hecho de que podemos estudiar la IA en tanto objeto, ya sea preguntándonos sobre sus interfaces a nivel semiótico, sus componentes comunicativos en lo verbal y no verbal o los relatos que los medios difunden respecto a ella.

En su aplicación-dispositivo, la IA es un meta-medio. Los artefactos dotados de algoritmos de IA son interfaces que representan un medio con el que el usuario mantiene un vínculo. Un ejemplo son los robots de asistencia personal. Por otro lado, esas interfaces son un *medio* para cumplir otras tareas. En el caso de dispositivos más complejos, como los que aparecen en la ciencia ficción, esta premisa también es válida pues el objeto no es un fin en sí mismo, sino un canal para llegar a otro punto.

La IA, como objeto de estudio, no es todavía una urgencia del campo. En el caso de nuestra región, la comunicología se preocupa por fenómenos que resultan más urgentes que el estudio de innovaciones tecnológicas como la IA, que si bien empiezan a democratizarse, son menos apremiantes que la violencia en medios, los asuntos de género o la situación de medios comunitarios, por poner algunos ejemplos. Con todo, desde ciertos espacios de la comunicología, es momento de voltear la mirada a problemáticas que dentro de unos años formarán parte de la vida cotidiana de individuos en escenarios urbanos y rurales.

Primera lección

Estamos en el pasaje de las *máquinas para comunicar* hacia las *máquinas que comunican*. Aunque estos objetos tecnológicos no son técnicamente nuevos, sí somos testigo de la democratización de cierto tipo de dispositivos. Dos ejemplos de IA débil que han llegado a la cotidianeidad de los usuarios, y que nos involucran como estudiosos de la comunicación, son los robots de asistencia personal y los algoritmos de recomendación. En el caso de los primeros, el contacto que el usuario tiene con un asistente personal digital como *Siri* o *Alexa*, encarna interacción social.

Si bien estas máquinas no *saben*, están funcionando en su carácter de meta-medios para entablar vínculos sociales con los desarrolladores y con los usuarios que, gracias al uso diario, alimentan el código y facilitan el aprendizaje de la máquina. Ya no son sólo canales que nos traen información como lo es la Radio en la dimensión técnica, sino entes no subjetivados con los que interactuamos y que pueden influir en decisiones y en la visión del mundo. En este último caso tienen lugar los algoritmos de recomendación, puestos en escena para intervenir el consumo cultural, bajo el esquema de la curaduría de un gestor cultural o de un responsable de contenidos que, en la era televisiva, seleccionaba contenidos del espectro regional y mundial para proyectarlos en determinado espacio.

Segunda lección

La IA es el ejemplo que mejor representa lo que es una TIC. El metabolismo de la IA se basa en una dieta informacional que es asegurada gracias a los usos cotidianos y al almacenamiento en la nube. Esta producción masiva de datos que le permite al algoritmo aprender sirve para entender cómo las TIC ponen en juego un flujo de datos en bruto que son convertidos en información (*in-formatio*) lo que, a la vez, *da forma* a la máquina. Estos

datos no aparecen, son generados en las prácticas cotidianas y por lo tanto resultan en objetos sociales y materiales, a diferencia del imaginario social que puede ser leído en discursos que hablan del código como un ente fantasmal con voluntad propia, y que funciona más allá de las decisiones de quien lo escribe (Kitchin, 2013).

Aunque la máquina no sabe (aún), interactuamos con otros a través de ella, como ya lo sugerí en el apartado anterior. De esta forma, el flujo de datos en bruto que luego toman y dan forma, más el elemento comunicativo del vínculo hombre-máquina, dejan ver cómo la IA es la cúspide de lo que en su momento se denominó Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Esta es otra razón para ver a la IA como un objeto de estudio que merece un examen comunicológico.

Tercera lección

La IA nos permite entender cómo se puede construir un objeto de estudio comunicacional bajo una mirada matricial. Ya que hablamos de la IA como un meta-medio, resulta ilustrativa para entender cómo y por qué la comunicación no se agota en los contenidos mediáticos. Primero, permite encarar la idea de una mirada comunicológica distintiva. No quiero decir con esto que el campo necesitó de la aparición de este tipo de artefactos para entenderse a sí mismo y para entender su autonomía frente a otros campos, sino que hoy, con la evolución tecno-histórica de las máquinas comunicativas, encontramos en la IA un *pre-texto* ideal para superar el enfoque hegemónico que puso a los contenidos difundidos en medios y sus eventuales efectos como el fin último de la comunicología.

La comunicación entendida como matriz de la vida social no es una propuesta nueva, como tampoco lo es el concepto de comunicología (Galindo, 2011); sin embargo, el estatus marginal de los estudios fenomenológicos y de intersubjetividad en nuestro campo demuestra que entendemos a la comunicación como un complemento de lo social que se encuentra al interior de una esfera específica, la de los canales.

En realidad, sostengo que la matriz comunicológica nos obliga a pensar en términos de información no sólo en el orden de la *mediatez*, sino también en el de la *inmediatez*. El mundo que rodea al sujeto es un conjunto de datos en bruto que son observados y procesados, con esto toman forma y dan forma al propio sujeto. En el encuentro presencial o en el encuentro mediado por pantallas, no existe la posibilidad de extraerse del mundo *informacional*. En ese tratamiento de la información, que posibilita el acercamiento al

mundo, se conforma lo social. No hay sociedad sin tratamiento de información. Lo social no es un estado biológico natural ni mucho menos un estado *pre-técnico*.

Además, la mirada matricial nos ayuda a superar dicotomías como la de lo digital versus lo análogo, o la de lo *online* versus lo *offline*. Esto es posible porque no restringimos el sentido de lo informático a la dimensión computacional, sino a un *continuum* que va de lo menos a lo más digital, en el que una taza puede estar cerca del extremo izquierdo, mientras que una situación de realidad virtual se encuentra en el opuesto.

Cuarta lección

La IA nos obliga a reflexionar sobre el peso de la tecnología en nuestras maneras de concebir lo humano y lo social. Tal vez la *Media Ecology* es la escuela de pensamiento comunicacional que mejor entendió el peso de la tecnología en la vida social. Los responsables de una eventual Escuela de Toronto sabían que se experimentaban cambios a nivel social y de especie en las formas de entenderse y de organizarse. Tales modificaciones derivaron de la emergencia de artefactos y de técnica (Elizondo, 2015).

Sostengo que hoy, aunque la IA no signifique un cambio de paradigma como en su momento lo fue el lenguaje, la escritura o la imprenta, sí nos obliga a reflexionar qué significa el verbo *ser* en cuanto a lo humano. Si los desarrolladores de IA tienen como tarea crear dispositivos que imiten el comportamiento humano y su capacidad de aprendizaje para después superarla, al inicio debería aparecer la interrogante sobre lo que se pretende que esas máquinas imiten. En ese proceso existiría una etapa de desmenuzamiento de lo humano para entender, encontrar patrones y vehicularlos al dispositivo.

La posibilidad de encontrar elementos humanos no codificables existe, como también existiría eventualmente la capacidad de codificar cada una de las dimensiones que componen a nuestra especie: la emocional, la espiritual, la intuitiva y, luego, la cultural y cognitiva que se despliegan del pensamiento lógico-matemático.

Lo humano no puede concebirse separado de la máquina. La historia de la especie es la historia de su técnica y de sus máquinas porque las condiciones tecnológicas de nuestra ecología han definido el metabolismo de la vida social en cada etapa histórica distintiva. Si existe algo llamado determinismo tecnológico es de entrada el resultado de un constructo falaz que no ha entendido qué es la técnica ni qué es la tecnología. Los matices entre

determinismo duro, mezo y blando (Katz, 1998; Chávarro, 2004) tampoco logran dar cuenta de lo que se entiende por tecnología o por sociedad desde la postura de la crítica.

A los teóricos de Toronto se les culpó de un afán ingenuo por otorgar a los artefactos la facultad de modelar lo social hacia un progreso positivo automático. Evidentemente, esas críticas pueden no ser falaces, pues el optimismo ciego ante la tecnocracia es un vicio del que es necesario mantenerse alejado. No obstante, el argumento que defiende la idea de una ecología tecnológica como condición de vida de lo social, al que podría llamarse erróneamente determinismo duro (Chávarro, 2004), tiene los elementos suficientes para ser una corriente teórica crítica que lejos de ser incompatible con el construccionismo social, va de la mano con él.

La crítica, por ejemplo la de Katz (1996), ha pretendido que el determinismo tecnológico es diametralmente opuesto a un determinismo social, pues el primero ve la tecnología como ente modelador de la vida social, mientras que el segundo ve a la acción social como modeladora del progreso. Es ésta la raíz de la falacia. Es imposible hacer sociedad sin técnica o sin objetos tecnológicos. Esa actividad social que para el construccionismo es la base de las estructuras no puede ser pensada fuera de una dimensión tecnológica que los sujetos activan y con la que *dan forma* a lo social. Chávarro (2004) alcanza a ver cómo funciona esta dialéctica, pero sin escapar completamente de la falacia ya que sigue llamando determinismo tecnológico al optimismo tecnócrata.

6

Entiendo que una reivindicación conceptual del determinismo tecnológico puede resultar poco fructífera a estas alturas, y lo es si no se establece un principio que permita entenderlo como una corriente crítica que también es complementaria al construccionismo. La idea de una construcción social que parte de la técnica y de un entendimiento *tecnológico* es necesariamente crítica porque, a la manera *inniana*, obliga a pensar en cada esfera de lo social como determinada por superestructuras, estructuras e infraestructuras tecnológicas desde la moral como dispositivo de control y autocontrol hasta las cámaras de vigilancia en un consultorio médico.

En un nuevo determinismo tecnológico, esta cadena de dispositivos, inmateriales o no, se vuelve visible bajo la mirada comunicológica de aquellas escuelas clásicas pues es objeto de la economía política, de la semiótica, de los usos sociales, de la lingüística, entre otras. En este sentido, la IA se vuelve uno de los objetos más complejos en la comunicología contemporánea porque, en un esfuerzo prospectivo, transformará de alguna manera los imaginarios sociales, la manera de consumir contenidos culturales, la manera de gestionar la corporalidad y el encuentro humano, y hasta lo que entendemos por vida social y por humanidad.

Comentario final: comprender más a las máquinas

Al final, parece ser que las críticas a un determinismo tecnológico guardan un tono de nostalgia humanista que se acerca a los objetos poniendo sobre ellos un velo de pesimismo u optimismo que luego le son adjudicados al determinismo, como si en la crítica hacia él se manifestara un parasitismo de argumentos que más bien tienen origen en los propios detractores. No poco han hecho autores fascinados o atemorizados por los dispositivos para alimentar esos argumentos en su contra.

De cualquier modo la IA puede ser, insisto, un excelente pretexto para visitar algunas corrientes comunicológicas, pues el entorno mediático y digital que hoy experimentamos necesita menos humanismo ingenuo y más entendimiento de las máquinas. Llegamos a una coyuntura donde podríamos entender al ser humano y al ser social entendiendo cómo funcionan las máquinas que concibe, y viceversa.

Fuentes

- Bernard, M. (2015). *El Pensamiento Comunicacional*. Universidad Iberoamericana.
- Chávarro, Luis A. (2004) "El debate sobre el determinismo tecnológico: de impacto a influencia mutua" en *Sistemas & Telemática*. Disponible en: http://www.researchgate.net/publication/38319772_El_debate_sobre_el_determinismo_tecnologico_de_impacto_a_influencia_mutua
- Elizondo, Jesús O (2015). *La escuela de comunicación de Toronto: Comprendiendo los efectos del cambio tecnológico*. Siglo XXI.
- Elizondo, J. & Villatoro (2015) "Cultura algorítmica y tecnologías del lenguaje humano" en Elizondo, Jesús O. (2015) *Cultura visual y sistemas de significación*. UAM Cuajimalpa. Disponible en: <http://www.casadelibrosabiertos.uam.mx/contenido/contenido/Libroelectronico/Cultura-visual.pdf>
- Galindo Cáceres, J. (ed.) (2011) *Comunicología posible. Hacia una ciencia de la comunicación*. UIC.
- Katz, Claudio (1998) "Determinismo tecnológico y determinismo histórico-social" en *Redes*, vol. V, No. 11, junio pp. 37-52. Disponible en: <http://www.redalyc.org/pdf/907/90711314002.pdf>

- Kitchin, Rob (2013) “Big data and human geography: Opportunities, challenges and risks”. En *Dialogues in Human Geography* 3 (3): 262–267. Disponible en: <http://dhg.sagepub.com/content/3/3/262.full.pdf+html>
- Mattelart, A., & Mattelart, M. (1995). *Histoire des théories de la Communication*. La Découverte.

Encuentros entre el pensamiento de Guattari y “Bifo”

Conceptos posibles para la comunicación

Natalia María Durand García de León
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Resumen: Este ensayo se propone llevar a cabo una revisión del pensamiento de Félix Guattari y Franco “Bifo” Berardi pues, a pesar de que estos autores no pertenecen al campo de la comunicación, su perspectiva estético-política brinda conceptos pertinentes para reflexionar el fenómeno actual del intercambio comunicativo.

Abstract: This essay intends to review the thinking of Felix Guattari and Franco “Bifo” Berardi, because although these authors don’t belong to the field of communication, from their political-aesthetic perspective they offer relevant concepts to reflect the current phenomenon of communicative exchange.

El devenir de la comunicación está en estrecha relación con el devenir de la percepción social, de la estética.

9

Franco “Bifo” Berardi

Cuando el discurso de la técnica científica ha invadido todos los ámbitos del conocimiento y los de la vida cotidiana como forma de proceder en el mundo, es entendible que los estudios en comunicación se vean afectados por esta postura. Para Lucien Sfez, pensador y teórico francés, la gran mayoría de los estudios en comunicación ha perdido de vista su objeto de estudio: el proceso comunicativo. En su libro *Crítica de la comunicación* (1992)¹ presenta nociones que mantienen vigencia a pesar de que su publicación está próxima a cumplir 30 años. El autor explica que los estudios de la disciplina han desviado su atención para concentrarse en algo que él considera menor: el medio.

El pensador toma como punto de inicio al perfeccionamiento de la tecnología como elemento secundario en la comunicación. Para él lo esencial del proceso sigue y seguirá

¹ Para menciones de textos, en este ensayo se consideran las fechas de publicación originales. Las citas mantienen la fecha de la edición consultada.

intacto a través del tiempo. Cabe pensar que desde los primeros jeroglíficos hasta los perfiles de Facebook, lo fundamental del proceso no ha cambiado: se han modificado los medios, lo cual amerita no centrar la atención en un elemento que es más bien contingente.

Sfez explica que en un mundo como el nuestro es muy común concentrarse únicamente en la variación del medio: esto se sostiene ontológicamente, bajo una primacía del dominio tecnocientífico, que como describiera Martin Heidegger ya no se trata sólo de una relación material, sino de una estructura de emplazamiento (*Gestell*) que sostiene nuestra relación como sujetos en el mundo: cómo pensamos, habitamos y construimos conocimiento. Esta comprensión ontológica deriva en fijar la atención en aquello que resulta más llamativo, nuevo y en constante movimiento, dejando de lado si existen transformaciones en la apropiación del conocimiento, las posibilidades del pensar o las aperturas sensibles.

Pongamos un ejemplo: podría ser fácil decir que plataformas como Netflix han revolucionado la relación con la televisión y el cine, pero desde la perspectiva de Sfez más bien cabría cuestionar que, si bien cambió el medio, los contenidos que ofrece la plataforma son absolutamente similares a lo que existía previamente. Entonces, la variación no se hace patente. El proceso no ha sido verdaderamente trastocado.

Lucien Sfez lleva a cabo un desplazamiento: utiliza conceptos de la filosofía para visualizar críticamente los intercambios comunicativos como el plano ontológico y el de la sensibilidad. Es cierto que no ahonda en ellos, pero para fines de este ensayo resulta relevante que un autor plenamente reconocido en comunicación incorpore esta inquietud. Sin duda su propuesta sobre la continuidad del proceso a pesar de los cambios en los medios debe ser vista con reserva. Sin embargo, resalta como un inicio para pensar críticamente el campo.

Además de inclinarse en el instrumento más que en el proceso, hay otra aspiración que afecta de forma negativa a los estudios en comunicación: su necesidad por reconocimiento como disciplina independiente a las otras. Tentativamente esto ocurre porque la comunicación como disciplina autónoma —reconocida así de manera institucional— es sumamente reciente; apenas después de la Segunda Guerra Mundial. Lo que esto ha ocasionado es que se margine a otros campos del saber para abarcar problemáticas que conciernen a la comunicación. En un afán por demostrar su independencia, se ha preferido elegir metodologías y conceptos exclusivos del campo en vez de aproximarse a los fenómenos comunicativos desde una multiplicidad del saber. A continuación se propone una línea de pensamiento estético-político que ofrece conceptos iluminadores para aproximarse al fenómeno contemporáneo de la comunicación.

Pensamiento francés contemporáneo

El Mayo del 68 en Francia, si bien no creó grandes cambios a nivel institucional, sí sembró las semillas de una generación de pensadores donde resaltaron nombres como los de Michel Foucault, Gilles Deleuze, Maurice Blanchot y Félix Guattari. Todos ellos desarrollaron ideas con una ferviente crítica a categorías fundamentales en Occidente: el sujeto, el saber, el poder. Como uno de los puntos centrales, les interesaba indagar los discursos dominantes desde lo que para ellos era su recurso fundante: el deseo². Y como “donde hay poder hay resistencia” (Foucault, 2017: 116), para estos autores pensar los funcionamientos preponderantes del deseo implicaba también considerar sus líneas de fuga: esas otras posibilidades que escapan y construyen voluntades de mundo distintas.

El pensamiento de Félix Guattari, filósofo y psicoanalista francés, se inscribe en este marco; recorre una relación creativa entre la estética, la ética y la política. Sus ideas van de lo micro a lo macro: de la biología al estudio de la subjetividad, de las artes plásticas a la economía mundial. Fue discípulo (y sobre todo amigo) de Gilles Deleuze, con quien cartografió una máquina conceptual para aproximarse a las formas de operación —pero también de desarticulación— del mundo contemporáneo: *El Anti-Edipo* (1972) y *Mil Mesetas* (1980).

11

Bajo el concepto de *Capitalismo Mundial Integrado*, Guattari fue capaz de prever las consecuencias de un fenómeno que apenas vivió de forma incipiente: la globalización. Él describió en los años ochenta la que sería una de las características principales de la globalización: que el intercambio de bienes empieza a ser sustituido, casi en totalidad, por el de información.

El capitalismo post-industrial que, por mi parte, prefiero calificar de *Capitalismo Mundial Integrado*³ (CMI), tiende cada vez más a descentrar sus núcleos de poder de las estructuras de producción de bienes y de servicios hacia las estructuras productoras de signos, de sintaxis y de subjetividad, especialmente a través del control que ejerce sobre los medios de comunicación, la publicidad, los sondeos, etcétera (Guattari, 2017: 28).

Esta hipótesis apunta a la diversificación de los medios de comunicación y a su apropiación por parte del capital. Hay aquí una postura del autor de *Las tres ecologías*: en la era post-

² Estos pensadores critican y plantean conceptos alternos a la teoría psicoanalítica; tal es el caso del deseo. Frente a la comprensión lacaniana del deseo como carencia, como la relación con una falta, para Deleuze y Guattari el deseo será producción, potencia creadora.

³ Las cursivas son del autor.

industrial (del Capitalismo Mundial Integrado), los Estados-nación resultan figuras menores; los funcionamientos que deben interesar a la crítica son los del modelo económico preponderante, pues su interés nodal es el alcance —la integración— mundial de sus principios. Se trata de una aproximación conceptual temprana al modelo de la globalización. Franco “Bifo” Berardi, el amigo boloñés 18 años menor que Guattari, explica la expansión de este fenómeno en términos de información en movimiento:

Mientras el proceso de trabajo se fragmenta, se extiende, se recompone y descompone, a través de desterritorializaciones de todo tipo, el proceso de valorización integra todos los fragmentos de la producción capitalista, no sólo (ya no sólo) mediante el funcionamiento abstracto del valor, sino mediante la acción concreta, directa, de las tecnologías de transporte instantáneo de la información (Berardi, 2013: 33).

Entre Guattari y “Bifo”⁴

Menos conocida que la relación de Guattari con Deleuze es su cercanía con Franco “Bifo” Berardi. Se conocieron personalmente en 1977. Antes de eso, “Bifo” ya había leído concienzudamente al francés. Guattari incluso lo ayudó a salir de la cárcel en una ocasión, cuando fue aprehendido por su participación en el movimiento autonomista italiano. Berardi buscó refugio en París, donde fue finalmente apresado. En breve Guattari creó las condiciones para sacarlo de prisión. Se reunieron el mismo día en que fue liberado. Juntos redactaron una declaración contra la represión en Italia que fue apoyada por renombrados intelectuales.

Al inicio compartieron reflexiones sobre los primeros medios de comunicación “piratas” en Italia y Francia, pero después su amistad se convirtió en una definición intelectual que sería clave para el italiano. Los conceptos de *rizoma*, *esquizoanálisis* y *Capitalismo Mundial Integrado* fueron un punto de arranque para la creación de sus propias hipótesis sobre el devenir de nuestro tiempo, a partir de cuatro regímenes que, para él, se entrecruzan: económico, político, estético y erótico. Franco “Bifo” Berardi es sin duda uno de los pensadores vivos más relevantes. Si bien su trayectoria intelectual inició con una afiliación a ideas marxistas, en las décadas siguientes transitó al pensamiento del deseo.

Para trazar una posible línea entre Guattari y “Bifo” es pertinente considerar las implicaciones del concepto de *Capitalismo Mundial Integrado*, pues ahí existe un punto de

⁴ Sobre la influencia de Guattari en su pensamiento y vida, “Bifo” escribió un libro: *Félix. Narración del encuentro con el pensamiento de Guattari, cartografía visionaria del tiempo que viene* (2001).

partida para Berardi: el capital funciona como un operador semiótico y sus núcleos de poder yacen en las estructuras productoras de signos. Por ejemplo las finanzas, que para “Bifo” son un acto performativo, una transcripción semiótica de la palabra económica.

A partir de esto crea el concepto de *semiocapitalismo*, entendido como un modelo donde “la producción de signos se vuelve, entonces, el ciclo principal de la economía, y la valoración económica se vuelve el criterio de valorización de la producción de signos” (Berardi, 2008: 101). Es decir, un modo de producción en el cual “todo acto de transformación puede ser sustituido por información y [donde] el proceso de trabajo se realiza a través de recombinar signos” (Berardi, 2008: 101). Bajo este régimen, la fuerza de trabajo más importante ya no es la física, sino la cognitiva; de aquí un conocido concepto marxista al que “Bifo” le da un giro: ya no proletariado, sino *cognitariado*.

Cuando el intercambio de signos define la forma actual del capital, para el autor de *Fenomenología del fin*, la atención debe abarcar un campo más: la subjetividad. Porque cuando la materialidad se vuelve elemento secundario en los intercambios, hay transformaciones en la experimentación de los afectos⁵, en las relaciones con el mundo y con los otros. En este sentido Berardi desarrolla su pensamiento más reciente al abordar la desertización del mundo y el empobrecimiento de la experiencia sensible.

A partir de otro concepto de Guattari, *el nuevo paradigma estético*, Berardi entiende la estética ya no sólo como ciencia de la belleza, sino como “ciencia de la sensibilidad, de la percepción, ciencia del contacto entre epidermis y, por tanto, ciencia de la proyección de mundos por parte de subjetividades en devenir” (Berardi, 2013: 49). Y para que esta ciencia de la sensibilidad sea verdaderamente amplia, tendrá que considerar la relación entre los cuerpos. La estética como una erótica.

“Bifo” hace énfasis en las metamorfosis perceptivas que han configurado el paso del orden mecánico al digital. Él llama a este movimiento, recuperando el argot biológico de Guattari, *mutación digital*, la cual “está invirtiendo la manera en que percibimos nuestro entorno y también la manera en que lo proyectamos. No involucra únicamente nuestros hábitos, sino que afecta, a la vez, nuestra sensibilidad” (Berardi, 2017: 10). Bajo el modelo del *semiocapitalismo*, estas afectaciones a la sensibilidad responden a un desplazamiento de la *conjunción* a la *conexión*. Tales conceptos refieren a la concatenación social, en otras palabras, a la habilidad para percibir a los otros.

⁵ Para Gilles Deleuze, a partir de Spinoza, un afecto es una variación en la potencia de existencia.

La *conjunción* se relaciona con lo indefinido, lo imprevisible, el encuentro de singularidades⁶ que se transforman. Está relacionada con la capacidad de percibir aquello que no está bajo un sistema de signos preciso. Se trata de un régimen semántico; de la capacidad para interpretar lo inexacto, como gestos y sensaciones; del contacto con la esfera sensible. Es “la concatenación de cuerpos y máquinas que pueden generar significado sin seguir un diseño preestablecido y sin obedecer a ninguna ley o finalidad interna” (Berardi, 2017: 28). La *conjunción* habla como “cuerpos tocándose y conjugándose, caricias, pérdida sensual de la identidad, confusión de indistinción, fusión y mixtura física” (Berardi, 2017: 10); es la dicha de volverse otro. Pero no sólo eso: la *conjunción* permite la aparición de significados previamente inexistentes.

Por otro lado, la *conexión* tiene que ver con una operatividad funcional, donde el intercambio se ve reducido a la compatibilidad de unidades lingüísticas. Consiste en una interacción sintáctica: “es una concatenación de cuerpos o máquinas que sólo puede generar significado obedeciendo a un diseño intrínseco generado por el hombre, y respetando las reglas precisas de comportamiento y funcionamiento” (Berardi, 2017: 28). La *conexión* ocurre desde y hasta lo que existe previamente. Es mera combinación o relación establecida de significados ya dados.

Cuando los intercambios son mediados por códigos instaurados, ¿qué pasa con los cuerpos en aquellos otros intercambios que requieren la comprensión de signos ambiguos?, ¿del ejercicio particular que una singularidad configura para relacionarse con el mundo? Para Berardi hay en sentido inmediato, una pérdida en la capacidad empática. Y no solamente en términos individuales, sino que este desplazamiento de *conjunción* a *conexión* debe ser pensado en términos de lo político en general. Aquí se encuentran la política y la estética: hay una pérdida en la posibilidad de crear nuevos significados, inventar nuevas relaciones entre lo existente para abrir cabida a lo imprevisible a nivel macro y micropolítico. Así inicia su libro *La sublevación* (2013), donde explica que la crisis más relevante de nuestro tiempo no es la económica, sino la de la imaginación.

Porque lo político es “todo lo que guarda relación con el encuentro, el roce o el conflicto entre formas de vida, entre regímenes de percepción, entre sensibilidades, entre mundos, en cuanto dicho contacto alcanza cierto umbral de intensidad” (Comité invisible, 2017: 66). Para Franco Berardi, así como para el Comité invisible, el ejercicio de lo político sólo puede

⁶ Se prefirió el concepto *singularidad* al de *sujeto*, en virtud de las fuertes críticas que hacen Deleuze y Guattari a este último. La *singularidad* se rige por múltiples procesos de subjetivación —está siempre en devenir—, mientras que el *sujeto* se encuentra sometido a determinaciones clausuradas, como lo son las características de identidad.

ser pensado en términos de una estética y una erótica, necesariamente atravesado por la dimensión afectiva, por una conjunción sensible que inventa mundos posibles.

Apunte final: punto de partida

Mientras escribo esto arde gran parte de un continente. En otro meridiano, países que llevan años en guerra amenazan con recrudecer sus enfrentamientos. Y yo estoy aquí, escribiendo de dos pensadores: uno vivo y otro muerto; imaginando que sus ideas podrían servir para un campo de estudio al que ni siquiera están inscritos. El colmo de la inutilidad. O no. Desde una comprensión teleológica sí resulta irrelevante. Pero no desde los afectos, la micropolítica y la estética: invocar la amistad en el pensamiento es hablar una lengua subversiva, distinta a la de un mundo que amenaza con la aniquilación masiva. La amistad es entre amigos y también entre campos del saber.

En un tiempo frenético e interconectado artificialmente como el nuestro, para la comunicación es urgente introducir en primer plano la reflexión sobre el cuerpo y la sensibilidad. Brindar puentes para pensar(nos) en la conjunción de los niveles macro y micro, donde los diferentes saberes puedan imaginar juntos.

15

En palabras de Guattari, “todas las disciplinas tendrán que conjugar su creatividad para conjurar las situaciones de barbarie, de implosión mental, de espasmo cósmico⁷ que se perfilan en el horizonte, y para transformarlas en riquezas y goces imprevisibles cuyas promesas son, a fin de cuentas, igualmente tangibles” (Guattari, 1996: 164). La amistad entre Guattari y “Bifo” es un ejemplo de estos encuentros transversales. La amistad siempre ha sido un punto de partida.

Fuentes

- Berardi, F. (2008). *Generación post-alfa. Patologías e imaginarios en el semiocapitalismo*. México: Bajo tierra, Sísifo.

⁷ *Caosmosis*: un concepto de Guattari para pensar la relación inherente entre caos y orden, donde éstos no se oponen, sino que se complementan. Es la condición de posibilidad de todo acto creativo.

- Berardi, F. (2013). *Félix. Narración del encuentro con el pensamiento de Guattari, cartografía visionaria del tiempo que viene*. Buenos Aires: Cactus.
- Berardi, F. (2014). *La sublevación*. México: Surplus.
- Berardi, F. (2017). *Fenomenología del fin. Sensibilidad y mutación conectiva*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Comité invisible (2017). *Ahora*. Logroño: Pepitas de calabaza.
- Fernández-Savater, A. (octubre 2018). "Volver a aburrirnos es la última aventura posible: entrevista con Franco Berardi, Bifo". *eldiario.es*. Recuperado de https://www.eldiario.es/interferencias/Volver-aburrirnos-Franco-Berardi-Bifo_6_826677345.html
- Foucault, M. (2007). *Historia de la sexualidad 1. La voluntad de saber*. México: Siglo XXI.
- Guattari, F. (1996). *Caosmosis*. Buenos Aires: Manantial.
- Guattari, F. (2004). *Plan sobre el planeta. Capitalismo mundial integrado y revoluciones moleculares*. Madrid: Traficantes de sueños.
- Guattari, F. (2017). *Las tres ecologías*. Valencia: Pre-textos.
- Heidegger, M. (1994). *Conferencias y artículos*. Barcelona: Ediciones del Serbal.
- Sfez, L. (1995). *Crítica de la comunicación*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Torres Ornelas, S. (2018). "Deleuze: el deseo como principio de lo social". *Utopía y Praxis Latinoamericana*. Universidad del Zulia. Vol. 23, núm. 80. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/279/27956739017/html/index.html>

Comunicación y periodismo en la era de la inmediatez

Una recapitulación histórica para pensar el hoy

Juan Daniel Montaña Rico

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Resumen: El propósito de este ensayo es situar la comunicación y el periodismo en el desarrollo histórico de la sociedad moderna hasta el actual contexto de interrelaciones entre desarrollo tecnológico y vértigo de las interconexiones que configuran la organización social contemporánea en el marco del neoliberalismo. Pretende identificar y repensar las consecuencias de los tiempos impuestos por las tecnologías de la información y la comunicación. La apuesta es desplazar (o regresar) la reflexión desde el optimismo tecnológico o la ideología técnica hacia la centralidad del sujeto.

Abstract: The purpose of this essay is to place communication and journalism in the historical development of modern society up to the current broad context of interrelations between technological development and the vertigo of the interconnections that shape contemporary social organization in the framework of neoliberalism. To identify and rethink consequences related to the schedules imposed by information and communication technologies. The betting is to move (or return) the thought from technological optimism or technical ideology towards the centrality of the subject.

17

La apuesta de este ensayo es desplazar la reflexión desde el optimismo tecnológico o la *ideología técnica* hacia otras coordenadas; o tal vez, regresar unos pasos y devolver la centralidad al sujeto. Como sugiere Dominique Wolton (2010: 38-39), dicha ideología representa la acción de “confiar a los instrumentos el cuidado de resolver problemas de sociedades que son ajenas a su campo de competencia [...] atribuir un poder normativo, excesivo, a las técnicas de comunicación, para hacer de ellas el elemento más importante para organizar y dar sentido a la sociedad”. Para comprender las consecuencias de los tiempos impuestos por las tecnologías de la información y la comunicación, es necesario situar la comunicación y el periodismo en el desarrollo histórico de la sociedad moderna hasta el contexto contemporáneo de interrelaciones entre el desarrollo tecnológico y el vértigo de las interconexiones que configuran y enmarcan la organización social neoliberal.

No son recientes ni pocas las voces que caracterizan a la actualidad como la era de la inmediatez, ni pocos los cuestionamientos y alertas frente a la instantaneidad, velocidad,

fragmentación, vértigo y fugacidad que estructuran la sociedad y la política contemporánea, así como la experiencia cotidiana en las ciudades. Antes de la era digital, cuando reinaban los medios electrónicos análogos en el espacio público, Marshall McLuhan (1996: 27) ya hablaba de la *Edad de la Ansiedad* como consecuencia de las sacudidas que sufren las certezas conceptuales por el vértigo de las transformaciones técnicas y las modificaciones sensoriales y sociales que imponen.

Para reflexionar sobre los fenómenos sociales contemporáneos, filósofos de la vieja guardia como Zygmunt Bauman (2017) y Alain Badiou (2012) aconsejan detenernos y mirar atrás en busca de las preguntas que dejamos de plantear para divisar lo que dejamos de hacer o ver; no perder de vista la historia, la evolución y genealogía de la modernidad, con todos sus problemas, conflictos, desplazamientos, rupturas y continuidades. Comenzaremos por mirar las evoluciones de la velocidad en el mundo social para reflexionar el presente.

Hasta antes del siglo XIII, el sol y los astros, y con ellos el amanecer, el ocaso, los periodos cíclicos de los procesos de siembra y cosecha, eran los grandes indicadores del avance del tiempo para la mayoría de las culturas y sociedades. Preguntar por la hora no representaba una cuestión de urgencia. Svetlana Boym (2001) afirma que antes de la invención del reloj mecánico, la gente vivía "en una actitud de facilidad temporal. Ni el tiempo ni el cambio parecían ser críticos y, por lo tanto, no había gran preocupación por controlar el futuro". Según la autora, desde el Renacimiento hasta el siglo XIX se dio un cambio en la concepción del tiempo. Se volvió cada vez más secularizado y su representación se fue alejando de la visión cosmológica y de figuras humanas alegóricas hasta cristalizar en el "lenguaje impersonal de los números: los horarios de los ferrocarriles, la última línea del progreso industrial" (Boym, 2001).

El incremento de la urgencia en los intercambios simbólicos y materiales globales no es producto del desarrollo tecnológico *per se*, es decir, no es externo o ajeno al desarrollo histórico, político y económico de la sociedad mundial. Al contrario, el avance de las telecomunicaciones y sus consecuencias fue exigencia de la permanente expansión, conquista y mutaciones del capitalismo, y los modos particulares de dominio que impone sobre todas las dimensiones de la vida social. Como observa Paul Virilio (1997: 20), la revolución industrial y la revolución de los transportes y la comunicación fueron producidas la una por la otra. La velocidad o los medios que posibilitan la velocidad, agrega, han sido una amenaza tiránica pues representan riqueza y conquista: "El caballo ha condicionado la historia a través de los grandes conquistadores; la armada, a su vez, ha condicionado la colonización" (1997: 16). Y la historia del capitalismo es una historia de conquista de poder político y nuevos mercados.

Para mediados del siglo XVIII, la burguesía se había erguido como fuerza política que buscaba establecer el liberalismo como proyecto de sociedad que rompiera con las trabas feudales que impedían el libre comercio. En el Manifiesto Comunista, Marx y Engels describieron la revolución burguesa y cómo el capitalismo contagió al mundo con su inherente velocidad. Visto de esta manera, el libro no sólo representa un programa político, sino que puede ser entendido como un tratado sobre la velocidad propia de la modernidad:

[...] el comercio colonial, la multiplicación de los medios de cambio y de mercancías, *imprimieron un impulso* hasta entonces desconocido al comercio, a la navegación, a la industria, y aseguraron, en consecuencia, un *desarrollo rápido* al elemento revolucionario de la sociedad feudal en decadencia [...] El mercado mundial *aceleró prodigiosamente* el desarrollo del comercio, de la navegación, de todos los medios de comunicación. Este desarrollo reaccionó a su vez *sobre la marcha* de la industria, y a medida que la industria, el comercio, la navegación, los ferrocarriles se desarrollaban, la burguesía se engrandecía, decuplicando sus capitales y relegando a segundo término las clases transmitidas por la Edad Media. [...] La burguesía, como vemos, es también *producto de un largo desenvolvimiento, de una serie de revoluciones en los medios de producción y de comunicación* (Marx & Engels, 2000 [1848]: 26-27).¹

En ese contexto, la prensa apareció como instrumento para la oposición de las clases emergentes contra el poder autoritario de la monarquía. En su estudio sobre la historia de la imprenta, Henri-Jean Marti (1992: 38) observó que, bajo la bandera de la libertad de prensa que reclamaba el liberalismo, las nuevas gacetas, folletines y periódicos se volvieron una fuente fundamental de información y, al mismo tiempo, sirvieron a la burguesía ascendente para orquestar sus aspiraciones liberales.

Una vez instaurado el capitalismo como eje rector de la sociedad, Marx y Engels (2000: 30) advirtieron que el proyecto político-social de la burguesía desgarró todas las relaciones sociales tradicionales y las del ser humano con la naturaleza. Resquebrajó los sistemas de creencias y formas de percibir el mundo admitidas y veneradas, y no dejó en pie más que el vínculo del interés monetario, el simple valor de cambio. Un quiebre similar ocurrió con la concepción del tiempo: “ya no fue más arena movediza; el tiempo era dinero” (Boym, 2001); principio que se incrustó en la práctica periodística desde muy temprano.

Como hija del liberalismo, la prensa abogó por su independencia económica del poder político y cualquier otra influencia ajena a su servicio informativo. Donde la democracia liberal arraigó, el periodismo se acogió al mercado como único protector para la libertad de prensa. Para el siglo XIX, la competencia desató la lucha por la exclusividad y las ventas. El lucro y la competencia impusieron al oficio periodístico su carácter de urgencia: la

¹ Cursivas nuestras.

actualidad, novedad y periodicidad definieron su quehacer. La urgencia y el lucro dieron forma a rutinas periodísticas y valores de noticiabilidad indispensables para profesionalizar el oficio y optimizar la gestión del tiempo y el espacio (Tuchman, 1983), mismas que ordenaron los criterios de selección (inclusión y exclusión de hechos), jerarquización y tematización de los acontecimientos periodísticos.

Para crecer, la prensa debió adaptarse a la lógica del mercado y buscar la rentabilidad: la noticia se encapsuló, se volvió dramática, sugestiva, breve, simple, atractiva e industrial para su consumo masivo. La temprana industria del periodismo siguió la tendencia hacia la centralización y concentración propia de capitalismo competitivo. William Randolph Hearst, magnate del periodismo, fue el ejemplo por excelencia de la voracidad sin escrúpulos en la que cayó la prensa en su sed de ganancias en este periodo. Otras expresiones informativas sin fines comerciales y contrarias a los intereses de las clases dominantes, como la llamada prensa alternativa, fueron marginadas del espacio público.

En este periodo de crecimiento, la prensa popular-comercial se insertó en el seno de la sociedad como institución legitimada cuya labor social se centró en la paulatina reducción de la incertidumbre sobre el presente y el futuro. Como observó Lorenzo Gomis (1991: 15), a través de las rutinas periodísticas se selecciona, acopia e interpreta el pasado, se trata y transforma a través de una operación lingüística en presente social. En otras palabras, crea una percepción de la realidad como un periodo consistente que nos prepara para el futuro, y da el control (imaginario, tal vez) al ser humano sobre el porvenir.

En la búsqueda de certidumbre, el acontecimiento social, entendido como los hechos de trascendencia social, funge un rol socializador de conocimiento sobre lo plausible, pues permite construir, aprehender e interiorizar la estructura y funcionamiento de la sociedad. En la era contemporánea, el periodismo, como institución legitimada, es insoslayable en otorgar el carácter de trascendencia social a ciertos acontecimientos sociales bajo ciertos valores de noticiabilidad que rigen la exclusión, inclusión y jerarquización de temas (Rodrigo Alsina, 1993; Tuchman, 1983). Las instituciones públicas, los “grandes hombres”, los personajes de Estado y del espectáculo son las voces e imágenes privilegiadas de la realidad que construyen los medios. Multitudes son excluidas del desconcierto periodístico. Cuando en masa toman las calles para ser vistas y escuchadas, sus demandas y exigencias llegan a ser tergiversadas por los intereses económicos y políticos de los dueños de las grandes empresas periodísticas.

Al tiempo que el periodismo industrial creó una autorepresentación de guardián de la democracia por ser un instrumento que, junto con otras salvaguardias, podía lograr mediante el control y la fiscalización que el gobierno sirviera a los principios del liberalismo

(igualdad y libertad) y combatir el autoritarismo estatal (Siebert, 1967: 69-70), Gaye Tuchman encontró que la construcción social en la que participa el periodismo industrial juega un papel central en la legitimación y conservación del orden establecido:

La noticia ciega la realidad social, en lugar de revelarla. Confirma la legitimidad del Estado al ocultar la íntima vinculación del Estado con el capitalismo de las grandes sociedades y su apoyo a ese capitalismo [...] la noticia se apoya en las estructuras institucionales y, a la vez, las reproduce (Tuchman, 1983: 224).

La democracia y la igualdad ante la ley choca frente a la desigualdad que genera la distribución de la riqueza social a nivel mundial y nacional con base en las reglas del capitalismo. En esa encrucijada se enmarca el periodismo.

La expansión del capitalismo propició que en el transcurso del siglo XX se inventaran y democratizaran los medios de comunicación electrónicos, hasta llegar al *smartphone*² y otros dispositivos que introdujeron otras dinámicas a las empresas periodísticas: la batalla por la inmediatez y la instantaneidad. El desarrollo de estas tecnologías se vinculó a intereses políticos y económicos, con lo cual los procesos de crecimiento y consolidación de las empresas informativas adquirieron un carácter multimedia y dieron pie al surgimiento de grupos de comunicación.

En las últimas décadas del siglo XX, los grandes centros hegemónicos occidentales aplicaron el poder de sus Estados para imponer el proyecto neoliberal, que implicaba el retraimiento de la regulación de área de servicio por parte del Estado, y propiciar la disminución de su capacidad para garantizar el bienestar social y salvaguardar los derechos sociales y ciudadanos en los territorios. El neoliberalismo redireccionó el rol estatal (del llamado Estado benefactor) para administrar en favor de las corporaciones económicas y colocar al mercado como principio organizador de la sociedad.

La desregulación económica y la apertura comercial de las naciones facilitaron los procesos de concentración mediante la convergencia corporativa. En pocos años, un pequeño grupo de seis enormes conglomerados empezó a controlar, básicamente, todos los ámbitos comunicacionales a nivel mundial, sobre todo la producción de contenido, junto a la participación de fuertes conglomerados a nivel regional que mantienen conexiones entre sí y asociaciones con los conglomerados a nivel global.

² En consideración que el teléfono fijo se empezó a socializar en la década 1880 y el primer teléfono inteligente se comercializó en la década de 1990.

En su estudio sobre la estructura mundial de la información, Ramón Reig (2011: 68, 128-151) identificó en todas las empresas propiedad de los conglomerados mundiales y regionales, la presencia de “accionistas extraños”, grandes empresas ajenas a la industria de la comunicación como la banca, finanzas, industria automotriz, aeroespacial, alimenticia, entre otras, que tienen espacios en las empresas de comunicación, y que conforman un entramado de intereses políticos y económicos. Reig cuestiona el cómo los individuos disfrutarán el derecho a una información rigurosa y veraz si los intereses y la influencia de estos poderosos agentes económicos se imponen en las líneas periodísticas de las empresas informativas. Pocos grandes periódicos se pueden ufanar de real independencia.

Además, la agudización del proceso de globalización a partir de las desregulaciones de los Estados complejizó y ramificó el sistema global de información y comunicación. La sociedad mundial no puede ser comprendida sin las cotizaciones automáticas de las bolsas de Wall Street, de Tokio o de Londres; sin la compra-venta inmediata de acciones; el mercado de divisas y sus transacciones millonarias diarias; sin el desplome repentino de las acciones estadounidenses que causan temblores en Asia y Europa de forma inmediata.

Y así como actúa el flujo monetario derivado del comercio internacional (descentralizado, desnacionalizado, desterritorializado y sin ataduras temporales), de tal forma actúa el ejercicio del poder en la actualidad. Sassen habla de *formaciones* predatorias, que son “cada vez más un sistema complejo que combina personas, redes y máquinas sin tener un centro visible” (2015: 21). La socióloga describe estas formaciones como una combinación de elites (individuos ricos o empresas globales) y una serie de capacidades sistémicas (combinación variable de innovaciones técnicas, sobre todo informáticas, financieras y de mercado, más habilitación gubernamental) que incluyen un enorme engranaje de intermediación que va desde los organismos supranacionales hasta locales burócratas especializados que posibilitan la extracción y concentración aguda y extrema de la riqueza en un proceso que se vuelve difuso, difícil de apreciar.

En suma, el neoliberalismo es, por un lado, la era de los enormes conglomerados económicos y la supranacionalización política. Y, por otro, la era de las expulsiones, las exclusiones y las extracciones masivas, a todos los niveles y en todos los sectores. Por su extensión y diversificación, sus mecanismos son difíciles de aprehender, mas no sus consecuencias: millones de personas expulsadas de sus hogares, de sus comunidades, de sus países, y extensiones gigantes de tierra y cuerpos de agua muertos (Sassen, 2015: 21-25).

El mercado libre de cadenas regulatorias es el gran Leviatán que se yergue por encima de los derechos fundamentales y la fragilidad ambiental. En la antigüedad, la fatalidad sobrevinía por el designio de los dioses o el enfrentamiento contra el poder de la naturaleza. En la

actualidad, el hombre contra el mercado es el motor de las tragedias modernas: expulsiones masivas de comunidades indígenas, campesinas, suburbanas o minorías étnicas en favor de megaproyectos mineros, hidroeléctricos y eólicos; la agricultura de monocultivo industrial; la violencia desmedida desde el Estado o grupos criminales organizados y protegidos; exclusión martirizante del trabajo o la inclusión precaria (Young, 1999; citado en Bauman, 2017: 30) del proletariado en las ciudades.

Del otro lado de la moneda, discursos que hacen apología con un tono de optimismo tecnológico surgen de todos los lados del espectro político, desde aquellos que colocan a las TIC como herramientas que garantizan calidad de los procesos democráticos (el voto), hasta los que las conciben como las sepultureras que el propio avance del capitalismo originó al ir cavando su fosa (a través de conectar a la multitud).

La producción noticiosa se enclava entre esos procesos económico-sociales y discursos contemporáneos, y tiene un rol protagónico en las dinámicas de comprensión y construcción de la experiencia cotidiana. En la era de la inmediatez y la ansiedad, ¿qué percepción de la realidad construye el periodismo? En la era de las expulsiones legalizadas, ¿qué orden social defiende?

El periodismo convergente, sin las restricciones de espacio y tiempo de sus predecesores, ya no es el pasado el que transforma en presente social; es el mismo presente, el ahora, lo que ocurre en el momento. Antes de la era de la inmediatez, la vida transcurría en un tiempo local; ahora, las capacidades de interacción y de interactividad instantáneas de las tecnologías de la información y la comunicación desembocan en la posibilidad de la puesta en práctica de un tiempo único, “de un tiempo sin relación con el tiempo histórico, es decir, un tiempo mundial” (Virilio, 1997: 15). En otras palabras, nuestra sociedad ha “puesto en práctica los tres atributos de lo divino: la ubicuidad, la instantaneidad y la inmediatez; la visión total y el poder total” (Virilio, 1997: 19). Para el francés, estas características representan el tiempo de una historia sin historia y de un planeta sin planeta y de un tiempo reducido al presente (Virilio, 1997: 82).

Otro gran cambio cualitativo en la industria de la comunicación y el periodismo es el paso de la unidireccionalidad a la capacidad de interacción de la audiencia, así como producir sus propios contenidos, punto donde sobresale el uso de las redes sociodigitales. Con estas innovaciones del entorno digital, la oposición en el espacio público a una realidad avasalladora se hace posible. Pero, por otro lado, los valores individualistas y competitivos del capitalismo se explayan. La fiebre por la viralizar está desatada. Si el capitalismo nos vende la idea de que todos podemos llegar a ser millonarios, las redes sociodigitales nos hace desear ser *influencers*. En la era de la radiodifusión análoga, Hans Magnus Enzensberger (1981: 43) concibió de forma binomial un uso represivo de los medios y un uso emancipador.

Su propuesta era que cada receptor fuera un transmisor en potencia. Llegamos al sueño de Enzensberger: cada *smartphone* y *smartwatch* está conectado a la gran red y es receptor y también emisor de mensajes multimedia, pero nos damos cuenta de que esta capacidad no es emancipatoria ni la portadora de la justicia social tan anhelada. Al contrario, valores como la xenofobia, aporofobia, el racismo, la misoginia y la exacerbación consumista se difunden, a través del móvil, desde los sectores populares donde se han instalado gracias al consenso neoliberal e imaginario de escasez y temor de perder lo poco que se tiene.

En adición al punto de la interacción y la prosumición, muy a pesar de los discursos reiterativos sobre las bondades emancipadoras de las redes sociodigitales, un *post* o un *like* en Facebook, Twitter o cualquier otra red social privativa no es sinónimo de visibilidad, muchos menos de libertad. Las cuentas de internet han sido dominadas por gigantes corporaciones autorreguladas (Google, Facebook, Amazon, Microsoft y Apple) que se apropian y controlan el flujo de la información privada con fines publicitarios y que tienen cancha abierta para censurar arbitrariamente³. Algoritmos envuelven y toman decisiones por los individuos y se convierten en los nuevos tematizadores personalizados de los acontecimientos sociales con base en *clicks* y preferencias, pero estos son programados para una eficiencia económica en demérito de valores éticos y políticos. La “mano invisible” del mercado, nuevamente. En esta lógica, la función social de las empresas informativas, que siguen dominando la producción y circulación de contenido, se sobrepone la tendencia a desarrollar métodos “creativos” dirigidos a la optimización para motores de búsqueda y estimular el tráfico hacia los sitios web para elevar el posicionamiento y las ventas, y no desaparecer en el mar de información.

Con las cualidades mencionadas, la realidad social que construyen los medios informativos es fugaz, inmensurable e inaprehensible; se escabulle frente a los ojos y el entendimiento. La preocupación recae (o debería centrarse) en cómo la información se produce ante la exigencia de un tiempo corto, de prisa, sensual y con un frenesí inevitable. Cómo se ha vuelto un discurso rápido, inmediato, instantáneo, fragmentado, que exagera la novedad sin brindar tiempo al consumidor para estudiar la información; para evitar el tedio. Estas características que impiden su reflexión. Lo central es la emoción, el espectáculo y la dramatización que generan para lograr impactar al gran público. Además de afectar la reflexividad, apuntan a la suspensión de creación de memoria social, conllevan a la fragilidad de las identidades y la restricción de vínculos sociales de cooperación (Solís, 2007; Ramonet

³ En el reportaje especial “*Facebook’s Secret Censorship Rules Protect White Men From Hate Speech But Not Black Children*” para ProPublica, fechado el 28 de junio de 2017, Julia Angwin y Hannes Grassegger detallan los mecanismos por los cuales la red social Facebook censura más las publicaciones de usuarios afrodescendientes y minorías étnicas que las de las personas blancas. Disponible en: <https://www.propublica.org/article/facebook-hate-speech-censorship-internal-documents-algorithms>

2005; Mier 2000). Los medios hacen énfasis en las mutaciones a una velocidad vertiginosa y nos invitan a adaptarnos o a ser expulsados.

El lugar más visible de estos resultados son las metrópolis los grandes centros de consumo, sometidas a los horarios vertiginosos de la producción y la información. En la era de la inmediatez, la respuesta de la sociedad civil a las crisis políticas es, de igual manera, la inmediatez. La militancia política con miras en un horizonte utópico se desplazó al activismo de la urgencia, donde los ciudadanos preocupados por su sociedad corren detrás del acontecimiento y los acontecimientos son innumerables. La consigna creativa, el *hashtag* y la *selfie* de indignación duran hasta que aparece el próximo acontecimiento periodístico indignante. De nueva cuenta, los grandes excluidos de las notas informativas (a excepción de la nota roja) suelen ser los expulsados, los parias de la producción: desempleados, los habitantes de las periferias, los migrantes, las minorías étnicas y muchos etcéteras.

“¿Podremos encontrar una democracia del tiempo real, del *live*, de la inmediatez y de la ubicuidad?”, se preguntaba Paul Virilio (1997: 20). A pesar de la interacción digital de los usuarios, las decisiones políticas que rigen la existencia social se siguen tomando en cúpulas, en un contexto donde las fuerzas que inclinan la balanza ahora son más difusas; subterráneas como define Sassen. Ya Virilio alertaba que las nuevas tecnologías tienen grandes méritos para la publicidad de nuevos productos, pero no tanto para la política (Virilio, 1997: 14).

25

Es necesario abordar la realidad que construyen los medios desde otros ángulos. La comunicación, con más urgencia, no puede concebirse divorciada de la complejidad social, pero también de un pensamiento complejo que abogue con más ahínco por una interdisciplinariedad donde la antropología y la filosofía constituyan una base sólida que parta de la moral, la ética y la política para pensar la tecnología. Bajo este enfoque, el sujeto, tanto en su individualidad como en comunidad, así como la dignidad humana, deben permanecer en el centro de toda reflexión. Queda claro que la lucha por la justicia y la equidad, principios pilares de la democracia, no se encuentra en la tecnología, sino en la correlación de fuerzas sociales, la redistribución de la riqueza y la defensa cultural de la comunidad, el territorio y el respeto a la diversidad, pero donde lo local y lo cosmopolita no sea un binomio de enfrentamiento.

En el caso del periodismo, éste debe quitarse el desgastado velo de la “objetividad” e “imparcialidad” puesto que la asimetría de poder es, en sí misma, demasiado evidente y violenta. El periodismo debe cuestionar sus propias lógicas de inclusión y exclusión de miradas, actores, temas, discursos y velocidad. Debe desprenderse de sus marcos ahistóricos de análisis político y recuperar su función social contra la tiranía (antes del monarca, ahora contra las desigualdades). Pena ve necesario que el periodismo resista contra la concepción

mercadológica, la lucha por el *rating* y por viralizar; habla de un *periodismo de resistencia* que sea autocrítico en la producción de su contenido y que “cuestione su interpretación de los hechos, sus conceptos preconcebidos, sus estereotipos, sus limitaciones” (2009: 180). Y ante la tendencia individualizante y homogeneizadora del neoliberalismo, el periodismo debe “sustituir los modelos estandarizados y estereotipados de aprehensión de la realidad por estrategias simbólico-discursivas que resalten la visión de la comunidad sobre sí misma, reforzando sus identidades y valores” (Pena, 2009: 200).

El reemplazo de los estándares neoliberales no es tarea fácil tras décadas de inmersión de las sociedades en ciertos modelos informativos y de aprendizaje, ni para los periodistas noveles o experimentados luego de repetir rutinas y valores aprendidos orientados al lucro de los medios comerciales en largos años, ni por la necesidad de encontrar una solvencia económica en un escenario de competencia comercial siempre desleal. Sin embargo, es una tarea necesaria pues, en un mundo de vértigo y transformación, la estabilidad debe encontrarse no en los instrumentos que nos obligan a correr, sino en los saberes, en la ética y valores que nos animan a contemplar.

Fuentes

- Badiou, A. (2012). *El Despertar de La Historia*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Bauman, Z. (2017). *Retrotopía*. Barcelona: Paidós.
- Boym, S. (2001). *The future of Nostalgia*. New York: Basic Group.
- Enzensberger, H. M. (1981). *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Anagrama.
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo: cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- Martín, H.-J. (1992). La imprenta. En R. Williams (Ed.), *Historia de la Comunicación*, vol. 2 (pp. 9-62). Barcelona: Bosch comunicación.
- Marx, K., & Engels, F. (2000). *Manifiesto Comunista*. Barcelona: Elaleph.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
- Mier, Raymundo (2000). “Apuntes para una reflexión sobre comunicación y política”. En Versión: Estudios sobre comunicación y política, (10), 59-104, octubre 2000. México: UAM-X.
- Pena, F. (2009). *Teoría del periodismo*. Ciudad de México: Alfaomega.

- Ramonet, Ignacio (2005). "El poder mediático". En De Moraes, Dênis (Comp.) Por otra Reig, R. (2011). *Los dueños del periodismo*. Barcelona: Gedisa.
- Rodrigo Alsina, M. (1993). *La construcción de la noticia* (2 ed.). Barcelona: Paidós.
- Sassen, S. (2015). *Expulsiones: brutalidad y complejidad en la economía global*. Buenos Aires: Katz.
- Siebert, F. (1967). La teoría libertaria de la prensa. En F. Siebert & T. Peterson (Eds.), *Tres teorías sobre la prensa* (pp. 49-86). Buenos Aires: Ediciones de la Flor.
- Solís, Beatriz (2007). "Democracia, ciudadanía y medios". En Mastrini, G; Loreti, D y Baranchuk, M. (Comps.) *Participación y democracia en la sociedad de la información*. Pp. 267-274. Buenos Aires: Prometeo.
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Virilio, P. (1997). *El cibermundo: la política de lo peor*. (Madrid: Cátedra).
- Wolton, D. (2010). *Informar no es comunicar: contra la ideología tecnológica*. Barcelona: Gedisa.

Aproximación a los aportes políticos y trayectoria conceptual de la teoría de la comunicación alternativa en Latinoamérica

Christian Israel Rea Tizcareño

INSTITUTO DE LA COMUNICACIÓN E IMAGEN DE LA UNIVERSIDAD DE CHILE

Resumen: Este ensayo explora la trayectoria histórica y conceptual de la teoría de la comunicación alternativa, para mostrar su aporte a la tradición crítica latinoamericana. A través de un acercamiento bibliográfico, se muestra cómo diversos autores manifiestan un ‘descolonizador’ deseo epistemológico, latente en la región desde la década de 1970, orientado a construir modelos teóricos propios, convertir la comunicación en una herramienta comunitaria contra las hegemonías, darle voz a los sin voz y democratizar, mediante acciones colectivas, la vida pública de nuestras sociedades. Este enfoque teórico, cuyo *boom* comenzó a decrecer en las universidades de la región después de los ochenta, tuvo el mérito de colocar en la esfera pública la idea de que la comunicación es consustancial a la política y que, dentro de esta comunicación política, existe la posibilidad de que grupos de ciudadanos y periodistas se asocien para construir mensajes contrahegemónicos, no sólo bajo dictadura, sino en tiempos de democracia.

Abstract: In this essay, the historical and conceptual trajectory of the theory of alternative communication is explored, to show its contribution to the Latin American critical tradition. Through a bibliographical revision, it shows how different authors manifest themselves as a 'decolonizing' epistemological desire, latent in the region since the 1970's, oriented to construct their own theoretical models, to turn communication into a community tool against hegemonies, to give voice to the voiceless and democratize, through collective actions, the public life of our societies. This theoretical approach, whose boom began to decrease in the universities of the region after the eighties, had the merit of placing in the public sphere the idea that communication is consubstantial with politics and that, within this political communication There is the possibility of groups of citizens and journalists organized to construct counter-hegemonic messages, not only in dictatorship, but in times of democracy.

28

La necesidad de generar constructos teóricos emancipados de los enfoques comunicativos dominantes en Latinoamérica en las décadas de 1960 y 1970, así como los procesos sociales que marcaron esa época y el anhelo de mirar a la región desde su realidad misma, suscitaron debates que dieron lugar a propuestas emergentes y críticas con alto contenido político, entre ellas, la ‘comunicación alternativa’.

A menudo suele escucharse la palabra ‘alternativo (a)’ para designar aquello que contrasta o se opone a los estándares establecidos. De hecho, una de las acepciones del Diccionario

de la Real Academia Española (RAE) señala que este término se refiere a aquello “que difiere de los modelos oficiales comúnmente aceptados”, en actividades de cualquier género, particularmente las culturales, como el “cine alternativo” o la “medicina alternativa”¹.

En el campo de estudios de la comunicación, este adjetivo proveniente del latín *alternātus*, ‘alternado’, se empezó a usar en Latinoamérica en el último cuarto del siglo XX para conceptualizar aquellos procesos de producción de mensajes que, según el académico argentino Daniel Prieto Castillo, se diferencian de la comunicación dominante; es decir, los productos del mercado, las ideologías hegemónicas, las pretensiones autoritarias y las versiones parciales o ‘distorsionantes’ de la realidad, o bien, al servicio de quienes tienen el poder “o comparten migajas” de él (1980: 12).

Entre los principales aportes de la comunicación alternativa están el hacer notar que en todo proceso informativo o de interacción humana hay intencionalidades —no hay ningún mensaje “inocente”—; que, a nivel macro, hay grandes conglomerados mediáticos concentrados en pocas manos², quienes deciden qué se publica y qué no³ contra la necesidad de reflejar otras versiones de la realidad social, y la urgente demanda por hacer en la investigación en comunicación en América Latina paradigmas propios o acordes con el contexto de la región, frente a los modelos importados de Estados Unidos y Europa.

En la actualidad, hay quienes sitúan la comunicación alternativa como un fenómeno histórico que, en la segunda década del siglo XXI, se manifiesta en las redes del ciberespacio o en medios electrónicos que asumen dicha adscripción; no obstante, la compleja dificultad para definir lo “hegemónico” o lo “alternativo” hace que sea complicado asir las problemáticas que plantea; o bien, la ambigüedad puede “jugar un mal rato” al investigador al momento

¹ *Diccionario de la Real Academia Española*. Recuperado desde: <http://dle.rae.es/?id=26t9lch>

² En países latinoamericanos como Chile, la falta de pluralidad mediática y la concentración de las empresas de comunicación masiva en pocas manos son las tesis centrales de investigaciones como *Concentración económica de los medios de comunicación*, de Guillermo Sunkel y Esteban Geoffroy, y *Los magnates de la prensa*, de María Olivia Mönckeberg, académica de la Universidad de Chile y Premio Nacional de Periodismo 2009.

³ Otro ejemplo regional: en *La prensa de los jardines. Fortalezas y debilidades de los medios en México*, Raymundo Riva Palacio reconoce, en el entramado de configuraciones sociales, políticas y económicas de los discursos mediáticos, que “la prensa en México, con sus excepciones, ha operado bajo un régimen de complicidades con el poder, donde le ayuda a fabricar consenso a cambio del financiamiento para los empresarios de los medios” (2004: 35). Por su parte, el escritor Carlos Monsiváis, en *Tiempo de saber. Prensa y poder en México*, explica históricamente que “a lo largo del siglo XIX y en la primera mitad del siglo XX es casi absoluta la fe de los poderosos en la palabra impresa y sus capacidades de persuasión, incitación, destrucción de personas e instituciones”. El autor señala explícitamente que “a lo largo del siglo XX la censura es el gran instrumento del poder. Minimiza o anula las libertades de expresión, inhibe el desarrollo cultural, inhibe la confianza en el uso de la imaginación, y minimiza a la crítica calificándola de regalo del gobierno” (Monsiváis & Scherer García, 2003: 156).

de cuestionarse desde dónde surge la dominación en sociedades asumidas jurídica e institucionalmente como democráticas.

Además de que, si la teoría de la comunicación alternativa surgió en modo “anticapitalista”, qué ocurre por ejemplo, en Estados-nación donde el poder lo ejercen élites socialistas, comunistas o religiosas. Por ello, sus críticos sostienen que el enfoque alternativo si bien fue pertinente en una época para exigir la democratización de las comunicaciones y sistemas políticos, su ideologización le puso una fecha de caducidad que ya se habría vencido.

Contexto histórico de la propuesta alternativa

Antes de discutir las similitudes y divergencias en torno a las conceptualizaciones que dan los diferentes autores, es importante preguntarnos primero ¿cómo y en qué contexto surgió la propuesta teórica de la comunicación alternativa? Eduardo Santa Cruz explica que este concepto comenzó a construirse en Latinoamérica en medio de la discusión entre el mundo capitalista desarrollado y el llamado ‘Tercer Mundo’, la denuncia del control monopólico de la información en manos de las transnacionales, así como la urgencia invocada por expertos en el tema de pasar de una mentalidad consumista a la organización con formas mediáticas auténticamente democráticas y de preservación de identidades culturales amenazadas por los grandes consorcios comunicativos.

Con la comunicación alternativa, destaca Santa Cruz, se buscaba desarrollar procesos alternativos de comunicación, no sólo en términos de contenido, sino de las estructuras de propiedad y operación de los medios, bajo una bipolaridad de dominación: nacional/transnacional; artesanía/industria; democracia/dictadura; dominador/dominantes; popular/masivo (1997: 12).

La discusión teórica en torno a la comunicación alternativa nació en un momento histórico indudablemente marcado por la Guerra Fría; el triunfo de la Revolución Cubana (1959); el declive del modelo económico keynesiano y el ascenso progresivo del neoliberalismo en el mundo occidental, así como el auge de las dictaduras militares en Latinoamérica y el papel hegemónico de Estados Unidos en las decisiones políticas, económicas y teóricas de la región, como era el caso del campo disciplinar de las ciencias de la comunicación que, desde la década de 1960, había estado dominado por paradigmas epistemológicos importados, principalmente del marco estadounidense, ya sea de base sociológica o conductista.

En “¿El público perjudica a la televisión?”, Umberto Eco señaló que, antes de la década de 1960, la interrogante acerca de qué le hacen los medios a sus destinatarios predominó en la investigación sobre la comunicación de masas. En este sentido, se dejaron de lado las múltiples formas de interpretación presentes entre el público, “puesto que existen diversos códigos que establecen diferentes reglas de correlación entre datos significantes y datos significados, y toda vez que existen códigos de base aceptados por todos, hay diferencias en los subcódigos” (1994: 177).

En “Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina”, Luis Ramiro Beltrán criticaba que la mayor parte de los investigadores de la época “no se han comportado autónomamente y, hasta el momento, han fallado en cuanto a formular conceptos enraizados en la experiencia particular de la vida en la región” (1978: 77).

Beltrán explica que hubo dos modelos de investigación importados de la literatura estadounidense: el orientado a los efectos y el centrado en las funciones. Para ejemplificar, sostiene que la óptica *lasswelliana*, al enfocarse en el receptor, dejó de lado aspectos tan importantes como la realidad socioeconómica, así como el análisis ideológico e intención del emisor de mensajes en los modelos de comunicación de masas.

También critica a las teorías que asociaron la comunicación con la modernización de la sociedad. Indica que el ‘modelo de difusión de innovaciones’ se afincó en la idea de que la comunicación por sí sola es independiente y es un sinónimo de desarrollo, sin tomar en cuenta los demás elementos que inciden en los fenómenos de esta índole; además de que desde este paradigma, el consumo y la productividad constituían el único motor del bienestar, sin importar el precio o los perjuicios que generaran. Por ende, este modelo “sufrir de insensibilidad frente a factores contextuales y socioestructurales de la sociedad” (Beltrán, 1976: 75).

Por la misma época, el investigador belga Armand Mattelart decía justamente que la orientación estadounidense en torno al fenómeno comunicativo perdía “su carácter nacional para confundirse con el imperialismo, cuando moldea especialmente las escuelas sociológicas de América Latina” (Mattelart, 1976: 16).

De esta manera, fueron puestas en el centro de discusión las teorías de alcance medio, las investigaciones centradas sólo en los supuestos efectos omnipotentes de los medios, así como el modelo de difusión de innovaciones, vinculado al papel de la comunicación en la modernización del campesinado y el sector agrario en Latinoamérica y cuyo sesgo se preguntaba Beltrán: “¿qué uso estamos dando actualmente a este conocimiento? El de

concentrar las energías del desarrollo rural al servicio de las minorías ‘fáciles de convencer’ de manera que adquieran aún más poder económico y social mientras la mayoría campesina ¿está cada vez más privada de todo y oprimida?’ (1978: 82).

Estos diagnósticos de la sociedad y de las ciencias de la comunicación enmarcaron sin duda la propuesta de la comunicación alternativa, una mirada teórica que entre otros planteamientos, argumentaba que “en países latinoamericanos la implantación del funcionalismo es imposible porque la realidad misma es disfuncional” (Prieto, 1980: 10) y que “la comunicación es parte de un proceso más amplio que incluye instancias económico-políticas de una determinada formación social” (Prieto, 1980: 10).

Principales tesis y divergencias teóricas en torno a ‘lo alternativo’

De acuerdo con Daniel Prieto Castillo, la tradición latinoamericana es la primera que abordó la comunicación alternativa, pero advierte que hay tres vertientes ‘pseudoadternativas’: la subversión semiótica de Paolo Fabbri (1978), que erró al afirmar que los cambios en las palabras inciden en las transformaciones sociales; la sofisticación de los mensajes de Abraham Moles, basada en la búsqueda de originalidad y la construcción de una nueva sociedad por medio del amor; y, finalmente, la ‘maniquea’ idea de que todo ‘lo popular’ es ‘bueno’, pues también hay mensajes identificados como populares que resultan ser sólo una repetición del paradigma dominante.

A diferencia de las lecturas comunicativas mecanicistas, Prieto destaca que el proceso de recepción no es una acción pasiva o autómatas, sino una relación con un **mensaje** que implica una interpretación. Por ende, emplea el término “**perceptor**” para definir al actor comunicativo que recibe la información construida por el **emisor** con una intencionalidad específica, un **código**, **medios y recursos**, un **referente**, un **marco de referencia** y una **formación social** determinada.

Según el autor, la comunicación implica una calificación y una autocalificación del emisor sobre el receptor, en función de su ideología, que es “el conjunto de percepciones y valoraciones de la realidad que comparten los miembros de una determinada clase social, y que tienen incidencia directa en la forma de actuar de la misma” (Prieto, 1980: 26).

Si bien la teoría *althusseriana* distinguió que entre los diferentes aparatos ideológicos del Estado están los medios de comunicación, que al ser entidades del dominio privado no se confunden con el aparato represivo estatal, Prieto señalaría que existe un grupo emisor o

clase dominante con miembros de intereses idénticos, que se valen de voceros⁴ para persuadir con intenciones mercantiles-publicitarias e ideológico-propagandísticas a los perceptores de un país determinado, pero también con una dimensión transnacional.

Bajo la tesis de que existen aparatos ideológicos del Estado, Prieto afirma que “no es la información colectiva, y por tanto, sus medios, la que condiciona a los integrantes de una sociedad, en especial a miembros de clases dominadas. Es la estructura social misma en la cual los medios de difusión actúan como reforzadores” (1980: 51).

Según Prieto, “el sueño (no cumplido) de todo sistema social autoritario es la programación de la conciencia, es la relación simétrica y perfecta, entre los mensajes y los esquemas mentales” (1980: 115). El autor conceptualiza el término de “coeficiente de comunicabilidad”, que es mayor cuando hay una posibilidad de respuesta del perceptor y menor cuando ésta se encuentra limitada. De esta manera, “los medios de comunicación en manos de la clase dominante son, en nuestros países, medios de información, ya que no permiten y sus propietarios no desean, un retorno” (Prieto, 1980: 34); aunque este bajo coeficiente de comunicabilidad y de parcialización del proceso comunicativo, puede darse también en las relaciones interpersonales, por ejemplo, en la interacción entre un padre autoritario y su hijo.

Los mensajes dominantes tienen un papel uniformador, pero es importante no sobrevalorar su poder porque la sociedad no es un bloque homogéneo. Las relaciones son más amplias que los mensajes, los voceros de la hegemonía no son infalibles y siempre hay una posibilidad de confrontación. En el mundo del llamado ‘subdesarrollo’, los mensajes no llegan a todos, por lo cual se abren espacios para la comunicación intermedia, que según el autor, se finca en un modelo “horizontal y participativo” en el que hay posibilidad de retorno entre emisores y perceptores, así como una construcción de alternativas para la difusión de mensajes (Prieto, 1980: 60).

Respecto a la concepción comunicativa construida sobre la idea de medios al servicio de las élites dominantes, Santa Cruz afirma que “las experiencias de comunicación alternativa eran medularmente un problema político que, como se vería con el tiempo, tenderían a reducirse a un instrumento en lucha por la recuperación democrática, sin más proyección posterior” (1997: 12).

Frente a los que, como Santa Cruz, niegan una mayor proyección o trascendencia del modelo, hay quienes hoy piensan que la comunicación alternativa es un concepto vigente.

⁴ Prieto incluso refiere que, desde la década de 1960, se necesitaron técnicos en la difusión de mensajes por lo que se abrieron escuelas de periodismo en América Latina como formadoras de voceros en la circulación de mensajes (1980: 43).

Por ejemplo, Fernanda Corrales García e Hilda Gabriela Hernández Flores, de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, que le dan al término un sentido histórico —como también advierte Prieto Castillo— y sostienen que surge en la propia humanidad como respuesta no autoritaria ante el poder.

De esta manera, las autoras sostienen que los modelos alternativos de comunicación se han manifestado en sociedades tan antiguas como la mexica o azteca, donde los *pochtecas* (comerciantes) eran propagadores del acontecer en sus trayectos por Mesoamérica al margen del discurso de las clases gobernantes. En el siglo XX, este modelo tuvo su auge en la década de 1960, y con la llegada de internet, actualmente transita por una nueva era de medios y participación social⁵.

De acuerdo con Corrales y Hernández, los medios alternativos instan a la movilización social (física o virtual) y su finalidad no es comercial, como es el caso, dicen las investigadoras, de los modelos comunicativos promovidos por dos movimientos sociales latinoamericanos: el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN)⁶, en México, y el bloque ciudadano contra el golpe de Estado en Honduras en 2009 (ambos insertos en un complejo proceso *antineoliberal*).

En el artículo “Los medios alternativos e Internet: un análisis cualitativo del sistema mediático español”, Fleischman, Ginesta y López Calzada aseguran que tras observaciones de campo en medios definidos como alternativos, a partir de aproximaciones teóricas y la aplicación de encuestas, se llegó a la conclusión de que “no existe un modelo e ideología única detrás de los medios alternativos digitales” (2009: 257).

La comunicación alternativa, definen Alejandro Barranquero y Chiara Sáez, constituye un “espacio plebeyo” de expresión de diversos modos de discurso construidos por aquellos actores sociales que históricamente “no son reconocidos como interlocutores válidos en el ámbito dominante” (2010: 5) por razones como el género, la clase o el origen étnico. Los grupos o comunidades excluidas tejen, desde una sociabilidad de base, sus propias estrategias comunicativas, al margen del binomio estatal-comercial.

⁵ Esta lectura histórica sobre lo ‘alternativo’ puede documentarse en un sinnúmero de acontecimientos históricos. En la antesala de la Revolución Mexicana, en la cada vez más efervescente oposición política a la dictadura de Porfirio Díaz y a su mortífera represión de Estado contra la prensa, se fundó *El hijo del Ahuizote*, un medio escrito dirigido por Ricardo Flores Magón y Juan Sarabia en el que se escribían y difundían caricaturas contra el régimen. La expresión periodística y el activismo político se funden a tal ‘extremo’, que “el semanario al mismo tiempo organiza las marchas y las cubre periodísticamente” (Monsiváis, 2003: 119).

⁶ Que hizo visibles sus demandas en la sociedad mexicana el 1 de enero de 1994, cuando se levantó en armas contra el gobierno del entonces presidente Carlos Salinas de Gortari.

Federico Sager sostiene que la insurrección espontánea ocurrida en Argentina con motivo de la crisis de 2001, conocida también como el Cacerolazo —ya no en dictadura, sino en democracia—, es un ejemplo de comunicación alternativa, un concepto que según el autor, es diferente con respecto a términos como “comunicación popular”, “comunicación ciudadana” y “comunicación participativa”, y que comenzó a teorizarse en la década de 1980 con las obras de Margarita Graziano y Máximo Simpson Grinberg quien, por su parte, estableció que:

[...] en un contexto caracterizado por la existencia de sectores privilegiados que detentan el poder político, económico y cultural, la comunicación alternativa implica una opción frente al sistema dominante; opción a la que confluyen, en grado variable, los sistemas de propiedad, las posibilidades de participación de los mensajes, las fuentes de financiamiento y las redes de distribución, como elementos complementarios (Simpson, 1986: 143-144).

Sager explica que Simpson se opuso a la relación asimétrica configurada en la lógica “emisor-receptor” y tildó de “conductistas”, “estatistas” y “autoritarias” las posturas de Mattelart, Camilo Taufic y Graziano, pues las consideraba contrarias a la “radical democratización del proceso comunicativo, dirigido por los trabajadores y no por una vanguardia en nombre de la clase” (Sager, 2011: 2).

Los medios alternativos, según Simpson, no se oponen a los denominados “masivos”, pues el problema no radica en la masividad, sino en la lógica comunicativa-discursiva. Por ello, lo alternativo habría de erigirse no como lo complementario o marginal, sino como aquello que cuestiona el statu quo y tiene la posibilidad de establecer vínculos con otras propuestas comunicativas, con el fin de lograr un cambio social y eliminar las relaciones de poder.

En tanto que Graziano conceptualizó la comunicación alternativa como “aquellas relaciones dialógicas de transmisión de imágenes y signos que estén insertas en una praxis transformadora de la estructura social en tanto totalidad” (Sager, 2011: 2).

Dentro de la nueva generación de estudiosos de la comunicación alternativa, Sager ubica a Natalia Vinelli y Carlos Rodríguez Esperón, quienes advierten de “una utilización demasiado flexible del término” (Sager, 2011: 4). Ellos coinciden con Graziano en que lo alternativo depende de un proyecto de cambio radical de la sociedad, subrayan la centralidad del discurso “contrainformacional” y, además, dicen que “las diferentes formas de entender lo alternativo están asociadas a un proyecto más amplio del cual la práctica forma parte y sin la cual es imposible comprenderla” (En Sager, 2011: 4).

Con una postura de quiebre está María Cecilia Fernández (2007), quien discrepa del modelo de la manipulación y “contrainformación”, para ubicarse en el “paradigma de la subjetividad”; es decir, una óptica en la que no son los discursos de oposición los que configuran lo alternativo, sino las nuevas formas de organización, producción y comunicación de los medios, en forma de “prácticas de interferencia (técnicas y semánticas)” (Sager, 2011: 5).

El investigador mexicano Tanius Karam destaca que aquello que por dos o tres décadas se llamó ‘comunicación alternativa y popular’ se inserta en la tradición crítica latinoamericana como antecedente de las “prácticas comunicativas *decoloniales*”, y que pugnó por “el desarrollo de una comunicación emancipadora con fuerte participación de los sujetos involucrados [...] donde lo más importante no era el medio o la técnica, sino la experiencia de transformación de los sujetos al tener la oportunidad de vivir y transformar su realidad a través de estas prácticas” (Karam, 2016: 252).

Por su parte, Larisa Kejval (2009) —parafraseada por Federico Sager— reconoce la falta de consenso para definir la comunicación alternativa, pero indica que hay elementos en común en todas las prácticas ligadas a este término, como la postura “contrahegemónica” y el hecho de identificarse o nombrarse a sí mismo como la alternativa frente a lo dominante. Esto implicaría —ya no en términos o inferencias de la autora— entender por qué lo alternativo no se agotaría sólo en mensajes de corte anticapitalista o izquierdista, aunque esta característica, a su vez, puede entrapar al concepto en el terreno de la relatividad.

Contradicciones de la comunicación alternativa y la posible vigencia del concepto

Si bien los críticos del paradigma alternativo pueden rechazar el grado de ideologización del modelo, la idealización del proceso comunicativo —la búsqueda de horizontalidad dialógica—, así como la ‘demonización’ de los medios al servicio de las élites políticas y económicas insertas en el sistema capitalista, sin tomar en cuenta que también hay totalitarismos, élites y dictaduras de izquierda, es importante destacar que esta propuesta teórica ubicó a la comunicación, tanto en la práctica cotidiana como en su constitución disciplinar, en el terreno político, a diferencia de las ópticas conductistas y funcionalistas, que sólo veían a la comunicación como un elemento ‘modernizador’ y preservador armónico de los roles sociales.

El carácter político de la propuesta alternativa tuvo el acierto de poner en el centro del debate el deseo de descolonizar ciertos saberes y democratizar no sólo las comunicaciones, sino la vida pública, como expresaba Castillo (1980), al condenar la monopolización de la comunicación y la trivialización de los contenidos con fines meramente mercantiles e ideológicos. Ello implica, en palabras de Paulo Freire, el negar a los demás el derecho a “pronunciar” el mundo.

Este anhelo democratizador también tiene un profundo sentido comunitario. Según Freire, los oprimidos tienen ante sí la titánica e histórica tarea de organizarse para liberarse a sí mismos, mediante la transformación del diálogo en una relación horizontal, y así recuperar la humanidad perdida ante la violencia de los opresores: “El hombre dialógico que es crítico sabe que el poder de hacer, de crear, de transformar, es un poder de los hombres y sabe también que ellos pueden, enajenados en una situación concreta, tener ese poder disminuido” (2005: 110).

La comunicación alternativa, independientemente de las divergencias entre sus principales autores, surgió como una necesidad de dejar de percibir la realidad a través de conceptos foráneos y de construir modelos de comunicación más participativos frente a las retóricas construidas desde las élites de poder que monopolizan la información con pretensiones antidemocráticas.

En palabras de Luis Ramiro Beltrán, la construcción de un modelo de comunicación horizontal implicaría entender que “la comunicación es el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación” (2007: 85).

En tanto que desde el paradigma cultural latinoamericano, Jesús Martín-Barbero advierte de una peligrosa “ilusión *mcluhiana*”⁷ según la cual el carácter alternativo vendría del medio en sí mismo, pero en realidad lo alternativo más bien sería lo ‘popular’. Aunque esto no significa en absoluto la marginalización del proceso, sino que los grupos dominados ejerzan su derecho a expresarse por medio de la palabra, y no en función de una perspectiva discursiva homogénea, sino compleja:

La comunicación será alternativa en la medida en que asuma la complejidad de esos procesos: si junto al lenguaje del medio se investigan también los códigos de percepción y reconocimiento,

⁷ Adjetivo derivado de la famosa tesis de Marshall McLuhan: “El medio es el mensaje”.

los dispositivos de enunciación de lo popular, códigos y dispositivos de enunciación de lo popular, códigos y dispositivos en los que se materializan y expresan confundidos ya, la memoria popular y el imaginario de masa (Martín-Barbero, 2002: 120).

‘Lo popular’ no tendría nada que ver con ‘lo marginal’, como algunas lecturas de la comunicación alternativa han sostenido al no poderse liberar de las “tramposas teorías de la cultura de la pobreza” (Martín-Barbero, 2002: 126).

Umberto Eco también afirmó que “la cultura de las masas no es uniforme como los sociólogos apocalípticos pensaban que era la Cultura de Masas. Las reglas textuales pueden variar de un grupo a otro, de un lugar a otro y de un período a otro” (1994: 192). La concepción de lo alternativo, ya sea desde el mensaje mismo, el anhelo en la división del trabajo bajo la idea de la producción comunicativa horizontal, o bien, ambos aspectos, puede generar diferencias entre los autores de esta propuesta teórica, pero el reto común en todos es buscar que aquella región que conocemos como América Latina y el Caribe se piense a sí misma desde su propia realidad, cara a cara frente al espejo.

Por un lado, hay voces radicales que piden a los científicos sociales comprometerse con la emancipación de oligarquías e imperialismos desde una visión anticapitalista, y por el otro, hay otras posturas más moderadas, que defienden la legítima opción de asumir una postura política o simplemente no hacerlo, más lo importante es debatir para “pensar por sí mismos” (Beltrán, 1976: 106) y comprender que “el nuevo enfoque parte de entender la comunicación integral y dinámicamente como un proceso en el cual todos los componentes merecen una atención comparable e inseparable” (Beltrán, 1976: 104).

Como parte de las tradiciones críticas latinoamericanas, el paradigma alternativo parece haberse estancado, refiere Tanius Karam (2016), pues en él prevalece una visión reduccionista al caracterizar la cultura de masas como “negativa” y la comunicación como “tecnología”, “medio” o “herramienta”, pero su valor radicó en pasar de la concepción de una sociedad receptiva a pensar en una sociedad más participativa, mediante “otra manera” de difundir y decodificar mensajes. Plantea que “un reto —no propio de los Estudios de Comunicación— es cómo generar conocimiento *junto con* los movimientos sociales que permita transformar la realidad, y que justamente permita construir una ‘teoría desde abajo’” (2016: 251).

Al analizar el concepto de “prácticas *decoloniales* en la red”, esgrimido por Claudio Andrés Maldonado Rivera, Karam dice que al igual que la comunicación alternativa y popular, esto implica “promover a través del uso de las tecnologías de un nuevo *agenciamiento* colectivo donde la red tenga una actitud de resistencia, reacción y proyección contra los procesos de

deslocalización, asimilación o imposición cultural que ‘desde afuera’ intentan normalizar a la sociedad” (2016: 255).

La base del pensamiento crítico en comunicación tiene sustento en la idea de lucha, como sostenía el joven Karl Marx en el siglo XIX, cuya teoría, afirma Karam, ya no es el epicentro de las teorías críticas, aunque esto no implica que haya caducado, sino que se ha adaptado a otras agendas, como la ecología, el género o la sexualidad, de manera que de su seno hoy surgen otros constructos teóricos, como la “comunicación comunitaria”, la “comunicación ciudadana”, la “comunicación en derechos humanos” o la “comunicación con perspectiva de género o feminista”, que se inscriben en el marco no de una sola hegemonía, sino en un mundo en el que convergen distintas hegemonías y contrahegemonías.⁸

Reflexión final: Una noción de “nosotros” en movimiento

Dentro de nuestro campo disciplinar, la comunicación alternativa constituyó una mirada reflexiva, inserta en la tradición crítica latinoamericana, en torno al grado de monopolización del sistema mediático, pero al mismo tiempo, una propuesta de acción sobre la realidad social, lo cual implicó pensar en ‘otras’ vías para procesar, difundir, entender y organizar la información de interés público, bajo un anhelo profundamente político y democrático.

Para la comunicación política, los aciertos, contradicciones y omisiones del modelo representan un referente insoslayable con el fin de entender la breve historia de un campo disciplinar en pleno debate epistemológico, pero también para pensar en cómo el paradigma, entre sus claroscuros, nos propone crear alternativas democratizadoras, no sólo con respecto a las dictaduras y totalitarismos de un pasado no tan lejano, sino al interior de sistemas que se asumen como democráticos, pues este planteamiento teórico hoy día tiene eco en vertientes críticas que no sienten agotadas las demandas y necesidades comunicativas populares en el sistema representativo de partidos, el libre mercado, la democracia liberal, los medios e instituciones gubernamentales, así como en quienes ven en las redes sociales de internet una posibilidad de horizontalidades comunicativas.

⁸ En *Hegemonía y estrategia socialista*, Mouffe y Laclau plantean una ‘radicalización de la democracia’, ante una crisis en las visiones marxistas y como una profundización de la ‘revolución democrática’ que inició en el siglo XVIII y que continuó con los discursos socialistas del siglo XIX mediante una “articulación de las [...] [...]luchas contra las diferentes formas de subordinación —de clase, de sexo, de raza, así como de aquellas otras a las que se oponen los movimientos ecológicos, antinucleares y antiinstitucionales—” (1987: 6).

La comunicación alternativa también intentó abonar a la descolonización del conocimiento en nuestra disciplina, y por ende, a tratar de ‘latinoamericanizar’ un territorio de saberes que ha padecido las imposiciones de paradigmas foráneos y la ausencia de modelos acordes con la realidad de la región. De esta manera, las propuestas alternativas mostraron que la comunicación no debe ni puede agotarse o reducirse a encuestas de opinión, estudios de mercado, indagaciones sobre impacto mediático, campañas electorales o propaganda política de quienes luchan o buscan mantenerse en el poder en el seno del Estado-Nación.

El enfoque tuvo un sentido práctico y vivencial, desde las bases de los excluidos y movimientos sociales reivindicatorios. Aunque también es posible cuestionarle por qué hubo una especie de ‘satanización’ hacia el entretenimiento de masas, las prácticas comerciales y la propaganda política en los grandes consorcios mediáticos, y al mismo tiempo una divinización de la educación y lo ‘popular’. Pero estas posturas no son únicas en la teoría crítica. Adorno y Horkheimer, por ejemplo, advertían de una mercantilización de la cultura y su consecuente perversión en el marco de las industrias culturales.

Asimismo, podríamos preguntarle a la teoría de la comunicación alternativa cómo es que entre el binomio antitético comercial-alternativo se dan hibridaciones e intercambios, cuya barrera o línea divisoria puede ser muy delgada o simplemente nula, y por ende, no hay ‘purezas’ en lo relativo a la entelequia llamada ‘pueblo’ y su consecuente adjetivo ‘popular’, como lo sostienen en sus obras Martín-Barbero o García Canclini.

40

La comunicación alternativa posiblemente focalizó e incluso limitó su interés en la problemática de los medios de comunicación masiva, la cultura de masas, así como en la lucha antagónica —y quizá hasta melodramática— entre los dominadores del discurso mediático que manipulan el lenguaje para mantener el poder económico y político, versus los ‘desposeídos’ de voz, quienes estarían al acecho de las perversiones edificadas desde una omnipresencia de los llamados medios tradicionales. Valga expresar esta hipérbole para describir aspectos que asemejarían a funcionalistas y críticos en el plano de los efectos de los medios y que han sido rebatidos desde *La invasión desde Marte* de Cantril (en la década de 1940) hasta nuestros días.

No obstante, otra lectura de la comunicación alternativa nos sitúa en el campo de la política, y esta sólo tiene razón de ser en la diferenciación de identidades, en la relación entre contrarios, entre ‘agonistas’ que construyen la narrativa de lo público. Lo público, a su vez, implica pensar en un sentido comunitario y de responsabilidad compartida, que impulsa a romper con individualismos para crear redes sociales con el objetivo de luchar por revertir o reducir las desigualdades prevalecientes en las comunicaciones que pretendidamente se ubican en lo lineal, vertical o unidireccional.

La comunicación alternativa buscó ampliar los espacios de construcción de información y de realización del debate público, para que éstos no sean sólo el privilegio de un sistema latifundista de medios. Esto significa también la posibilidad de que periodistas, investigadores y comunicadores en general puedan hacer alianzas con los ciudadanos para escudriñar el poder, pero sobre todo para encontrar las fisuras de éste y generar propuestas que rompan con la agenda mediática y los encuadres informativos establecidos desde las diferentes hegemonías en el espacio público.

La importancia de la comunicación alternativa radica en buscar revertir, a través de la práctica política y la vivencia comunicativa, una tradición periodística en la región latinoamericana marcada fuertemente por una relación compleja entre el empresariado mediático y las instituciones del Estado nacional, de cuyas dinámicas y tensiones depende en gran medida, entre otros factores, la información que se publica masivamente. Evidencias de ello las encontramos de norte a sur.

En el México del siglo XX, por ejemplo, la censura y la autocensura fueron parte de las consecuencias de un modelo de medios caracterizado por las intensas relaciones entre el gobierno⁹ y los intereses de las compañías de comunicación, como señalan Monsiváis y Scherer en *Tiempo de saber. Prensa y poder en México* (2003). En Chile, al final del subcontinente latinoamericano, autores como Mönckeberg (2009) han revelado con sus investigaciones la extrema concentración de los medios en ese país sudamericano en una línea de espacio y tiempo en donde parece no haber puntos de quiebre entre la dictadura y la época de la democracia y el libre mercado, que se han encargado de consolidar a los magnates de la prensa... ayer y hoy.

La teoría de la comunicación alternativa fue además una acción didáctica, al promover, tanto en las universidades como en las comunidades, un pensamiento crítico hacia los modelos de comunicación empresariales e institucionales, lo cual implica cuestionar los roles que asumen estos consorcios mediáticos en la esfera pública, así como sus prácticas organizativas y las diferentes maneras en que se construyen las noticias al interior de sus redacciones. Además, al mismo tiempo, le dio la cualidad de ‘comunicador’ y ‘agente político’ al ciudadano preocupado por lo público.

Si bien puede criticársele a la comunicación alternativa la falta de una teoría integrada u homogénea —ya sea porque hay autores que atribuyen la cualidad de ‘alternativo’ a la práctica comunicativa, mientras que otros a la construcción de mensajes contrahegemónicos, o porque deben considerarse ambas condiciones, entre otras

⁹ Primero en dictadura y luego en un régimen de partido único.

consideraciones—, sus prácticas abonaron en su conjunto a la politización social en un momento de lucha a favor de la democracia y las libertades ciudadanas, las cuales no se agotan hoy sólo con el ejercicio del voto ciudadano universal o la alternancia partidista, sobre todo porque al interior de las democracias también existe el riesgo de que emerjan visiones totalitarias y hegemónicas.

Ante las visiones fragmentarias e individualistas del sujeto, la comunicación alternativa tiene una propuesta comunitaria, una noción de ‘nosotros’ en movimiento. Más allá del medio, la idea es lograr una reunión de experiencias políticas, interactivas, dialógicas e identitarias que permitan resistir y transformar la realidad. En la actualidad, esta dinámica puede observarse en una amplia gama de causas contrahegemónicas, ya sea desde la inconformidad sociopolítica en las calles, los indignados del sistema económico, los feminismos, las luchas ambientalistas, los animalistas, los ciberactivismos, los periodismos alternativos, las disidencias sexo-genéricas del llamado colectivo lésbico, gay, bisexual, travesti, transgénero, transexual e intersexual (LGBTI), entre otros, que buscan la comunicación como vía para construir otras alternativas de vida.

En un mundo en el que convergen distintas hegemonías, también quieren levantar su voz un sinnúmero de alternativas para aprovechar las fisuras y subterfugios del poder, así como las posibilidades que dan las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) para amplificar la participación social. De esta forma, la comunicación alternativa constituye una vía por la que sectores históricamente no reconocidos como interlocutores políticos pueden hacer valer su derecho a mostrarse en el espacio público, al mismo tiempo que periodistas, comunicadores e investigadores puedan indagar y exhibir las asimetrías mediáticas e informativas que han configurado el mundo.

Fuentes

- Althusser, Louis (1989). *Ideología y aparatos ideológicos del Estado (Notas para una investigación)*. Pp. 183-206. Recuperado de: <http://perio.unlp.edu.ar/teorias2/textos/m3/althusser.pdf>
- Barranquero, Alejandro y Chiara Sáez (2010). “Comunicación alternativa y comunicación para el cambio social democrático: sujetos y objetos invisibles en la enseñanza de las teorías de la comunicación”. Congreso Internacional AE-IC Málaga "Comunicación y desarrollo en la era digital". Recuperado de: <https://orecomm.net/wp-content/uploads/2010/01/AEIC-Barranquero-Saez.pdf>

- Beltrán, Luis Ramiro (1978). "Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina". En Moragas: *Sociología de la comunicación de masas*. Tomo II, pp. 73-107.
- — (2007). "Un adiós a Aristóteles: La comunicación 'horizontal'". Punto Cero. Universidad Católica Boliviana. Vol. 12, núm. 15. Pp. 71-91. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/4218/421839607009.pdf>
- Corrales García Fernanda e Hilda Gabriela Hernández Flores. "La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación". *Razón y palabra*, n. 70. Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N70/CORRALES-HERNANDEZ-REVISADO.pdf>
- Díaz-Bordenave, J. (2012). "La comunicación y el nuevo mundo posible". *Razón y Palabra*. Recuperado de <http://www.revistarazonypalabra.org/index.php/ryp/article/view/453>
- Eco, Umberto (1994). "¿El público perjudica a la televisión?" En: De Moragas Spa, Miguel. *Sociología de la comunicación de masas. Estructura, funciones y efectos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Fleischman, Luciana, Xavier Ginesta y Miguel López Calzada. "Los medios alternativos e Internet: un análisis cualitativo del sistema mediático español". *Andamios*, 2009, vol. 6, n. 11, pp. 257-285. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-00632009000200011&lng=es&nrm=iso
- Freire, Paulo (2005). *Pedagogía del oprimido*. México: Siglo XXI.
- Karam, Tanius (2016). "Tensiones para un giro decolonial en el pensamiento comunicológico. Abriendo la discusión". *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*. Núm. 133. Pp. 247-264. Ecuador: CIESPAL. Recuperado de: <http://chasqui.ciespal.org/index.php/chasqui/article/view/2680/pdf>
- Laclau, E. & Mouffe, C. (1987) *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Madrid: Siglo XXI
- Martín-Barbero (2002). *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Santiago: Fondo de Cultura Económica.
- Mattelart, Armand, et. al. "Críticas a la 'Communication Research'". En: *Los medios de comunicación de masas. La ideología de la prensa liberal*. Pp. 11-22.
- Mönckeberg, M. O. (2009) *Los Magnates de la Prensa: Concentración de los medios de Comunicación en Chile*. Santiago: Random House Mondadori.
- Monsiváis, C. & Scherer García, J. (2003). *Tiempo de saber. Prensa y poder en México*. México: Nuevo Siglo Aguilar.
- Prieto, Daniel (1997). *Discurso autoritario y comunicación alternativa*. México: Ediciones Coyoacán.

- Riva Palacio, Raymundo (2004). *La prensa de los jardines: fortalezas y debilidades de los medios en México*. México: Random House Mondadori.
- Sager, Federico (2011). "Una aproximación al concepto de comunicación alternativa". *Question: Revista Especializada en Periodismo y Comunicación*. Vol. 1. No. 30. Universidad Nacional de la Plata. Recuperado de: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1164>
- Santa Cruz, Eduardo (1997). "Estudios de comunicación en América Latina y Chile: acerca de causas y azares". Recuperado de <https://www.scribd.com/doc/100085001>
- Simpson Grinberg, Máximo (1986). "Comunicación alternativa: dimensiones, límites, posibilidades". *La escuela y los medios de comunicación masiva*. México: SEP.

El acervo digital del CDC buscará recuperar la memoria de la comunicación en México

Entrevista con Alma Gloria Reyes Perales

Rodrigo Martínez Martínez

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA, UNIDAD CUAJIMALPA

Desde su creación en 1977, el [Centro CONEICC de Documentación sobre Comunicación en México](#) (CDC) ha recopilado tesis, tesinas, memorias, actas, publicaciones y productos de investigación de las universidades que integran el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). Cuarenta y dos años después, el acervo dispone de poco más de 16 mil documentos en la sede establecida, desde 1983, en el ITESO de Guadalajara luego del Acuerdo de Asamblea y la firma del convenio para su custodia y operación. El archivo del CDC contiene “la primera etapa del campo de la comunicación ya como una disciplina profesional y visible” que, si bien estaba legitimándose en la década de 1970, ya disponía de una “materia crítica” que situó la comunicación más allá de sus profesiones según afirma, en entrevista, la maestra Alma Gloria Reyes Perales.

45

El centro que de inicio fue posible principalmente por la donación de ejemplares impresos de tesis de licenciatura está preparando una nueva etapa: las tres colecciones que conforman su acervo serán digitalizadas para constituir un repositorio digital. Para la Coordinadora de Documentación del CONEICC, la “utopía” que persigue este proyecto es que el CDC sea “el recurso más socorrido por todos los investigadores, que incentive precisamente la comunicación, y que recupere la historia de la comunicación y de los temas que nos han interesado desde los años sesenta”; es decir, la época en que comenzaron a surgir las escuelas de esta disciplina en México.

Trabajos recepcionales, didáctica e investigación son los tres bloques que articulan los documentos físicos que se encuentran en un área exclusiva de la Biblioteca Dr. Jorge Villalobos Padilla, S.J, también del ITESO, a partir de 2007. El CDC organizó desde su origen los materiales en tres campos de cobertura: estudios sobre la comunicación en México, estudios de comunicación realizados en México y documentos sobre enseñanza e investigación. Actualmente, el acervo incluye tesis de maestría y doctorado, y compone la historia del propio CONEICC. Es el archivo institucional con “todas las discusiones del Consejo acerca del campo de la comunicación” tanto en la enseñanza como en la investigación.

El Centro de Documentación del CONEICC fue creado en 1977 bajo la responsabilidad de José Rubén Jara Elías de la Universidad Iberoamericana. Cristina Romo Gil, Raúl Fuentes Navarro, Sofía Paláu Cardona y, actualmente Alma Reyes Perales, han asumido la tarea de acrecentar y visibilizar el CDC. También destaca el trabajo realizado por Sonia Roditi y Norma García, responsables de la clasificación de documentos y la atención a usuarios.

Hasta la fecha, el criterio de selección del CDC contempla trabajos directamente vinculados con el campo de la comunicación y con el periodismo, o aquellas investigaciones producidas en México. Dado que el archivo comenzó en la Universidad Iberoamericana con donativos de escuelas y facultades, en el presente sigue ponderando el trabajo de investigadores de universidades que integran el CONEICC. No obstante, el proyecto actual también admite colaboraciones de carácter internacional de América Latina y España.

—¿El Centro de Documentación realiza investigación con los materiales que recibe?

—Actualmente no. Al ser un centro de documentación principalmente físico, no fue tan fácil circular la información porque entró la legislación sobre derechos de autor. Eso nos limitó. El paso siguiente es la constitución de un repositorio digital. Ese repositorio será una realidad en unos meses.

En su veinte aniversario en 1996, el CONEICC publicó la edición electrónica del Catálogo General del CDC. Esa base de datos fue el primer paso hacia la digitalización. Desde entonces, la página institucional posibilita búsquedas por autores, por temas específicos o por áreas de conocimiento relacionadas con la comunicación. El acervo ofrece desde aspectos de comunicación política, comunicación organizacional, periodismo o semántica hasta “una parte muy importante del trabajo de investigación de personas cercanas al consejo, incluso, miembros como, por ejemplo, Javier Esteinou, Raúl Fuentes Navarro, Carlos Luna, Sofía Paláu y muchos otros”.

El CDC ha contratado los servicios de una empresa que estructurará el repositorio virtual. De los casi 16 mil documentos, aproximadamente veinte por ciento ya dispone de un soporte informático. Se trata de archivos PDF y otros que serán migrados a XML. En una primera etapa, estos materiales serán publicados en *open access*, con las licencias requeridas, sin modificar su formato. Después serán transferidos a hipertexto debido a que se trata de un lenguaje que no pierde vigencia como sucede con el PDF. Esto permitirá la consulta y descarga directa de las investigaciones ya que el CDC solía enviar copias por mensajería en atención a las consultas remotas hasta que cambió la ley de derechos de autor.

Hacia su segunda etapa el objetivo del repositorio virtual del CDC es sumarse al proyecto de documentación de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS). Cada una de las escuelas de comunicación que la integran dispone de repositorios y de equipos dedicados a la investigación que no están directamente vinculados con el CONEICC. A pesar de ello, la plataforma digital del CDC podrá alimentar ese acervo latinoamericano.

Para la maestra Alma Reyes, ello significa que, en algún momento, esta red será “el espacio con más recursos de publicaciones en el campo de la comunicación en el mundo”. La especialista en Difusión de la Ciencia y la Cultura considera que este acervo abarcará más allá de México, América Latina o Iberoamérica porque hay “mucho recurso humano y mucho trabajo, y esperamos que el CDC se siga alimentando porque se va a sustentar de todos esos repositorios a la vez”. Incluso, el proyecto contempla, en el mediano plazo, un acervo de producción audiovisual de la producción de las universidades que son parte del CONEICC.

El CDC aún no realiza investigación sobre su propio acervo ya que busca recuperar la historia del campo de la Comunicación para las nuevas generaciones. A pesar de ello, su coordinadora considera que pronto será un recurso indispensable para la generación de nuevas investigaciones.

Hacia una memoria de la comunicación en México

—La historia se vincula mucho con la memoria. ¿Considera que elaborar una memoria es un papel adicional del CDC?

—Definitivamente. De hecho, además de tener toda la estructura, la primera etapa va a ser justamente la recuperación de la memoria, al menos, de la parte que tenemos más a la mano; es decir, el trabajo y las discusiones que hemos tenido dentro del Consejo. Además de las representaciones de las carreras, aquí ha habido representantes del CONEICC en los diferentes organismos, espacios nacionales, gubernamentales e institucionales que han incidido en temas como los derechos de las audiencias o la legislación en comunicación y medios.

Uno de los debates sostenidos a lo largo de la historia de la asamblea del CONEICC ha sido el derecho de las audiencias. Se trata de un tema añejo que data de las décadas de 1960 y 1970, y que no ha llegado a una resolución definitiva. A decir de la profesora y coordinadora docente en el programa de Publicidad y Comunicación Estratégica del ITESO, se trata de un

proceso donde han existido trabas legales para que las audiencias puedan expresar sus exigencias.

Por ello, Reyes afirma que “la incidencia de la comunicación y de los profesionales de la comunicación y de las discusiones sobre la comunicación están claros”. Para quienes se dedican a la comunicación, además, recuperar la memoria, los temas y los autores abordados permite establecer “qué hemos privilegiado y qué hemos dejado de lado”.

—Con base en los materiales que actualmente recibe el CDC, ¿considera que el campo se está delimitando o se está ampliando?

—Se está ampliando, definitivamente. Y, con la llegada de la era digital, se está ampliando muchísimo. Sin embargo, creo que en buena medida se ha reducido la masa crítica. Es decir, creo que estamos navegando en lo superficial a diferencia del impulso que se tenía en los primeros años justamente por empezar a legitimar la importancia de la comunicación como tal.

—¿Esta apertura no implica el riesgo de que el campo pierda sus límites temáticos y pronto necesite buscar una identidad nuevamente?

—En la realidad lo que está sucediendo es lo primero. Sí hay una dispersión de temas. Esto lo puedes ver claramente en la oferta de programas, por ejemplo, de las escuelas de comunicación. Creo que son pocas las escuelas de comunicación que ofrecen solamente la carrera en ciencias de la comunicación o en comunicación. La oferta se abre con base en el seguimiento de egresados y en los espacios en los que se han colocado.

48

Como ejemplo de la situación actual de la comunicación en México, Alma Reyes menciona el caso del ITESO, institución en la que ha sido profesora desde 1991. Allí, la carrera de comunicación cumplió 50 años en el 2016. Es la segunda carrera de su perfil en el país. En 2012 diversificó la oferta de programas debido a que desde entonces había una tendencia a la baja en la matriculación a nivel nacional. Ello coincide con que los estudiantes de comunicación suelen percibirse como “especialistas en nada” al menos hasta que identifican áreas de trabajo como la publicidad, el periodismo, la producción audiovisual, la producción editorial y la investigación.

Aunque advierte que esta diversificación de la oferta profesional apunta hacia la pérdida de los límites, a lo que se suma el temor a ejercer profesiones como el periodismo por la violencia en estados como Michoacán, Guerrero, Jalisco o Tamaulipas, también piensa que la curaduría de tesis e investigaciones ofrece la oportunidad de encontrar “el sentido de lo que es la comunicación como campo profesional y como ciencia”.

Para Reyes, cada documento es algo más que un título y un resumen. En cada texto es posible visibilizar autores y temas. Cada uno representa un conjunto de metadatos donde se incluyen numerosos tópicos que tienen relación con los objetos de estudio principales. Se trata de un “trabajo de filigrana” en el que un documento puede aportar mucha información aun cuando aparenta carecer de relación directa con búsquedas muy concretas. El CDC no sólo pretende visibilizar los temas históricamente abordados, sino constituir una red entre los mismos. Aspira a devenir “mapa y brújula” de la investigación de la comunicación en México.



Hay que pensar el cine como algo más que un medio de comunicación

Entrevista con Jerónimo Luis Repoll

Arturo Becerra

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

“Podemos pensar al cine como un medio de comunicación y más que como un medio de comunicación”, afirma Jerónimo Luis Repoll para sugerir que es necesario pensar la manera en que la comunicación ha explorado aspectos como la resignificación, la resistencia, la apropiación y los usos sociales del cine que no han sido abordados por la teoría y los análisis especializados en ese medio.

A propósito de la investigación intitulada *Recuerdos, heterotopías y heterocronías. La experiencia cinematográfica en la ciudad de México*, que emprende en conjunto con Maricela Portillo y Vicente Castellanos, el investigador considera que la teoría de los efectos, los estudios de recepción y los estudios culturales constituyen “un capital teórico que la comunicación le aporta a los estudios cinematográficos y que se podría apostar por una lógica interdisciplinar” donde ambos campos posibiliten investigaciones. Y aunque se trataría de un “encuentro casi natural”, le extraña que haya sido poco frecuente.

En entrevista con la *Revista Mexicana de Comunicación*, Repoll abunda en la manera en que podemos relacionar el estudio de la experiencia cinematográfica con la investigación en el campo de la comunicación y sugiere que, bajo la visión propuesta por Marshall McLuhan, “el cine sería el mensaje”. En cambio, desde el punto de vista del tipo de experiencia que implica acudir al cine, el medio tiene la capacidad de cambiar la sensibilidad de una generación y la manera en que se piensa a sí misma en el mundo. El interés, entonces, va más allá del contenido.

“La experiencia cinematográfica, desde la teoría de los medios, tiene que ver con la experimentación de ir al cine, el lugar que ocupa el cine en el espacio urbano, el tipo de construcción y de expectación que genera la sala de cine. También supone experimentar de manera colectiva la recepción; esa forma de expectación colectiva” donde, más allá de las distintas jerarquías de los espectadores, todos habitan el mismo espacio y consumen al

mismo tiempo. Ello implica lógicas y rituales que dan lugar a una “articulación antropológica” donde la experiencia común instaura e inventa al cine.

“Por eso suena tan arriesgado decir que el cine ha muerto y que ha muerto justamente este tipo de experiencia”.

—¿Cuál es la pregunta más relevante que busca responder esta investigación colectiva?

—Lo que pretende nuestro proyecto no sólo es recuperar la perspectiva de las audiencias, sino volver a discutir la relación cine-sociedad, y cómo se fue constituyendo mutuamente la relación cine-sociedad-espacio urbano. Es una relación que nos habla también de una interseccionalidad donde converge género, clase y migración campo-ciudad; donde convergen una serie de dinámicas que son de orden sociológico y que, en cierta medida, configuran la experiencia cinematográfica. Pero, también, la experiencia cinematográfica, insisto, define al propio medio; define al propio cine o lo que estamos entendiendo por cine.

—¿Por qué empezar el proyecto con las personas a partir de 60 años de edad?

—Porque estamos trabajando con la memoria. Y, aunque sea cruel, en cierta medida teníamos el apremio de que la gente empieza a perder la memoria o muere. Asumiendo que las primeras generaciones que tuvieron una relación con el cine se perdieron y ya no las podemos recuperar, un elemento secundario o un resultado secundario, es construir un archivo de testimonios que nos permita recuperar después una serie de elementos que rebasen la experiencia cinematográfica. Entonces por eso la decisión de orden estratégico, pero también político, de recuperar los testimonios de una generación que se está apagando.

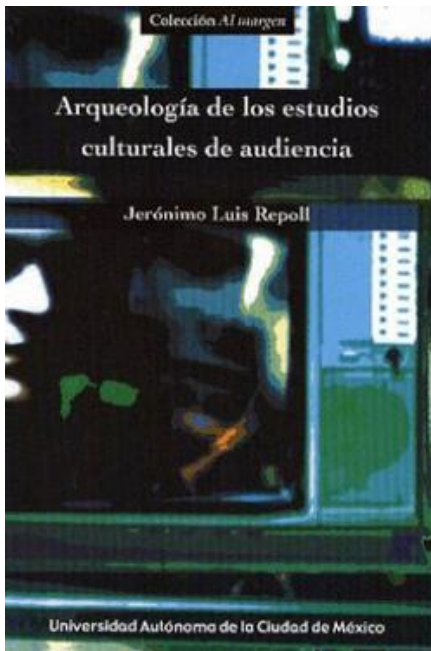
Además de coordinar la Maestría en Comunicación y Política de la División de Ciencias Sociales y Humanidades de la Unidad Xochimilco de la UAM, Jerónimo Repoll es autor del libro *Arqueología de los estudios culturales de audiencia* (UACM, 2010). También está a cargo del Grupo de Investigación Teorías y Metodologías de Investigación en Comunicación de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC). Una de sus temáticas de investigación es la relación entre memoria y experiencia. Su trabajo colectivo retoma ese interés al indagar, primero, la manera de recuperar las historias individuales de las personas; a partir de ello, en una segunda fase, busca relacionar ese proceso con la teoría de Maurice Halbwachs que establece un nexo entre historia y memoria.

Al respecto, Repoll señala que “la memoria individual se anuda a la memoria social. Nos interesa el testimonio en lo individual, en la trayectoria vital de cada una de estas personas;

pero, también, cómo se anuda justamente en una memoria social; cómo nosotros podemos leer, en el momento del análisis y la interpretación, los anclajes sociales que habilitaron esa memoria, que construyeron sentido común y que nos permiten pensar lo social más allá de lo individual”.

De acuerdo con el profesor investigador de tiempo completo del Departamento de Educación y Comunicación de la UAM-X, factores inciertos como el lugar de origen, el lugar de trabajo y el lugar de esparcimiento generaron dificultades para el estudio. Muchos entrevistados se han desplazado de un lugar a otro de manera constante: “Ese desanclaje en su trayectoria vital, los llega a desplazar también en términos de clase social”, piensa. Esto fue lo que permitió recurrir a lo que llama una “arquitectura metodológica” por la que fue pertinente pensar las trayectorias como un anudamiento de memoria individual y memoria colectiva.

Al evaluar si la investigación en equipo tiene el mismo objetivo que su trabajo previo, Repoll considera que, si bien la línea de investigación “se sostiene”, ahora se añade un desafío de carácter diacrónico que se debe a la “clave generacional” que no estaba considerada en la elaboración teórica del proyecto. Este aporte se debió a que Maricela Portillo había trabajado con la teoría de las generaciones en relación con la juventud. En el artículo publicado como resultado de ello, el reto fue comparar la experiencia de tres generaciones de la Ciudad de México.



En la investigación colectiva más reciente identifica un “segundo desafío estructural” que consiste en articular las tres dimensiones del estudio; es decir, la arquitectura de la infraestructura cinematográfica y su evolución, la oferta de las carteleras y la experiencia cinematográfica. Pero hay un tercer gran desafío: un análisis comparativo de los resultados de la Ciudad de México con otras urbes del país, como Laredo, y con otras ciudades del mundo donde figuran Cartagena, Buenos Aires y Barcelona. Además, hay otras localidades que están mapeando y explorando para el estudio.

—Elegimos arbitraria y estratégicamente empezar por el análisis comparativo de lo que la cartelera nos permite pensar. Creo que, donde esa estrategia comparativa va a plantear mayores desafíos, es justamente en el terreno de la experiencia cinematográfica, donde la dimensión

contextual que aporta la teoría de los estudios culturales es definitiva. Entonces, considero que ahí están los desafíos más significativos en el porvenir inmediato del proyecto.

—¿Con base en qué criterios se eligieron las ciudades a estudiar?

—Más que un criterio para elegir ciudades fue un efecto de contagio; de cómo enamorar a otros colegas que estaban haciendo otro tipo de investigaciones, a veces más cercanas y a veces más lejanas, que tenían la potencialidad de desarrollar o replicar el estudio y, al mismo tiempo, de aspirar a esta estrategia comparativa final que nos permitiera recuperar tanto continuidades como rupturas de la experiencia cinematográfica.

Además de sus labores como investigador y docente, Jerónimo Repoll es director editorial de [Tintable](#), un proyecto de publicaciones impresas y digitales sobre el campo de la comunicación. Dirigido por Leonel Sagahón, esta casa editora pondera el contexto de América Latina en enfoques tradicionales como la economía política de los medios, el derecho a la información y los estudios de audiencias. También se ocupa de temáticas emergentes como violencia y comunicación, periodismo convergente y redes sociodigitales.

—Finalmente, ¿el proyecto editorial Tintable tiene contemplada alguna publicación relacionada con la investigación de la experiencia cinematográfica?

—Trato de no compartir la relación autor-editor; sin embargo, sí creo que tanto el medio como la experiencia son muy atractivos para la editorial. Yo inscribiría Tintable más bien en una lógica de recuperar una experiencia que no se limite necesariamente a la cinematográfica, sino que sea una experiencia con los medios. Creo que hay un vacío; hay una carencia significativa de recuperar una historia social de los medios que creo que la editorial casi tiene la obligación de llenar.

Sobre esa línea, Jerónimo Repoll considera que existe la obligación de “empezar a mapear” una historia social del cine, la televisión, la radio y la prensa para identificar, antes de que pase más tiempo, cuál es el vínculo de la experiencia con el actual “entorno de comunicación móvil al cual estamos asistiendo”.

Crear cine de terror es una forma de entender al propio terror

Entrevista con Erick Suaste

Mikhail Salvador Reyes García
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

La muerte y el miedo son conceptos tan abstractos y presentes en el imaginario; esa amenaza o fuerza mayor que pone en riesgo nuestra vida cotidiana; que nos genera temor se materializa en objetos y arquetipos en todas las culturas. En el caso del cine de terror se entiende como una de esas formas simbólicas en que los seres humanos dotan de significado[s] al mundo.

Terror, una inquietud temprana

Diversos autores afirman que el fundamento de algunos temas de investigación académicos son sumamente subjetivos: parten de un interés o inquietud personal. El Maestro en Comunicación y Cultura, Erick Bernardo Suaste Molina, no recrimina esta idea. Su interés por el terror comenzó a temprana edad cuando su padre le leía historias de brujas y demonios. Además, presume que su padre también era un cinéfilo: “como a los 6 años comenzó a ponerme películas; todo tipo de películas, incluyendo cine de terror”.

Dos eventos marcaron su visión sobre este género de forma particular. A los 6 años, mientras veía *Eso (It)*, Tommy Lee Wallace, Estados Unidos, 1990), una escena lo asustó de forma severa. El desafío para él se convirtió en ya no tener miedo ante este tipo de películas. Luego, a los 14 años, mientras veía *La Maldición (The Haunting)*, Jan De Bont, Estados Unidos, 1999), hubo una primera inquietud por conocer qué es el lenguaje cinematográfico, propósito que cumplió durante su licenciatura y maestría en la UNAM.

Horror, hijo del terror

“No se puede entender una película de terror por aquello que te da miedo o que te asusta; no se puede reducir a una simple subjetividad”.

—¿Cuál es la diferencia entre los géneros del cine de terror y cine de horror?

—Aunque algunos autores consideran que el horror tiene que ver con el cumplimiento de una amenaza, yo considero que el horror también se vincula con la reacción que tiene el espectador con las escenas gráficas; por ellas se entienden imágenes violentas o inmorales. Podemos encontrar ejemplos en *torture porn o gore*, donde ocurren desmembramientos de cuerpos, o en el caso de los monstruos tenemos figuras deformes; esas son las fuentes del horror: producen en el espectador una sensación de repulsión.

"El terror, por otro lado, aprovecha estrategias psicológicas que se generan en la narración y construcción del suspenso. Aunque el suspenso en sí es un recurso que se utiliza en todos los géneros, en el terror tiene una forma específica: construye una amenaza que se percibe por diversos elementos fílmicos dentro y fuera de campo. No todo el cine de terror produce horror; esas imágenes que nos causan repulsión. Tenemos por ejemplo *El Proyecto de la Bruja de Blair (The Blair Witch Project, Myrick-Sánchez, 1999)*, nunca vemos a la bruja pero nos causa temor. Definir lo qué es horror o terror es una tarea taxonómica"¹.

55

El doctor del horror

Si Alfred Hitchcock es considerado “el Maestro del Suspenso”, Erick Bernardo Suaste Molina debe llevar por sobrenombre “el Doctor del Horror”. Su mérito reside en lograr no sólo la visibilización de géneros históricamente relegados como el terror y el horror, sino en convertirlos en objeto de estudio para las Ciencias de la Comunicación.

—¿Cómo se estudian géneros del terror y horror?

—Partiendo de la perspectiva del giro lingüístico, poner al lenguaje en el centro de la comprensión del ser humano para estudiar la significación; es decir, la producción de signos.

¹ La taxonomía del terror es un intento por trazar límites entre este género con otros dado que siempre ha estado sujeto a la hibridación con la ciencia ficción, el thriller e incluso, con algunas formas de comedia.

El cine es parte de ello, es un sistema de significación. Abordar a estos géneros desde el estructuralismo; particularmente desde la narratología y semiótica narrativa, utilizando el método *decoupage*, permite estudiar a los géneros como vehículos de significado.

"También, la historiografía del género ha aportado que el terror tiene puntos creativos en periodos históricos grises. Parten de la premisa de que las imágenes cinematográficas se utilizan para construir metáforas o alegorías sobre el contexto de los espectadores".

"Por otro lado, los géneros se tratan de estructuras formales que comparten determinados rasgos y objetos en común; formando una relación pragmática con el espectador. Pues es este quien reconoce convenciones [o esquemas] en los géneros cinematográficos creando expectativas. Es como una montaña rusa de emociones donde uno espera saltar del asiento".

—¿Cuál es la situación en el estudio del cine de terror y horror?

—Investigaciones de cine hay. Cuando empecé en el campo de la investigación del cine de terror y horror, pensé que estaba solo. En realidad me di cuenta que los investigadores de cine, en general, estamos dispersos. Hay coloquios e institutos donde podríamos estar reunidos, pero no hay un espacio determinado que se avoque claramente a la investigación académica de la cinematografía.

"Hay muestras de investigaciones y proyectos en cine de terror, sí se ve un interés en el tema, al menos en nivel licenciatura. Me he encontrado con unas 200 tesis sobre cine de terror; esto me dice que el género comienza a ser visto de otro modo. Los alumnos detectan temas de interés y mi trabajo es orientarlos hacia dónde pueden dirigirse".

—¿Qué pasa con el cine de terror en México?

—La industria del cine en México está en mal estado y me refiero a lo dicho por críticos y analistas de cine. Aunque ha entrado dinero a la producción, se ha dado preferencia a géneros como la comedia, y el contenido todavía se queda corto para competir con otras industrias.

"El desafío es que a las personas en general no les gusta el cine de terror mexicano, la producción sigue en desarrollo y sobre todo, parece ser que el contenido no es verosímil ¿Cómo es verosímil un payaso endemoniado en una película extranjera? bueno, porque construyen un universo con reglas propias. Y en el caso mexicano, no existe eso".

"Es un problema interesante; la película *La Maldición de la Llorona* (*The Curse of La Llorona*, Michael Chaves, 2019) es una película bien adaptada ¿Por qué los productores extranjeros sí se pueden apropiarse de un mito que es nuestro? Mientras que nosotros no podemos aprovechar la mitología y la tradición de nuestras leyendas. Hay mucho de donde escoger; incluso la nota roja en nuestro país".

Nombres en el cine de terror

"El cine de terror nos permite disfrutar de muchas cosas que en la vida diaria no podemos porque son inmorales: es un contrato".

Además del estudio de los géneros cinematográficos desde la teoría de los géneros y estructuralismo, Erick Suaste ha abordado temas como la hipermodernidad en el cine, el vínculo del *gore* con la imagen—exceso. Para él, este género trastoca todas las pautas de producción cinematográfica y lo analiza a través de planteamientos de Gilles Lipovetsky.

—¿Cómo ha evolucionado el género del terror?

—En los años 80 el cine se transformó; las salas de cine empezaron a competir con el *home box office*, televisión por cable y la renta de videos. La gente disminuyó su asistencia al cine y la industria tuvo que transformarse. El propio dispositivo del cine, hablando de la sala de proyección, fue transformado, por ejemplo, con la llegada del múltiplex.

"Los contenidos se transformaron; la violencia fue un recurso. Ésta tomó un papel central en la transformación de los contenidos del terror; particularmente en subgéneros como el *gore*. Pero esta no se trataba de llamar la atención solo por hacerla. Se trató de una respuesta al contexto cultural, en el caso estadounidense. Remontando a la historia, en los años 30 se representaban amenazas externas por el conflicto bélico que se situaban en Europa".

"Para los años 50 la ciencia ficción y el terror comenzaron a fusionarse en Estados Unidos: extraterrestres con *Invasión de los Usurpadores de Cuerpos* (*Invasion of the Body Snatchers*, Don Siegel, 1965), la amenaza de guerra nuclear, *Godzilla* (Ishiro Honda, 1954) en Japón. Fue en los años 60 donde nace el terror moderno: ahora, las amenazas internas cobran relevancia".

"La sociedad estadounidense puso el dedo en la llaga. Son las propias personas, los ciudadanos quienes pueden hacer daño. Es un signo de que la sociedad estaba cayendo moralmente y al fin el cine volteó a los espacios rurales donde estaba lo que ellos consideran

whitetrash y *redneck*. Surgen notas rojas de asesinos seriales, asesinos en granjas y bosques. El cine se apropia [diferente a ser un reflejo] de esos monstruos morales y esa ola de violencia. Estos temas, al ser puestos en escena, revolucionaron incluso el concepto visual en cuanto a la forma".

"El cine de terror moderno es trasgresor con sus subgéneros: *slasher*, *splat*, satanismo, vampirismo, entre otros. Comenzaron siendo producciones de bajo presupuesto y utilizaron recursos creativos para experimentar con la imagen y ser contraculturales; pasaron incluso por procesos de censura".

"Los rollos 16 mm donde fueron filmados los filmes al ser pasados a un formato diferente, distorsionaron su imagen y crearon su propia forma: fotografía sobreexpuesta, color ocre abundante, oscuridad, una imagen granulosa y deformada. Curiosamente, les favoreció para crear su estilística y captar el sentido que buscaba ser transmitido, como pasó en *La Masacre de Texas* (*The Texas Chain Saw Massacre*, Tobe Hooper, 1974)".

—¿Cuáles son los directores referentes del cine de terror y horror?

—Para hablar de directores, hay que hablar de periodos de la historia. El inicio se sitúa con el Expresionismo Alemán en la década de los 20. Surgen nombres como Friedrich Wilhelm Murnau, Robert Wiene, George Waggner, entre otros.

"En los 30 los estudios Universal compran derechos de novelas victorianas británicas para ser adaptadas primero al teatro y luego en el cine. Los realizadores principales son: Tod Browning, James Whale y Karl Freund, entre otros. Posteriormente, también es importante el trabajo de la Hammer Productions con Terence Fisher, Val Guest y John Gilling".

"El cine de terror moderno, que nació en los 60, dio lugar a otros movimientos. Las figuras que destacan son George A. Romero, William Friedkin, Tobe Hooper y Richard Donner. Otros nombres que resonaron fueron John Carpenter, Steven Spielberg, Roman Polanski, Brian de Palma, Francis Ford Coppola, Dario Argento, Mario Bava. Actualmente, estamos viviendo lo que algunos han denominado el *Art House Horror Story*, para muestras: *La Bruja* (*The Witch*, Robert Eggers, 2015), *El Legado del Diablo* (*Hereditary*, Ari Aster, 2018) o *Un Lugar en Silencio* (*A Quiet Place*, John Krasinski, 2018)".

¿El cine de terror tiene fin?

“El cine de terror ya ha mostrado todo lo que debía mostrar”.

Para el Maestro en Comunicación por la UNAM, que actualmente está desarrollando una tesis doctoral sobre el cine de terror desde el punto de vista de la teoría de los afectos, la investigación en cine de terror y horror debe renovarse. Al igual que lo han hecho estos géneros.

—Cada año se afirma que el cine de terror ha sacado su mejor película, que está renaciendo después de una crisis. Eso es algo que se debe tomar con cuidado; el cine de terror no ha muerto. Ha tenido sus momentos de bajas y repuntes creativo-comerciales. El propio Rick Altman, en su libro *Los géneros cinematográficos*, señalaba que los géneros tienen sus ciclos. Se ha llegado a señalar que el cine de terror es quien ha rescatado a la industria *hollywoodense*. Son películas que con una baja inversión generan cuantiosas ganancias. No es el único género original, pero es una de las fuentes que constantemente tiene innovaciones en cuanto a ideas. A la gente le sigue gustando. Hay datos que respaldan esto en Canacine. El terror ha creado figuras en el imaginario que unen nuestro pensamiento. *Eso Capítulo 2 (It Chapter 2, Andrés Muschietti, 2019)* es muestra de ello.

59

Para ampliar el panorama de un campo de estudio en desarrollo, como el cine de terror y horror, Erick Suaste señala que se deben explorar posturas que trasciendan los análisis tradicionales sobre discurso y representación. Los investigadores de este campo deberán voltear a ver los filmes contemporáneos y filmes de otras latitudes. No dejar desapercibido lo que se produce en el oriente, en Europa y, por supuesto, en Latinoamérica y México. Hay que redefinir lo que se entiende por cine de terror: diversificar la idea de que sólo se produce miedo, o lo que espanta, en este género.

“No puedo responder a por qué nos gusta el cine de terror, pero hacer cine de terror es una forma de entender la emoción del terror y el poder que tiene sobre nosotros”.

Periodismo, medios y credibilidad

Recorrido obligado por la República Mexicana

Vicente Castellanos Cerda

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA, UNIDAD CUAJIMALPA

Periodismo, medios y credibilidad. Recorrido obligado por la República Mexicana

Aideé C. Arellano Ceballos, Elvira Hernández Carballido

Fragmentario de la comunicación rupestre, tomo III

México, Elementum, 2019.

¿Por qué se le cree a unos periodistas y a otros no?, ¿por qué vemos, oímos y leemos un medio informativo y no otros?, ¿qué hace que como público valoremos la veracidad y la honestidad de medios y periodistas que de manera cotidiana merecen nuestra atención? Estas fueron las preguntas que originaron el V Encuentro Regional de Investigación de la Comunicación, auspiciado por la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC), la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa, y la Universidad de Colima, sede del encuentro.

Un resultado de este Encuentro fue la redacción, dictaminación y publicación del tercer tomo de la colección Fragmentario de la comunicación rupestre de editorial Elementum que preside Mayte Ramos. A este tomo le preceden *Cruces identitarios. Investigadores, estudiantes y medios que definen las nuevas caras de la comunicación* (2016), y *Trump y otros retos* (2017). En conjunto los tres volúmenes suman 28 artículos, reportes de investigación y ensayos.

El presente ejemplar, *Periodismo, medios y credibilidad. Recorrido obligado por la República Mexicana*, coordinado por las doctoras Elvira Hernández Carballido y Aideé Arellano Ceballos, consta de 13 artículos que, además del tema que convoca, refleja un fenómeno reciente en nuestro campo de estudio: la coautoría. Las trece colaboraciones fueron realizadas por 25 autoras y autores.

He decidido dividir la lectura de este libro en dos temáticas. Primero me refiero a los textos que definen, caracterizan y reflexionan el fenómeno de la credibilidad como un valor positivo de medios, periodistas y públicos. En segundo término, doy cuenta de aquellas

colaboraciones que desarrollan aspectos particulares del tema, ya sea como casos o a partir de perspectivas legales, coyunturales o propias del ejercicio periodístico.

El libro abre con un artículo en el que Aideé Arellano y Arnoldo Delgadillo se preguntan qué es la credibilidad en el ejercicio periodístico. Exploran la opinión de los estudiantes, la población y los periodistas mediante la aplicación de una metodología proveniente de las redes semánticas naturales. Logran explicar que la credibilidad se traduce para los estudiantes y la población en veracidad y en cualidades personales del periodista como seriedad, reputación, honestidad y respeto. En cambio, para los periodistas está relacionada con imparcialidad, compromiso y vocación.

No obstante, la autora y el autor critican estas formas de concebir la credibilidad, pues consideran que pensarla así es un exceso de idealismo. En contraste, proponen una credibilidad que está sustentada en procesos de investigación periodística, en la diversificación de fuentes y en la verificación de la información, pues sólo así se puede hacer frente a las noticias falsas en la era de la posverdad.

Con un tratamiento de ensayo biográfico, Elvira Hernández y Martha Guerrero de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, relatan el modo en que Rosario Castellanos en su práctica periodística lograba gran fuerza de credibilidad por el empleo magistral de la palabra, la ironía y por una defensa inteligente de lo que significaba ser mujer en el siglo XX. Afirman las autoras que Rosario Castellanos escribe para dar significado profundo y reflexivo a lo común y a lo próximo: “No da consejos, no es experta en nada, simplemente comparte emociones y percepciones, convicciones personales basadas en su experiencia de vida, en su manera de sentir y creer” (52).

Esta escritora emplea la ironía como un recurso sutil pero efectivo para protestar contra los códigos de comportamiento tradicionales de mujeres y hombres. La ironía es un modo de desmitificar tabúes. El artículo concluye con la afirmación de que Rosario Castellanos se ganó a pulso la credibilidad de sus lectoras y lectores por su estilo, argumentos lógicos, giros irónicos y las temáticas abordadas durante los once años que colaboró en el periódico *Excelsior*.

“Principios pragmáticos de construcción y mantenimiento de la credibilidad en un medio de servicio público. Caso UAM Radio 94.1, Ciudad de México”, es el título del artículo en el que propongo que la credibilidad en un medio universitario es el efecto perlocutivo que resulta del reconocimiento de una situación de comunicación positiva y de una serie de actos ilocutivos en los que medios y audiencia cooperan para interpretar cierto tipo de información porque se cree lo que se dice y a quien se dice.

En el caso de UAM Radio 94.1, una emisora que inició transmisiones el 11 de marzo del 2011 se le cree porque posee y expresa los siguientes rasgos:

- es parte de una institución educativa joven y de calidad;
- genera empatía con el público porque es una radio congruente al decir en el espacio público quién es y qué intenciones tiene en lo social, lo ético y lo artístico;
- sus académicos son origen y fundamento de información y opiniones;
- cuenta con órganos de evaluación y acompañamiento estipulados en la ley;
- las audiencias tienen una representación formal en la emisora en la figura de la defensoría.

En suma, a UAM Radio se le cree en este momento de su existencia por la misma razón por la que se le cree a los jóvenes: viene de buena familia, es honesta y tiene futuro. “Definimos la credibilidad periodística como el logro que la audiencia otorga al periodista cuando este se gana la confianza a partir de cómo transmite la información, es decir, es algo que se va forjando y se refleja en el trabajo profesional, de investigación e información” (93-92). Esta es la definición de las autoras Zuleima Morquecho, Amaranta Muñoz, Elizabeth Andrade e Itzel Santos quienes trabajan con el tema de la credibilidad en periodistas mujeres.

Reconocen que el género no es determinante en la ganancia o pérdida de la credibilidad, por encima están la ética y el profesionalismo. No obstante, en las nueve entrevistas a periodistas mujeres que realizaron las autoras, identificaron que el periodismo en México se ha caracterizado por privilegiar representaciones masculinas y que las mujeres deben trabajar y demostrar el doble para destacar en su profesión.

62

En el mismo sentido de estudiar el tema de periodistas mujeres, Perla Gómez Gallardo, de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa, estudia los casos de Carmen Aristegui y Ana Lilia Pérez en un marco conceptual de carácter jurídico sobre la libertad de expresión en el mundo y en México.

La investigadora centra su interés en estas dos periodistas porque se caracterizan por apoyar y realizar periodismo de investigación, en el que la búsqueda de datos, contextos y explicaciones es el sustento de la credibilidad. Sin embargo, en el caso de nuestro país, la violencia, la censura y el control de la información son realidades que ponen en riesgo a las periodistas que ejercen el derecho de dar y recibir información sobre los asuntos públicos que le afectan e interesan.

La esfera comunicacional ha cambiado con la digitalización. Junto con las nuevas formas de hacer periodismo y de enfrentar los desafíos de la credibilidad en un flujo de información

interminable y sin filtros de comprobación y verificación, también aparecen otros fenómenos que vulneran el ejercicio periodístico y la credibilidad de los periodistas como lo puede ser la violencia digital.

Eduardo Barrios, Guadalupe Mar y María de Jesús Rojas, de la Universidad Veracruzana, exponen la noción de violencia en el marco del desarrollo de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación. La apropiación de las diversas plataformas digitales para difundir información son también un medio de expresión de la violencia contra periodistas en las que les ha sido negada su condición profesional y de personas al ser acusados, junto con sus familiares, de formar parte del crimen organizado o de participar en actos de corrupción. El ciberacoso contra estos profesionales de la información es otra expresión de la violencia estructural que sufre nuestro país.

En el segundo grupo de colaboraciones, aquellas que hacen referencia al tema de la credibilidad en alguno de sus aspectos particulares, se encuentra el texto de Elvira Hernández, Alejandra Araiza y Josefina Hernández, titulado “Violencia de género impresa: los feminicidios en la prensa”. Las autoras de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo se preguntan qué pasa con la credibilidad cuando la prensa informa sobre los feminicidios en México. Aseguran que para creer y ser creído se ponen en juego valores de veracidad, confianza y aceptabilidad en un pacto periodístico entre periodista y lectores. Trabajan en un nivel de concreción lingüística el tema de la credibilidad y, con base en el enfoque propuesto por Lourdes Romero, afirman que el periodista da garantías de credibilidad en sus escritos al citar textualmente a testigos e involucrados en el acontecimiento, recurrir a fuentes documentales perfectamente referenciadas y emplear expresiones que orientan la interpretación del texto, como “esto es un reportaje”.

En los casos de mujeres asesinadas por el solo hecho de ser mujeres, el periodista y los medios de información no están exentos de otros aspectos culturales como el sexismo y los prejuicios de clase o raza. Esto da lugar a un tratamiento sesgado de la información que, en el caso de los feminicidios, se traduce en ausencia de explicaciones contextuales, empleo del lenguaje sexista, revictimización de la mujer asesinada y énfasis en aspectos no causales como su vestimenta o profesión. Las autoras concluyen que estas rutinas periodísticas están alejadas de los valores fundamentales de la credibilidad en el periodismo y de la condición humana de estas mujeres violentadas.

El gremio de periodistas ha trabajado para que las malas prácticas se eliminen o acoten. En este sentido, Diego Ramos da cuenta de las agrupaciones de periodistas en el contexto mexicano de violencia contra la prensa y analiza el modo en que esta situación vulnera el ejercicio periodístico que puede ser revertida con el trabajo colectivo y gremial, sea en

agrupaciones civiles o sindicatos, siempre y cuando se trabaje con una visión democrática a favor de ganar credibilidad entre los trabajadores de los medios.

No obstante, la dispersión organizativa y la heterogeneidad ideológica de las organizaciones de periodistas, históricamente han logrado beneficios para el gremio. En la coyuntura actual, el autor identifica acciones colectivas para contrarrestar la violencia como la “difusión de información y datos de agresiones en contra de periodistas y medios, organización de actividades de protesta y, organización de cursos de capacitación”. (208).

Alma Gutiérrez Leyton, de la Universidad Autónoma de Nuevo León, introduce el novedoso tema, y cada vez más necesario por la proliferación de noticias falsas o mal intencionadas, de la verificación de la información en el periodismo convergente. La académica identifica que los reporteros conceden una relevancia innegociable a la verificación de fuentes y de datos como una responsabilidad esencial de su profesión, pero admite que frente a la exigencia de publicar la nota en las redes sociales, se asume el riesgo de hacerlo sin la suficiente corroboración.

Una de las causas de esta imposibilidad práctica de no verificar la información, además de la necesidad urgente de estar presente en portales, redes y sistemas de mensajería, es la proliferación de un fenómeno que antes era propio de médicos o profesores; es decir, de personas cuyo trabajo demanda permanente contacto humano. El *burnout* o quemamiento es una respuesta del cuerpo y del cerebro a factores estresantes y emocionales que se expresa en fatiga crónica, ineficacia y negación.

El quemamiento también explica por qué un periodista deja de verificar sus fuentes en rutinas cotidianas de multiplicidad de roles, relaciones interpersonales complejas y condiciones laborales desfavorables. Como es de esperarse, estas causas inciden directamente en la pérdida de credibilidad, situación que las empresas convergentes deberían considerar y atender para preservar las buenas prácticas profesionales.

En la sociedad de la información y en contextos cada vez más necesitados de verificación de los datos que difunde el periodista, resulta contradictorio que los profesionales de la información prácticamente no hagan uso de las estadísticas del INEGI. Arnoldo Delgadillo, Karla Valdez y Silvia Torres, de la Universidad Vizcaya de las Américas en el estado de Colima, explican la importancia y las ventajas del empleo de estas estadísticas como fuente veraz que agrega credibilidad a los medios y a los periodistas.

Tras un análisis hemerográfico y de contenido, el autor y las autoras exponen algunas causas del reducido uso de esta información: los medios de distribución para periodistas no son

especializados, la información no es siempre de carácter noticioso y se privilegia como práctica profesional una agenda basada en declaraciones y no en el periodismo de investigación.

Con otro novedoso tema, Juan José Domínguez, María del Pilar Anaya y Rossy Laurencio, analizan los factores que condicionan la calidad de la información en el periodismo de desastres. Estos colegas de la Universidad Veracruzana consideran que el periodismo de desastres se entiende como una

dinámica de coordinación entre los organismos responsables de la protección civil, al proporcionar información constante a través de campañas de comunicación masiva; entrevistas a funcionarios por parte de los medios de comunicación, simulacros sobre situaciones de desastres ya sucedidos, así como la divulgación de información por parte de los investigadores y responsables sobre los nuevos posibles riesgos a los que la población puede estar sujeta y sobre el cual se le debe de informar y brindar información oportuna sobre las características, acciones y recomendaciones en torno a la circunstancia de riesgo (p 268).

Ya en el ejercicio periodístico, los factores que condicionan la calidad en estas situaciones extraordinarias son la incertidumbre, la espectacularización, la inmediatez, la banalización de la realidad y los propios efectos emocionales que la situación produce en el periodista.

Para evitar la pérdida de calidad y credibilidad, los autores y la autora retoman la información del Centro Internacional para Periodistas que recomienda a los profesionales de la información considerar en su cobertura las necesidades de víctimas, familiares, comunidades, cuerpos de seguridad y de ellos mismos que evite riesgos a su integridad física.

Hago referencia ahora a dos artículos en cuyo desarrollo el tema de la credibilidad no es el eje del debate. Ignacio García estudia el caso de las deficiencias informativas, de tratamiento y laborales del periodismo del Estado de Hidalgo como una consecuencia de sobornos, control político y económico (los malos salarios por ejemplo), así como las complicidades entre medios y gobernantes que merman la independencia, credibilidad y calidad del periodismo en este estado de la República Mexicana que aún no ha tenido la experiencia de la alternancia en el poder.

Afirma que “los códigos deontológicos son vulnerados en contextos donde los periodistas viven carencias económicas que los convierten en blancos fáciles para los servidores públicos que aprovechan dicha situación para tratar de comprar voluntades, sin embargo, hay varios comunicadores que no aceptan este tipo de prebendas y, gracias a ello, ganan cierto prestigio” (p 295). Al parecer no se ve una salida cercana ante lo que el autor llama la ley de

la zanahoria y el garrote, lo que provoca la migración de los buenos periodistas sobre todo a la Ciudad de México.

El texto intitulado “El principio de inocencia desde la perspectiva de género y la vulneración de los derechos humanos”, de Denitzia López y María Fernández, de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, retoma los casos de Jacinta Francisco Marcial, Teresa González Cornelio y Alberta Alcántara Juan, para analizar como el prejuzgar los resultados de un juicio por parte de policías, jueces y medios, vulneran los derechos humanos de terceros.

En este sentido, los medios y las autoridades deben seguir las siguientes recomendaciones:

- No prejuzgar a la víctima por razones de género.
- Los medios de comunicación deberán evitar expresar opiniones perjudiciales a la presunción de inocencia.
- No se puede vivir en un Estado Social y Democrático de Derecho cuando se violan constantemente los Derechos Humanos al presentar a los presuntos responsables en los medios de comunicación.
- La ponderación de derechos de libertad de expresión está delimitado por los derechos humanos vigentes en tratados internacionales y leyes nacionales (193).

La colección Fragmentario de la comunicación rupestre se ha ido consolidando como un referente de la investigación en comunicación que se hace fuera del centralismo de la Ciudad de México. Hasta la fecha ha cubierto los estados de Coahuila, Aguascalientes, Hidalgo, Oaxaca, Colima y Chiapas para dar cuenta de intereses y preocupaciones locales, estatales y regionales que nos obligan a conocer a México en sus desigualdades sociales y sus diferencias culturales.

¿Internet fue una revolución?

El interruptor principal. Auge y caída de los imperios de la información, de **Tim Wu**

Alain Arriaga

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA, UNIDAD CUAJIMALPA

El interruptor principal. Auge y caída de los imperios de la información

Tim Wu

Colección Comunicación

México, Fondo de Cultura Económica, 2016.

A través de un entramado de anécdotas históricas, un recuento del surgimiento de Bell/ATT y de su escalada hasta convertirse en el gran monopolio telefónico que dominó la industria americana, Tim Wu entrega una obra ambiciosa con *El interruptor principal: Auge y caída de los imperios de la información*. Allí explora brevemente el desarrollo de otros sectores de los medios americanos (radio, cine, televisión e internet). Estos cinco ámbitos son tratados en capítulos aislados y reflejan la separación tradicional de los distintos medios y su regulación como entes autónomos. La cumbre de estas historias es una sugerencia sobre cómo actuar mejor en un futuro en lo que el autor denomina como “principios de separación”.

El título de la obra sirve como indicador de la visión de su autor. Es una adaptación de una frase del otrora presidente de noticias de CBS, Fred Friendly, quien señalaba que los temas de libertad de expresión siempre estaban supeditados a quien controlara “el interruptor principal”. El subtítulo hace alusión directa a *Historia de la decadencia y caída del imperio romano*, de Edward Gibbon. Según el propio Wu, su objetivo es demostrar que, al revisar el pasado, es posible anticipar el futuro. Su narrativa está centrada en cuatro importantes y dinámicos gigantes corporativistas: Theodore Vail, de AT&T; David Sarnoff, de la RCA; Adolf Zukor, de la casa productora Paramount; y Steve Jobs, de Apple.

La tesis primordial es que constantemente, y en cada sector mediático, el proceso de cambio se repite. La compañía que establezca un dominio tecnológico temprano hará todo lo posible por mantener la ventaja por haber llegado primero. Esto es denominado por el autor como “el efecto Cronos”; o bien, los esfuerzos realizados por una empresa dominante para consumir a sus posibles competidores mientras no representen una amenaza.

Por un tiempo, los grandes actores eran exitosos al seguir estrategias políticas a corto plazo para maximizar ganancias y así retrasar o eliminar de tajo la competencia. Resistían acercamientos tecnológicos alternativos, incluso, cuando estos eran superiores a los suyos. Se deshacían de su competencia con maniobras legales y hasta ilegales. Si vislumbraban la amenaza a tiempo, los actores preponderantes podían comprar a la incipiente competencia y suprimir sus avances tecnológicos.

Adicionalmente, los líderes de la industria usaban sus influencias económicas y de cabildeo para reclutar actores gubernamentales en favor de su causa. De acuerdo con Wu, en muchas instancias, la independencia de la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC por sus siglas en inglés) estuvo en entredicho desde su creación y se convirtió virtualmente en un títere de los poderes mediáticos predominantes en su momento. Aunque las empresas dominantes habitualmente prevalecían, en ocasiones su arrogancia y sus acciones se volvían contra ellos. Al final, prevalecen las compañías nuevas que abanderan tecnologías superiores y más recientes.

Tim Wu evoca el concepto de Joseph Alois Schumpeter de “destrucción creativa” y la noción de Clayton Christensen de “innovaciones sustentables y disruptivas” para explicar la eventual sucesión de los arcaicos titanes de antaño por “jóvenes emprendedores”. El costo de la demora en la innovación y en el consumo suele ser elevado. Por ejemplo, la tecnología de frecuencia modulada (FM) en la radio entró formalmente al mercado mucho tiempo después de que estuviera tecnológicamente dispuesta para suplantar o complementar a la AM (amplitud modulada).

68

La narrativa de Tim Wu avanza de manera primordialmente cronológica. Prepara el escenario para la historia de AT&T con una descripción de una actividad de la revista *National Geographic* realizada en 1916 para celebrar los logros de la compañía Bell Systems a lo largo de 40 años; en especial, su consolidación como un monopolio protegido y regulado tal cual lo quería su visionario líder Theodore Vail. Wu exalta los triunfos y liderazgo de Vail, sus intentos por evitar la conexión de la competencia a su red, la separación de Bell a principios de la década de los ochenta y su reaparición como un actor importante en la escena celular.

También son revisados los diversos intentos (y fallos) de AT&T para migrar a otro tipo de medios. Con el propósito de mantener su hegemonía en las telecomunicaciones, AT&T accedió a retirarse de la arena de producción de radio (luego del acuerdo de colaboración con la RCA en 1926), televisión y cinematografía. Solo después de un tiempo de su separación, el gobierno le permitió entrar al mercado de servicios de valor agregado, lo cual eventualmente se convirtió en el naciente sector de internet.

La radio temprana, al igual que la telefonía, era inherentemente local. Wu comienza el viaje de la radio desde la primera transmisión masiva, la pelea de box por el campeonato de peso completo entre Jack Dempsey y Georges Carpentier de julio de 1921. Describe las diferencias entre la compañía privada RCA, en los Estados Unidos, y la BBC, manejada por el gobierno británico. Prosigue con la consecución del absoluto dominio de David Sarnoff y de la manera en que reescribió la historia a su conveniencia, como todo proverbial ganador de una guerra, tan pronto como estuvo en una posición de poder.

Para ilustrar la fuerza del “efecto Cronos”, Wu recuenta el modo en que Sarnoff y el resto de la industria de la radio AM discretamente abogaron para llevar a la radio FM a la irrelevancia. Por dos décadas, de 1926 a 1946 Sarnoff y sus aliados demoraron la entrada comercial de la FM aun cuando era tecnológicamente superior. La FCC fue viciada y persuadida para ser cómplice de esta táctica hasta después de la Segunda Guerra Mundial y, aun entonces, las estaciones de radio de FM propiedad de las de AM debían transmitir la misma programación (el llamado *simulcasting*) por el supuesto beneficio del consumidor.

Según el docente de la Columbia Law School, David Sarnoff fue un verdadero visionario, pero no del tipo progresivo. A finales de la década de 1920, Sarnoff, RCA, NBC, y después la CBS, constantemente cabildeaban con la FCC para que se adoptara la idea de que la televisión no era más que una evolución de la radio y que la industria radiofónica ya establecida podía ser confiada con su crecimiento. Como respuesta, la FCC “secuestró la comercialización de la televisión desde su invención a finales de los 1920 hasta los 1940”. Sarnoff no estaba en contra de la televisión; solamente quería asegurarse de aplazar su llegada hasta que pudiese dominar la industria.

La concentración de la competencia y la resistencia a ella en la industria cinematográfica y de salas de exhibición siguió un patrón similar. En 1912, Adolph Zukor, el tercer personaje principal del libro de Wu, comenzó su odisea cuando pasó de ser dueño de una pequeña sala de cine a convertirse en el líder hegemónico de la industria cinematográfica. La incipiente industria americana floreció en la costa Este al transitar de la fotografía a los cortometrajes. De inicio, los esfuerzos de Zukoff abrumaron al Film Trust (fideicomiso cinematográfico) que se había erguido en las patentes de Thomas Edison. Zukoff soñaba con reemplazarlos con su propia maquinaria con él al centro de esta. En julio de 1916, tomó el control de los estudios Paramount y asumió el liderazgo de los estudios independientes de Hollywood.

Esta nueva combinación surgió como el primer gran estudio en América y, actualmente, como uno de los mayores corporativos cinematográficos del mundo. Al finalizar la década de 1920, el combinado de Paramount, MGM y Universal liderado por Zukor persiguió y destruyó la mayoría de las salas, productoras y distribuidoras independientes. Warner Bros

pudo, casi por accidente, convertirse en un estudio grande por la producción de *The Jazz Singer* (1927). Solamente United Artists, dirigida por D.W. Griffith, pudo sobrevivir como productora independiente.

A lo largo del libro, el también colaborador de *The New York Times* se desvía del enfoque de competencia y corporativismo caníbal para entrar al de la libertad de expresión y la censura. En respuesta a ataques de activistas católicos bajo la bandera de la “liga de la decencia”, especialmente después de la introducción del sonido, Zukor y la industria fílmica eligieron adoptar un “código de producción” a cambio de no arriesgar sus ganancias. La industria cinematográfica acordó no bajar los estándares de moral de la audiencia, representar “estándares de vida apropiados” y no ridiculizar ni ir en contra de las leyes naturales o humanas. Mientras la maquinaria fílmica sucumbía a presiones externas, lo cual volvería a hacer durante la época del senador Joseph McCarthy, la calidad de sus películas sufría. Uno de los principales argumentos de Wu, el cual rescata recurrentemente a lo largo del libro, es que la estructura industrial es la que determina los límites de la libertad de expresión en Estados Unidos.

Los rebeldes y retadores que eventualmente desplazarían a la vieja guardia rompieron el dominio de los viejos monopolios. La televisión substituyó a la radio en los corazones de la mayoría de los americanos. El auge de la televisión por cable y el CNN de Ted Turner minaron el dominio de las redes de noticias ya establecidas. La estructura de estudios unificados fue recortada y, el primero de enero de 1984, AT&T fue separada en distintas compañías.

Los esfuerzos para recuperar fuerza tras una reconsolidación tuvieron resultados diversos. La “aglomeración” de los medios trastocó una industria cinematográfica dispuesta a controlar riesgos y maximizar ganancias, pero el monumental fracaso de la fusión AOL-Time Warner dejó un mal sabor de boca en la industria de los medios que perdura hasta el día de hoy. El dominio de los magnates mediáticos que reinaron tras la Segunda Guerra Mundial jamás ha alcanzado un ápice de poder y concentración como cuando sus fundadores lo ejercían.

Finalmente, Tim Wu presta su atención al auge de internet. Desde la época de Theodore Vail, AT&T se regodeaba en su papel de monopolio regulado. En contraste, la industria de la computación que tenía el potencial de “unir al hombre con la máquina” maduró en un ambiente de mercado libre de regulación. Paul Baran, el padre del intercambio de paquetes, Vince Cerf, uno de los principales diseñadores de los protocolos de internet, y varios empresarios más señalaron el camino para una red de información con una estructura mucho más descentralizada que cualquier industria de la información que hubiese aparecido

con anterioridad. Mientras que las tecnologías de la comunicación y la computación empezaban a converger, el conflicto y la competencia eran inevitables.

En los últimos dos capítulos de *El interruptor principal*, la narrativa salta primero al presente y luego al futuro. Las difíciles batallas por el control del ambiente de escritorio de Microsoft contra IBM y luego los esfuerzos del gigante de protegerse contra la amenaza de Google reciben muy poca atención.

El penúltimo capítulo introduce al último magnate de la narrativa, Steve Jobs, y se enfoca en la creciente competencia entre Apple y Google mientras ambas vuelven a pelear la antigua batalla por el dominio de su industria. Pero Wu señala que, en comparación con las anteriores, esta pelea es mucho más pareja. Cabe señalar que Steve Jobs recibe menos atención que las otras tres estrellas del libro porque, como el mismo Wu reconoce, hay mucho más en juego que la competencia entre estos dos enormes líderes de la tecnología.

Esta es una guerra peleada a tres frentes. Primero está el viejo conflicto del sistema cerrado contra el abierto, entre las fuerzas del orden centralizadas y las dispersas y variadas. Apple, AT&T y los conglomerados del entretenimiento abanderan una fórmula de sistema centralizado y autocontenido. En cambio, Google y sus aliados de internet favorecen operaciones virtuales especializadas y descentralizadas. En la segunda trinchera, haciendo eco de Jonathan Zittrain, Tim Wu ve un esfuerzo de Apple y allegados en la industria de la información a reemplazar la computadora personal con una nueva generación de dispositivos de información. El tercer frente ocurre entre fabricantes de dispositivos donde el autor no aborda de manera directa las implicaciones del traslado a servicios a la nube.

En el último capítulo, Wu retorna a sus raíces académicas en el planteamiento de un posible movimiento a futuro. Al comenzar la discusión sobre internet se pregunta: ¿fue realmente el internet una revolución diferente? Y responde de manera muy sencilla: “Aún no lo sabemos”. Sin embargo, después de advertir un mismo patrón en el surgimiento de compañías y en gobiernos que caen en las mismas trampas, Wu indica, en una forma poco convincente, que “esta vez es distinto”. Esto alude a la declaración enunciada por cada generación de que el mundo está en un punto de inflexión como nunca habíamos estado. En muy raras ocasiones, como en su momento fue con la Revolución Industrial a finales del siglo XVIII, se está frente a un cambio sistémico real. Aun entonces, a los historiadores les suele tomar varias décadas llegar al consenso de que un cambio tan significativo realmente se llevó a cabo.

Esto no es una película

Un ensayo de conversaciones sobre las posibilidades de la imagen

Gustavo Rocha

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA, UNIDAD CUAJIMALPA

Los poderes de la imagen. Ensayo sobre cuerpo y muerte en la cultura audiovisual

Pablo Martínez Zárte

México, Universidad Iberoamericana, 2018.

Pocas situaciones consiguen reunir una variedad de ocupaciones tan diversas como las que congrega esta publicación. Escritores, artistas, cineastas, fotógrafos y pensadores aparecen en *Los poderes de la imagen*, título de un proyecto de película que Pablo Martínez Zárte adaptó como libro al percatarse que el resultado propone un *corpus* notable de reflexiones sobre la imagen y su consumo cotidiano tanto por el enfoque del poder como por las muy particulares formas que obtuvieron las conversaciones aunque fueron ideadas para una producción cinematográfica.

El cineasta, escritor, artista e investigador de la Universidad Iberoamericana (IBERO), institución donde también coordina el Laboratorio de Fotografía y Convergencia Digital, se propuso intercambiar perspectivas sobre la manera en que la imagen se relaciona con el cuerpo y con la muerte a través de entrevistas, más o menos organizadas, donde las respuestas de los profesionales de la imagen incentivan la reflexión mientras que, a decir del entrevistador, el libro es un ejercicio próximo a una bitácora de investigación cuyo propósito es generar preguntas para los lectores antes que ofrecerles conclusiones.

Los diálogos abarcan diversas manifestaciones de lo que Martínez Zárte entiende como “poderes de la imagen” y que adquieren sentido en la manera en que la *praxis* y la *techné* se relacionan con la imagen en sociedad: “La práctica y la técnica asociadas a la producción-consumo de imágenes comprende cierta cultura material que, por un lado, se transmite a través de las imágenes y, por otro, constituye una relación específica con la materialidad.”

No sorprende entonces que el autor afirme que el interés principal de este libro, híbrido de entrevista y ensayo, es la relación cuerpo-muerte y cómo, en su propia definición, en la construcción de sus imaginarios, este binomio revela una sentencia rectora de la sociedad

que conocemos: “Los imaginarios se nutren de relaciones con lo corporal y sus límites (la enfermedad, el sufrimiento y la muerte)”.

Como punto de partida, el fundador del Laboratorio Iberoamericano de Documental de la IBERO presenta la conversación que sostuvo con Harun Farocki (1944-2014) cuando visitó la Ciudad de México poco antes de su muerte. Explica que la forma en la que nos relacionamos con las cámaras, en tanto tecnologías, es un reflejo de la vida. Farocki señala que, al hablar de imagen en sí, no podemos considerarla solamente como una abstracción de la realidad. Además de esa posible abstracción, en el momento actual también tenemos que hablar de una transformación en cifras y, posteriormente, en datos. En otras palabras, por la densidad informativa de la imagen nos convertimos íntegramente en cifras y datos, así como en el procesamiento de los mismos hasta formar parte de estadísticas. Martínez coincide y señala que “La transformación tecnológica incide en la construcción de la misma imagen...”.

Con base en esta línea, el maestro en medios digitales por la Universidad de Edimburgo abre el siguiente apartado con el planteamiento de la fotografía “como un puente, como una posibilidad de entendimiento...”; o bien, como una forma de realidad. En la interlocución con Narciso Contreras, quien ha trabajado conflictos humanitarios, económicos y bélicos, el fotoperiodista intenta dilucidar, a través de su reciente trabajo en zona de guerra (Siria, 2013), el modo en que una simple fotografía puede ser el aliciente o la desarticulación de la guerra misma. El fotógrafo documental considera que una fotografía convierte al espectador en una especie de cómplice: “...tú ves para que otros vean también...”. Al realizar una interpretación, el observador otorga un juicio de valor que somete a la imagen. Para Contreras, “...la fotografía es un proceso de interpretación de la realidad”. Él mismo objeta esta posibilidad y señala que “...interpretar el mundo y comunicarlo es un proceso de manipulación infinito...”.

A partir de estas ideas, Martínez Zárate evoca lo que denomina como el *hiperdramatismo* inherente a la construcción de la realidad actual. Advierte de una insensibilización respecto de la situación y pregunta directamente si el flujo cuasi infinito de imágenes es favorable o nocivo para el mundo. Apela a la “potencia empática inoperante” de las emociones del receptor y al desarrollo de una “desconexión entre realidad retratada por una imagen (o mensaje)...” que refuerza la idea de un mundo cada vez más ajeno a nuestra humanidad.

Una de las conversaciones más reflexivas del libro resultó del encuentro con José Luis Barrios. Martínez Zárate pregunta por las “condiciones fundamentales de la construcción y circulación de la imagen en la actualidad” y, en respuesta, el teórico y curador discute qué condiciones se apegan o despegan de la naturaleza de la imagen si se piensa que la fotografía “está atada a cierta pretensión de realidad”. Si la fotografía es capaz de problematizar nuestra relación con la realidad, es necesario preguntar cuáles son los horizontes de lo

fotográfico y si éstos coinciden con los de la realidad. A partir de esta postura, el cine y el audiovisual presentan un reto respecto de la forma en la que nos plantean la realidad y la forma en la que la interpretamos. Como Barrios sugiere, la pertinencia de la imagen-movimiento reside en su poder de “falseamiento de lo real” y no en el de verdad.

¿Cómo es que estas aproximaciones involucran al cuerpo y a la muerte? Al considerar a la imagen como una representación, el cuerpo no está excluido de ella. Sucede lo mismo con la muerte; existe una tendencia a representarla con cadáveres si pensamos en cómo ha sido tratada a lo largo del tiempo. En cuanto al cuerpo, la actriz Irene Azuela menciona que la apariencia y la necesidad de *vender* son elementos de reflexión. Martínez suscribe este señalamiento al considerar que la “perspectiva de género es imperativa” en el debate sobre el poder de la imagen.

Por su parte, la curadora Amanda de la Garza sugiere explorar los artilugios que rodean al cuerpo. Aporta la categoría de la *economía de la imagen* porque permite considerar “al cuerpo no sólo en carne, sino también a partir de los accesorios que lo rodean, en todas esas prótesis textiles, metálicas, plásticas, electrónicas, que complementan nuestra carnalidad y que están asociadas a sistemas de valores donde se desarrolla nuestra experiencia encarnada”.

Las entrevistas con Cuauhtémoc Medina, Jan Erhardt, Manuel Vega, Cao Guimaraes, Bernardo Esquinca, Iván Ruiz, Andrea Tejeda, Sara Baz, Gabriela Reyes Fuchs y Omar Soto Martínez permiten señalar que la *gravidad* con la que las imágenes se ciernen sobre los cuerpos contiene una intencionalidad profunda que juega un papel muy importante en la era tecnológica. Su difusión y propagación deben analizarse de una manera que vislumbre sus múltiples complejidades. Pablo Martínez Zárate explora a conciencia estos parámetros y a través de estas páginas nos brinda caminos viables para abordar temáticas poco sondeadas. Este texto se perfila como un material pertinente para la academia pues brinda sentido al abordaje de los estudios de la imagen.

Aportes para el estudio de la cultura. Del espacio virtual al espacio físico

Mikhail Salvador Reyes García

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Cultura visual y sistemas de significación. Dando sentido a los algoritmos, los medios y la creatividad en el espacio de la comunicación (ver PDF)

Jesús Octavio Elizondo Martínez (editor)

México, DCCD Uam Cuajimalpa, 2015.

Algoritmos, circulación de bienes culturales, narrativas visuales, museos y arquitectura en el ámbito de la comunicación y de la tecnología son algunos de los temas que aborda *Cultura visual y sistemas de significación*, libro colectivo editado por la DCCD de la UAM Cuajimalpa, en el que la cultura y los sistemas de significación son los tópicos transversales. El objetivo es mostrar los sistemas de significación como una herramienta metodológica aplicable a diversos campos de estudio.

75

Queda de manifiesto la propuesta de emplear un método horizontal de estudio para los fenómenos de la cultura y las tecnologías de la comunicación a través de un recorrido por los postulados de la lingüística computacional o tecnologías del lenguaje humano, el diseño, la semiótica, la retórica y la pragmática.

La inquietud de abordar diferentes campos de estudio parte de la idea de que también debe estudiarse en profundidad aquello que no pertenece a un lenguaje formal; es decir, a un sistema de significación. Analizar estos sistemas permite entender el fin último de estos fenómenos de comunicación en la medida que sean interpretables, comunicables y eventualmente formalizados.

Si el estudio de la cultura, el lenguaje y los sistemas de significación es transversal en las ciencias sociales, cobra mayor relevancia comprender el desarrollo de nuevos lenguajes como el de los algoritmos, por ejemplo, tanto en el ámbito viso-espacial como en aquellas áreas que surgen en un contexto de crecimiento tecnológico.

“Cultura algorítmica y tecnologías del lenguaje humano” es el primero de los cuatro trabajos del conjunto. La colaboración de Jesús Octavio Elizondo, doctor en filosofía por la Universidad Complutense de Madrid, y Esaú Villatoro Tello, doctor en ciencias

computacionales del Instituto Nacional de Astrofísica Óptica y Electrónica, señala que el año de 1980 es el punto de partida para explicar cómo ha cambiado el almacenaje, organización y operación de la información mediante algoritmos y qué escenario propició este cambio en la producción cultural.

Según los autores, con estos avances se conformó la cultura algorítmica. En ella se originaron nuevas maneras de producir y distribuir servicios culturales. La audiencia tradicional dejó de ser la única importante y ahora hay que considerar primordialmente la lógica de la distribución: una audiencia de algoritmos.

Los algoritmos tienen la capacidad de adecuarse a las prácticas del usuario; son una nueva forma de comprender la tecnología y la cultura. Los autores abordan este fenómeno a través de postulados de la lingüística computacional, también llamada tecnologías del lenguaje humano, en los casos particulares de gigantes de la información como Google, Apple, Facebook, Netflix y Amazon para responder a estas interrogantes: ¿qué papel tienen estos desarrollos tecnológicos en la comprensión de la cultura?, ¿ha cambiado la forma en que se distribuyen los bienes culturales?

Nora Angélica Morales Zaragoza, maestra en diseño de la información por la Universidad de las Américas de Puebla, y Santiago Negrete Yankelevich, doctor en inteligencia artificial por la Universidad de Edimburgo en Reino Unido, presentan “Aprendices y maestros: colaboración creativa en la producción de medios”. En el contexto de las nuevas tecnologías, sugieren que la narrativa visual está re-configurando la manera en que percibimos y representamos el mundo.

A partir de la premisa de que la imagen tiene un papel protagónico en la creación de contenidos para los usuarios, los autores centran el análisis en el papel creativo que tiene la computadora concebida como aprendiz. Ya no miran a la máquina como una herramienta, sino como una agente en sí misma.

Es el caso de lo que ellos denominan como narrativas dinámicas, el análisis atraviesa campos como la semiótica y posturas artísticas que conceptualizan el trabajo colaborativo-creativo, así como una revisión de los aportes de la creatividad computacional y el diseño participativo.

El tercer trabajo se intitula “La cultura visual como sistema de significación” y fue elaborado por Raúl Roydeen García. El doctor en ciencias políticas y sociales parte de la relación inseparable, en apariencia, de la percepción y significación para tratar de resolver qué es la

cultura visual. Si la imagen, en su proceso de producción y registro, se ha convertido en una forma omnipresente de comunicar, ¿con que fin se estudia?

Para responder estas interrogantes, el autor analiza los aportes de los primeros estudios de corte semiótico textual sobre el lenguaje visual en el cine con Yuri Lotman. Posteriormente, aborda el trabajo de Charles Sanders Peirce y el conocimiento contextual o compartido. Finaliza con el aporte de Edward Branigan sobre la estructura sistemática de sustancias expresivas que permite la re-construcción de sentido por parte del espectador visual y audiovisual.

“De la cédula a la interacción virtual. Pros y contras del uso de tecnologías en los museos”, de Nuria Sadurni Rodríguez, maestra en estudios curatoriales, analiza la inclusión de tecnología en los museos. En el contexto de ciudades que han dejado en su mayoría de ser espacios culturales, lo cual dificulta que el público signifique el arte que le rodea, ¿los museos han sido capaces de invitar al público para ser exploradores de lo que se muestra? Si el museo como espacio tiene una función educadora no formal, la historiadora del arte y artista se pregunta si el enfoque constructivista aún corresponde con las necesidades actuales del público.

Para Sadurni, la inclusión de tecnología y realidad virtual en la generación de experiencias para el público de los museos es un campo que debe ser analizado en profundidad. Estos espacios físicos están dando un viraje. La frontera entre un museo real, entendido como un espacio físico tangible, y uno virtual comienza a hacerse delgada con la incorporación de materiales en diversos formatos (visuales, auditivos, interactivos, entre otros) que generan nuevas experiencias y aprendizajes.

La última entrega de esta compilación es “Lenguajes de significación en la arquitectura: una visión desde la retórica y la pragmática del museo judío de Berlín”. Es un estudio de caso en el que Elena Solano Meneses, arquitecta y doctora en diseño, observa el museo alemán diseñado por Daniel Libeskind como un fenómeno simbólico en la arquitectura desde la visión retórica y pragmática. El espacio del museo se ve como un proceso complejo de significados con aspectos tangibles e intangibles vinculados entre sí. La interpretación de este espacio ocurre a partir de la experiencia y de la asignación de significados en un proceso de socialización.

El análisis de este recinto consiste en tres etapas metodológicas según lo que, originalmente, fue planteado por Paul Ricoeur: prefiguración, configuración y refiguración. De manera semejante al lenguaje, el espacio arquitectónico recurre a la retórica con la combinación de

figuras y estrategias de composición, así como la tipología y contexto de referencia para la construcción dinámica de significados.

El aporte de esta obra es destacable en el caso de los algoritmos. Su análisis es relevante porque permite un nuevo entendimiento en la(s) lógica(s) de circulación de bienes culturales en el contexto actual. En décadas pasadas fueron los *Cultural Studies* los encargados de dotar conceptualmente a este campo; ahora las aportaciones ya no vienen de las ciencias sociales, sino de la programación.

Otro caso excepcional es el de la retórica en un ámbito como la arquitectura. Es una demostración de verdadero trabajo interdisciplinar; de una formulación de conocimientos que vayan más allá de los objetos tradicionales de análisis de interacción social como el discurso o como los bienes culturales.

Sin duda es un trabajo ambicioso con aportes que aspiran a convertirse en nuevos referentes para el campo de estudios de la semiótica, el lenguaje y los sistemas de significación. Los cambios radicales de un texto a otro, en términos de sus objetos de estudio o su cuerpo conceptual, no son una casualidad o un error; muestran la consolidación del objetivo inicial: los sistemas de significación como herramienta metodológica operativa en distintos campos de estudio.