



Industrias culturales, medios y públicos:

de la recepción a la apropiación en los
contextos socio-políticos contemporáneos

Susana Morales
Carmen Rico de Sotelo
(Editoras)



VI Encuentro Panamericano
de Comunicación - VI PANAM 2013

The logo features a stylized 'VI' where the 'V' is formed by a cluster of colorful circles (yellow, green, blue, red) and the 'I' is a vertical bar. To the right of the logo, the text 'Encuentro Panamericano de Comunicación - VI PANAM 2013' is written in a serif font.

Escuela de Ciencias de la Información
Universidad Nacional de Córdoba | Argentina | Junio 2013

Industrias culturales, medios y públicos:

*de la recepción a la apropiación en los
contextos socio-políticos contemporáneos*

Industrias culturales, medios y públicos:
de la recepción a la apropiación en los
contextos socio-políticos contemporáneos

Susana Morales
Carmen Rico de Sotelo
(Editoras)

Industrias culturales, medios y públicos. De la recepción a la apropiación en los contextos socio- políticos contemporáneos.

© 2015, Susana Morales y Carmen Rico de Sotelo

© 2015, Diseño de tapa: Anabela Desireé Tolosa

© 2015, Editorial Universidad Nacional de Córdoba

Primera edición: Febrero de 2015

ISBN 978-950-33-1174-5

Imprenta: COPY-RÁPIDO

Tel.: (54) (351) 152 595048 | Córdoba, Argentina

Se terminó de imprimir en Córdoba a 28 días del mes de Febrero de 2015
500 ejemplares.

Queda hecho el depósito a que establece la Ley II.723.

Impreso en Argentina - Printed in Argentina

No se permite la reproducción total o parcial, el almacenamiento, el alquiler, la transmisión o la transformación de este libro, en cualquier forma o por cualquier medio, sea electrónico o mecánico, mediante fotocopias, digitalización u otros métodos, sin el permiso previo y escrito del titular del copyright. Su infracción está penada por las leyes 11.723 y 25.446

Susana Morales

Industrias culturales, medios y públicos. De la recepción a la apropiación en los contextos socio- políticos contemporáneos /. Susana Morales y Carmen Rico de Sotelo; edición literaria a cargo de Susana Morales y Carmen Rico de Sotelo. - 1a ed. - Córdoba: Universidad Nacional de Córdoba, 2015.
225 p. ; 21x16 cm.

ISBN 978-950-33-1174-5

1. Medios de Comunicación . I. Morales, Susana II. Rico de Sotelo., Carmen , ed. lit.
III. Morales, Susana , ed. lit. IV. Título
CDD 302.2

Fecha de catalogación: 10/02/2015

*VI Encuentro Panamericano de Comunicación
Escuela de Ciencias de la Información
Universidad Nacional de Córdoba – Argentina – Junio 2013*

Rector de la Universidad Nacional de Córdoba | **Dr. Francisco Tamarit**

Vicerrectora | **Dra. Silvia Barei**

Decana de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales | **Dra. Marcela Aspell**

Vicedecano | **Dr. Guillermo Barrera Buteler**

Directora de la Escuela de Ciencias de la Información | **Dra. Claudia Ardini**

Vicedirector | **Lic Victor Hugo Díaz**

Secretario Planificación y Gestión Institucional | **Lic. Nicolás Esbry**

Secretario de Ciencia y Tecnología | **Dr. Alejandro Álvarez Nobell**

Secretaria de Extensión Universitaria | **Lic. Sandra Franco**

Secretaria de Posgrado | **Dra. Malvina Rodríguez**

Secretario Académico | **Prof. Santiago Ruiz**

Secretaria de Asuntos Estudiantiles | **Leslie Liprezi**

Índice

Múltiples miradas en torno a las industrias culturales y los procesos de producción-apropiación mediática.

Susana Morales y Carmen Rico 1

La comunicación: encrucijadas y desafíos en el mundo de hoy.

Claudia Ardini11

Producción, circulación y apropiación de contenidos en las sociedades del conocimiento — Renovar la visión propuesta por la UNESCO.

Gaëtan Tremblay15

Conferencia-entrevista a

Stuart Hall39

Stuart Hall: introducción a la errática difusión inicial de sus textos en los estudios sobre comunicación en Córdoba.

Roberto Von Sprecher49

Parte I: Las culturas en el contexto de la mediatización y globalización

Discursos, *Sujetividad* e Interculturalidad.

María Cristina Liendo63

De la pretensión de la homogeneidad latinoamericana a la diversidad cultural de las Américas Latinas.

Carmen Rico de Sotelo73

Cultura digital y acción social colectiva.

Silvia Lago Martínez83

Parte II: Industrias culturales y la lucha por el sentido

Internet y culturas cívicas. Experimento en la Ciudad de México durante las Elecciones de

2012. Manuel Alejandro Guerrero Martínez.103

La lucha por el sentido: entre los sistemas pre-reflexivos y el espacio público. Raúl A. Rodríguez	125
Posibilidades y límites de las industrias culturales. Roberto Follari	135

Parte III: Estructura y regulación de medios en el marco de nuevos procesos políticos

Transgresión, propaganda, convergencia y concentración. El sistema de medios en el kirchnerismo. Martín Becerra	145
El sistema de medios chileno. Francisco Mas	171

Parte IV: La apropiación tecno-mediática como desafío para los estudios de comunicación

Los estudios de comunicación y de los públicos: una mirada interdisciplinar. Teresa Quiroz Velasco	175
De qué hablamos cuando hablamos de apropiación tecno-mediática. Susana Morales	191

Parte V: Condiciones, condicionamientos y libertades en la práctica periodística

“La maximización de las ganancias pasó a ser la línea de vida o muerte de las empresas periodísticas.” Cristine Legrand	207
“Los medios debiéramos animarnos a construir otra agenda.” Juan Cruz Taborda Varela	211
“La Argentina está en una etapa de vibrante libertad democrática.” Mario Wainfeld	221

Los autores

Claudia Ardini. Doctora en Semiótica y Licenciada en Comunicación Social. Docente investigadora en la Escuela de Ciencias de la Información (UNC). Fue Secretaria Académica y actualmente es Directora de la mencionada Escuela (2011 – 2014 - 2017).

Martín Becerra. Doctor en Ciencias de la Información (U. Autónoma de Barcelona). Investigador Independiente en el CONICET. Profesor titular de la Universidad Nacional de Quilmes (UNQ) y de la UBA. Autor de libros y artículos sobre concentración y estructura del sistema de medios en América Latina y sobre tecnologías de la información y la comunicación. Su blog es <http://martinbecerra.wordpress.com/> y su usuario en Twitter @aracalacana

Roberto Follari. Doctor y Licenciado en Psicología por la Universidad Nacional de San Luis. Profesor titular de Epistemología de las Ciencias Sociales (Universidad Nacional de Cuyo, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales). Ha sido asesor de la OEA, de UNICEF y de la CONEAU (Comisión Nacional de Evaluación y Acreditación Universitaria). Ganador del Premio Nacional sobre Derechos Humanos y Universidad otorgado por el Servicio Universitario Mundial. Ha sido director de la Maestría en Docencia Universitaria de la Universidad de la Patagonia. Es autor de 14 libros publicados en diversos países. Su último libro “Teorías Débiles”, ha sido editado por Homo Sapiens (Rosario, Argentina).

Manuel Alejandro Guerrero. Doctor en Ciencias Políticas con especialidad en Comunicación Política por el Instituto Europeo Universitario, en Florencia, Italia, y Maestro en Estudios Latinoamericanos por la Universidad de Cambridge. Licenciado en Relaciones Internacionales por el Colegio de México. Profesor titular de la Cátedra UNESCO de COMUNICACION, Profesor-Investigador, Coordinador del Posgrado en Comunicación en el Departamento de Comunicación, Director de la

Revista Iberoamericana de Comunicación de la Universidad Iberoamericana de México. Es socio y director general de consultoría de CEI Consulting & Research, empresa especializada en el estudio de la economía política de la corrupción y el fraude corporativo.

Stuart Hall († 2014). Referente de la comunicación y los estudios culturales. Estudió en la Universidad de Jamaica, con una beca Rhodes, en el Merton College, Oxford (1951-1957). Fundador-editor de *New Left Review*. En la Universidad de Birmingham participó junto a Richard Hoggart en la creación del Centro de Estudios Culturales (1964) del que posteriormente se convirtió en Director (1972-1979). Fue profesor de sociología en la Open University (1979-1997). Profesor emérito y profesor visitante distinguido en Humanidades, en el Queen Mary College de Londres. Profesor visitante en el Goldsmiths College, Londres, presidente de la Asociación Sociológica Británica y miembro de la Comisión Runnymede sobre el futuro de Gran Bretaña Multiétnica. Miembro honorario del Merton College, Oxford y Senior Fellow de la Academia Británica. Hasta 2008, fue presidente de Iniva (The Institute of International Visual Arts) y Autograph ABP (Asociación de Fotógrafos Negros). Ha escrito numerosos e influyentes ensayos acerca de estudios culturales, teoría cultural y social, política contemporánea, raza, pertenencia étnica y racismo, identidad nacional y diferencia cultural, globalización, y multiculturalismo.

Silvia Lago Martínez. Profesora de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA e investigadora del Instituto Gino Germani donde co-dirige el Programa de Investigaciones sobre la Sociedad de la Información. Con su equipo de investigación desarrolla varias líneas de trabajo: Los sujetos colectivos y los discursos, prácticas y apropiaciones de las TIC; Redes sociales digitales y conformación de nuevos espacios de participación política; Políticas públicas de inclusión digital: modelos. Ha publicado libros, capítulos de libros, artículos en revistas científicas y producido audiovisuales sobre la sociedad de la información y la cultura digital. Su último libro se titula *Ciberespacio y resistencias. Exploración en la cultura digital* (2012).

Christine Legrand. Es Licenciada en Literatura (Universidad de Nanterre – Francia) y titular de un Máster en Periodismo del Instituto Francés de Prensa (IFP – Paris). Empezó su carrera de periodista en Bruselas, en el

servicio de prensa de la Unión Europea y en la AFP. Trabajó para varios medios franceses – radio, televisión y diarios – desde Buenos Aires y en los años 1980 desde Washington. Cubrió entre otras cosas la guerra en Nicaragua. En París, trabajó en la Agencia Francesa de Prensa (AFP), en el servicio político (encargada de la intendencia de París) e internacional. Actualmente es periodista de Le Monde desde 1990, corresponsal para la Argentina, Chile, Uruguay y Paraguay.

María Cristina Liendo. Profesora y Licenciada en Filosofía por la Universidad Nacional de Córdoba. Doctora en Filosofía (con mención en Filosofía Política) por la Universidad de Chile. Dicta cursos de Posgrado y es investigadora del Centro de Investigaciones de la FFyH de la UNC. Co-directora del Proyecto de *Investigación Indagaciones críticas en torno a la categoría de sujeto político en Latinoamérica*. Coeditora de la Revista *Intersticios de la política. Intervenciones Latinoamericanas*. Autora de libros, entre otros “La elaboración de un ‘discurso contrario’ en la obra de Atahualpa Yupanqui” (1998) y “Las críticas a la modernidad en la Filosofía Latinoamericana” (2008) y de numerosos artículos publicados en revistas nacionales y de México, Venezuela y Uruguay.

Francisco Javier Mas. Periodista y Licenciado en Comunicación Social, (Universidad Diego Portales). Doctor en Comunicación Organizacional, (Universidad de Málaga). Master en Comunicación y Diseño Multimedia, Instituto Tracor, Madrid Diplomado en Comunicación Empresarial, (Universidad Pompeu Fabra). Director de Postgrado de la Universidad Mayor, Chile.

Susana Morales. Doctora en Ciencias de la Información. Docente investigadora en la Escuela de Ciencias de la Información (ECI- UNC). Dirige investigaciones orientadas a indagar los procesos de apropiación techno-mediática, en particular en contextos educativos. Ha publicado diversos libros como autora y compiladora, entre ellos: *Análisis situacional de las nuevas tecnologías comunicacionales: factores intervinientes para su apropiación y uso en escuelas secundarias de la ciudad de La Rioja Argentina* (2004), *Los jóvenes y las TIC. Apropiación y uso en educación* (2009), *Políticas y prácticas de apropiación de la computadora en la Escuela Media en la década de los '90* (2010), *Enseñar con tecnologías*

(2011), Nuevas perspectivas en los estudios de comunicación. La apropiación tecno-mediática (2013).

María Teresa Quiroz Velasco. Doctora en Sociología. Profesora principal e investigadora de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima y directora del Instituto de Investigación Científica. Presidenta del Tribunal de Ética del Consejo de la Prensa Peruana. Ha sido Decana de la Facultad de Comunicación y Presidenta de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación –FELAFACS -. Autora de numerosos textos y escritos, entre ellos “Jóvenes e Internet. Entre el pensar y el sentir” (2005), “La edad de la pantalla” (2008) y “Sin muros. Aprendizajes en la era digital” (2013).

Carmen Rico de Sotelo. Socióloga, Doctora en Ciencias de la Información. Profesora titular en la Universidad de Québec en Montréal. Miembro del consejo directivo de ORBICOM, Red Mundial de Cátedras UNESCO de Comunicación, y del centro de Investigación COMSANTÉ (UQAM). Dirige el Observatorio de la comunicación internacional e intercultural (www.obscomii.uqam.ca), la Red Quebequense de Comunicación internacional, intercultural y desarrollo (www.reqciid.uqat.ca) y el Instituto de Verano UQAMERCOSUR. Consultora en comunicación de universidades del extranjero y de organismos internacionales. Fue Decana de Comunicación, y posteriormente Directora de Relaciones Internacionales de la Universidad Católica del Uruguay. Autora de numerosos textos y artículos en el área de comunicación, desarrollo, internacional, gobernanza y salud.

Raúl Rodríguez. Profesor en Filosofía por la UN Tucumán, Magister en Socio Semiótica por la Universidad Nacional de Córdoba (UNC), Doctor en Filosofía por la Universidad Nacional de Tucumán. Realizó estudios Posdoctorales en Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales y Humanas en el CEA (UNC). Profesor titular de Epistemología de las Ciencias Sociales en ECI (UNC) y en la UNVM. Director del Programa de Filosofía Social y Teoría de la Sociedad del CEA y CIECS-CONICET, UNC. Líneas de trabajo en Epistemología de las Cs. Sociales y Sociología de la Filosofía, Estudios Sociales del Conocimiento Científico; Marxismo, Teoría crítica y constructivismo. Dictó cursos y conferencias en

universidades de Fráncfort, Milán, París, Ensenada (México), La Paz (Bolivia) y otras universidades argentinas.

Juan Cruz Tabora Varela. Licenciado en Comunicación, Diplomado en Periodismo y en Periodismo Político, actualmente se encuentra realizando su tesis de Maestría en Partidos Políticos. Está a cargo de la Dirección Periodística de la Revista Matices, donde trabaja desde hace 13 años. También dirigió y fundó la revista La Orilla, fue cronista de viajes de la publicación DC Viajes y colaboró en diversos medios gráficos y radiales. Publicó el libro de entrevistas '13 entrevistados', recibió distintas menciones en concursos literarios. Integró la antología *Es lo que hay*, que reunió a la joven narrativa cordobesa. Ex redactor del Área de Comunicación Institucional de la ECI. Desde 2012 se desempeña como conductor del noticiero central de Canal 10 e integra el Consejo de Redacción de la revista Deodoro.

Gaëtan Tremblay. Fue profesor de Comunicación de la Universidad de Quebec en Montreal desde 1974. Es doctor en Psicología Social y Magíster en Sociología. Investigador asociado de la Maison des Sciences de l'Homme de París - Nord y miembro del Conseil scientifique du Réseau national des Maisons de Sciences de l'Homme. Fue editor asociado de la revista internacional en Tecnologías de la Información y Sociedad Francesa (TIS). Director de numerosas antologías y contribuciones a revistas y libros sobre comunicación, industrias culturales y medios de comunicación, educación a distancia y sociedad de la información. Fue profesor y conferencista en veinte universidades de América del Norte, Europa, América Latina y Asia. Fue director del Centre d'études et de recherche sur le Brésil (CERB) y fundó el Grupo de Investigación Interdisciplinario sobre Comunicación, Información y Sociedad (GRICIS) junto con Jean-Guy Lacroix. Es uno de los principales impulsores de los Encuentros PANAM de comunicación, desde sus inicios.

Roberto Von Sprecher. Doctor en Ciencias de la Información. Docente en las Escuelas de Ciencias de la Información y de Trabajo Social de la Universidad Nacional de Córdoba. Director del Equipo de Investigación Estudios y Crítica de la Historieta, de la revista virtual -y de la colección de libros- Estudios y Crítica de la Historieta. Fue co-director y guionista en las dos primeras revistas de historietas realistas de Córdoba: Filo y Aguijón.

Mario Wainfeld. Abogado (UBA- 1971). Fue Jefe de la sección Política de Página 12 desde 1997 hasta 2004. Actualmente es columnista político de ese medio. Publicó colaboraciones, entre otros medios, en Crisis, Le Monde Diplomatique, Lezama, Página 30, El Amante-Cine. Fue columnista político y conductor de programas de radio. Actualmente conduce el programa “Gente de a pie” en Radio Nacional. Es columnista del programa televisivo “Duro de Domar” (Canal 9).

Múltiples miradas en torno a las industrias culturales y los procesos de producción-apropiación mediática

Susana Morales - Carmen Rico de Sotelo

En 2013, durante los días 5, 6 y 7 de junio la Escuela de Ciencias de la Información de la UNC fue sede del VI Encuentro Panamericano de Comunicación, convocado bajo el lema **“Industrias culturales, medios y públicos: de la recepción a la apropiación en los contextos socio-políticos contemporáneos”**.

Los textos que aquí se presentan constituyen las versiones desgrabadas de las disertaciones ofrecidas a través de conferencias y paneles. En algunos casos, han sido revisadas o proporcionadas por sus autores, lo que será señalado oportunamente.

Desde sus orígenes, la preocupación de los organizadores y participantes de estos eventos estuvo centrada en acompañar con una reflexión académica las transformaciones tecnológicas del campo de la comunicación, articuladas a los procesos económicos, sociales y políticos en el marco de los escenarios globales contemporáneos.

Así, en 1997, colegas norteamericanos e investigadores del Cono Sur llevaron a cabo el **Primer Coloquio NAFTA-MERCOSUR sobre las Industrias de Cultura y Comunicación**, por iniciativa de la Intercom - Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de la Comunicación y organizado por la Cátedra UNESCO-UMESP de Comunicación, en Santos (Estado de San Pablo-Brasil) con el apoyo de la Universidad Católica de Santos. La coordinación del evento estuvo a cargo del profesor José Marques de Melo y los temas abordados fueron rescatados en el libro **“Comunicación en las Américas: el diálogo Sur-Norte”**, publicado por la Universidad Católica de Santos, en 1998. Se formó en la oportunidad un Comité Académico integrado por José Marques de Melo, Joseph Straubhaar, Gaëtan Tremblay y Delia Crovi para dar continuidad a esta

iniciativa panamericana. Este primer encuentro tuvo “una doble intención: activar mecanismos integradores entre instituciones y directrices académicas en los dos extremos de las Américas, y al mismo tiempo potenciar la cooperación universidades / empresas de comunicación, reduciendo el divorcio existente entre ambos sectores” (Marques de Melo, 1999)¹

El **Segundo Coloquio NAFTA-MERCOSUR** tuvo lugar en junio de 1999, en Austin (Texas- EEUU), bajo la dirección del profesor Joseph Straubhaar. Durante el mismo, se planteó por primera vez la idea de ampliar la iniciativa a la participación de investigadores del conjunto de países de las Américas.

Así surge el **I Encuentro PANAM (2002)**, con el lema “Industrias culturales y diálogo de las civilizaciones en las Américas”. Se desarrolló en Montreal, del 22 al 24 de abril 2002, reuniendo a más de 300 participantes de unos quince países de las tres Américas. Cerca de cincuenta presentaciones fueron realizadas en las mesas redondas y talleres, que contaron con traducciones simultáneas al inglés, español, francés y portugués.

La continuidad con que se han sostenido estos espacios a lo largo de los últimos casi 20 años, puso en evidencia la voluntad de sus impulsores de fortalecer la colaboración entre investigadores de las Américas que, de diversas maneras, trabajan en red desde hace muchos años, en y entre el Sur y el Norte, abordando temáticas relacionadas con la comunicación y la situación de las industrias culturales en el continente.

Hasta el momento, se han realizado VI Encuentros (además de los dos Coloquios mencionados):

I Encuentro PANAM – Montreal, Canadá – Abril 2002; “Industrias culturales y diálogo de las civilizaciones en las Américas”. Coordinador: Dr. Gaëtan Tremblay.

II Encuentro PANAM – México, México – Septiembre 2003: “Hacia la sociedad de la información y el conocimiento”. Coordinadora: Dra. Delia Crovi.

¹ Marques de Melo, José (1999): Paradigmas de escuelas latinoamericanas de comunicación. Revista Latina de Comunicación Social, 19. Disponible en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999fjl/73meloe.htm>

III Encuentro PANAM – Buenos Aires, Argentina – Julio 2005:
“Integración comercial o diálogo cultural ante el desafío de la Sociedad de la Información”. Coordinador: Dr. Guillermo Mastrini.

IV Encuentro PANAM – Santiago, Chile – Octubre 2008:
“Industrias de la Creatividad. Creatividad, Industrias Culturales y Desafíos para los Comunicadores”. Coordinadora: Dra. Lucía Castellón.

V Encuentro PANAM – Brasilia Brasil – Diciembre 2010:
“Industria de Contenidos Digitales, Redes Sociales y el Desarrollo Sustentable”. Coordinadora: Dra. Cosette Castro.

VI Encuentro PANAM 2013 - Córdoba, Argentina - 5, 6 y 7 de junio 2013. **“Industrias culturales, medios y públicos: de la recepción a la apropiación en los contextos socio-políticos contemporáneos”.** Coordinadora: Dra. Susana Morales. Co-Coordinadora: Dra. Carmen Rico de Sotelo.

¿Cuáles fueron las premisas que llevaron a los organizadores de este VI Encuentro a abordar la temática aludida? En primer lugar, la constatación de que en la actualidad las persistentes transformaciones tecnológicas vinculadas a las denominadas Tecnologías de la Información de la Información y la Comunicación (TIC), han dado un nuevo perfil a los diferentes actores y procesos del circuito comunicacional. En relación con las industrias culturales, tanto sus modos de producción, como sus ofertas y sus articulaciones verticales y horizontales se han visto profundamente modificadas. Nacen nuevos tipos de proveedores y roles que asumen el proceso creativo. Las antiguas empresas asociadas a las industria de la cultura y la comunicación se reinventan. Los circuitos “independientes” cobran renovada fuerza. Por otro lado, los canales, los soportes, los formatos, los géneros en que circulan los mensajes/productos se han diversificado, mixturado, metamorfoseado, a partir de la posibilidades que ofrecen los dispositivos tecnológicos que son cada vez más versátiles –pero no por ello menos complejos- a los tiempos, los espacios, las prácticas, los gustos y las demandas de usuarios que se vuelven cuasi expertos de manera creciente. Ello nos conduce a tomar nota de otra característica asociada a los actuales entornos tecnológicos, posiblemente la más novedosa, relacionada con las modificaciones en los modos de ser “público”, “usuario”, “receptor”, “consumidor”. Entre otras cosas, la interactividad y

la experiencia de participación y creación que ésta habilita, ha transformado a los receptores en productores de información, de conocimiento, de opinión y de productos culturales. Nos encontramos en presencia de una nueva manera de vinculación de los sujetos con los medios, las TIC y los productos mediáticos: la apropiación. No se trata del mismo tipo de apropiación que se suponía inherente a las prácticas de exposición, recepción y consumo de medios y productos culturales/mediáticos, caracterizada por la posibilidad de significar y resignificar tanto la práctica como el contenido de los mensajes. Hoy la apropiación es además *productiva* de mensajes que pueden ser puestos en circulación para grandes grupos de interlocutores. En esta etapa estamos obligados a pensar la comunicación desde otros paradigmas, frente a unas prácticas en las que los sujetos toman en sus manos las herramientas tecnológicas disponibles en el entorno comunicacional, y participan en la construcción de un capital social simbólico que se amplifica exponencialmente. Las comunidades de usuarios trascienden fronteras, las comunicaciones mediadas por lo digital se intensifican. Los mapas geográficos se superponen con las cartografías sociales, culturales y económicas. Esto pone de relieve, además, la necesidad de redefinir las orientaciones de políticas de integración regional, de regulación y de fortalecimiento de derechos. Hay una demanda ciudadana para que las políticas avancen un paso más adelante de lo que las burocracias nos tienen acostumbrados, tanto en la definición como en la ejecución de programas.

El modo en que la apropiación de medios y TIC se ensambla con la arquitectura de un nuevo ecosistema comunicacional (así como las características que lo definen); el alcance real y potencial del protagonismo de los usuarios, tanto como su sinergia con los procesos socio-políticos novedosos por los que transitan los países de la región, fueron algunos de los aspectos que nos propusimos debatir durante este VI Encuentro Panamericano de Comunicación.

El evento dio comienzo con las palabras de bienvenida de la Directora de la Escuela de Ciencias de la Información, Dra. Claudia Ardini, quien invitó a pensar la comunicación en su misión transformadora y emancipadora, en particular en una época de banalización y vaciamiento ideológico del lenguaje político.

Durante esos días, los debates se organizaron en torno a 250 ponencias distribuidas en 17 mesas de trabajo, que fueron publicadas en formato digital, y se pueden descargar del sitio www.publicacioncompanam2013.eci.unc.edu.ar. Además, se realizaron

conferencias y paneles que abordaron los temas centrales del Encuentro, las que fueron recogidas y publicadas en el presente volumen. Por otro lado, es de destacar que en el marco del evento, se hizo entrega de la distinción Dr. Honoris Causa al pensador jamaiquino Stuart Hall, quien en la oportunidad brindó una teleconferencia que fue seguida expectantemente por los asistentes al congreso.

El conferencista principal de la primera jornada, y miembro fundador de los Encuentros PANAM de comunicación, Profesor Gaëtan Tremblay, disertó sobre *Producción, circulación y apropiación de contenidos en las sociedades del conocimiento — Renovar la visión propuesta por la UNESCO* —, en la que, partiendo de la visión de la UNESCO sobre las Sociedades del Conocimiento (2005), postula que este organismo debe dar un paso adelante orientado al objetivo de que los ciudadanos y las ciudadanas participen en su propia iluminación y empoderamiento. Construir sociedades del conocimiento para la paz y el desarrollo sostenible, basadas en la diversidad y los procesos de aprendizaje en particular, son algunos de los desafíos de esta etapa.

Durante la tarde de este primer día de Encuentro, el Panel: *Las culturas en el contexto de la mediatización y globalización*, integrado por Cristina Liendo, Carmen Rico y Silvia Lago Martínez, articuló diferentes perspectivas filosóficas, antropológicas y sociológicas para pensar la comunicación y el espacio latinoamericano. Mientras Lago Martínez analizó las formas y contenidos de la intervención política de colectivos sociales que se apropian de las tecnologías digitales y audiovisuales en la lucha contrahegémica, Rico y Liendo se refirieron a los debates sobre la interculturalidad, en los que Boaventura de Sousa Santos ocupa un lugar preponderante. Con una mirada filosófica, Liendo se centró en el intercambio cultural desigual, mientras que Carmen Rico cuestionó la pretensión homogeneizante cultural de las Américas Latinas.

En la segunda jornada de trabajo, una presencia muy importante y esperada por todos los asistentes al congreso fue la de Stuart Hall, quien fuera director del Center for Contemporary Cultural Studies de la Universidad de Birmingham y referente ineludible en los estudios de la cultura y la comunicación. Hall, mediante videoconferencia, reflexionó acerca de la relación de Gramsci y la cultura, de la influencia de sus textos en otras corrientes teóricas, la experiencia de inmigración afrocaribeña, y en particular su relación con el marxismo y con el propio Marx. Este enriquecedor espacio de encuentro con el intelectual de Birmingham fue presentado por el Profesor Roberto Von Sprecher, quien en el texto

incluido en el presente volumen, a partir de su propia experiencia, realiza un recorrido de la recepción de los Estudios Culturales Británicos, en particular de los escritos de Stuart Hall, en América Latina.

En la oportunidad, el pensador de origen jamaicano recibió el doctorado Honoris Causa por parte de la Universidad Nacional de Córdoba, en virtud de que el autor, entre numerosos méritos, fue figura central en el discurso crítico de los estudios culturales de los años `70. El modelo de codificación/decodificación aplicado a los procesos comunicacionales, implica un rechazo del determinismo de la recepción mediática, reivindicando “la interpretación activa y dialéctica de las audiencias, si bien atribuye a la posición social o clase social un papel relevante en los procesos del mencionado modelo” (Res HCS UNC 414/2013)². Esta fue, posiblemente, una de las últimas apariciones públicas de Hall en un evento internacional, pues debido a problemas de salud que lo aquejaban desde hacía unos años, agudizados en los meses previos, falleció el 10 de febrero de 2014. Mucho nos enorgullece haber contado con su telepresencia en directo. Muchas gracias, Stuart Hall, por la calidad y calidez de su participación!.

El panel *Industrias culturales y la lucha por el sentido*, conformado por Roberto Follari, Raúl Rodríguez y Manuel Alejandro Guerrero Martínez, debatió acerca de cuestiones claves tales como la incidencia de las industrias culturales en general, e Internet en particular, en la conformación de los puntos de vista de las personas que hacen se ponen en juego en la vida social. Follari concentró su disertación en el análisis de las relaciones entre conceptos tales como ideología, representaciones, significaciones sociales, los que, articulados a las imágenes que provee principalmente la televisión, requieren de un aporte por parte de los intelectuales para *precipitar significación* que permita convertir en conocimiento lo que es ofrecido como banalización. Por su parte, Raúl Rodríguez interpreta la lucha por el sentido (en particular la que se da en el campo mediático), como la lucha por la pretensión de razonabilidad universal de cierto punto de vista. Esa disputa por la razonabilidad, cuyo escenario es el espacio público, implica la presencia de argumentaciones conocidas reflexivamente por los sujetos, como también de creencias pre-reflexivas, que expresan las confrontaciones entre mundos vividos y

² Resolución completa disponible en página de la UNC:

http://www.digesto.unc.edu.ar/consejo-superior/honorable-consejo-superior/resolucion/412_2013_1/?searchterm=dr.%20honoris%20causa%20stuart%20hall

mundos posibles. Cerrando el panel, Guerrero Martínez expuso los resultados de la investigación que desarrolló en México a propósito de las elecciones presidenciales de 2012, y el modo en que los discursos que circulan a través de las redes sociales, modifican sus concepciones y actitudes políticas.

Durante la última jornada, continuaron escuchándose otros aportes de investigadores que a lo largo de diferentes paneles, ofrecieron sus miradas sobre las problemáticas convocantes del Encuentro. De este modo, en la mesa *Estructura y regulación de medios en el marco de nuevos procesos políticos*, Martín Becerra, de Argentina, analizó la situación de los medios de comunicación audiovisuales de este país a lo largo de las tres últimas décadas sus avances y retrocesos. Entre otras cuestiones, se refirió a la legislación sancionada recientemente que permitiría, en el caso de su plena aplicación, una mayor desconcentración en la propiedad de los medios audiovisuales. A su turno, el investigador chileno Francisco Mas, examinó el escenario de los medios de Chile, postulando que en ese país el principal problema no es sólo la regulación respecto de la concentración, sino las lógicas políticas ideológicas que subyacen a ella. En particular, refirió a las dificultades del sistema político para garantizar la gobernabilidad en la recuperada democracia, sin la existencia de ciertos “pactos” con los medios tradicionales de Chile.

El panel *La apropiación tecno-mediática como desafío para los estudios de comunicación*, integrado por Teresa Quiróz Velasco y Susana Morales, brindó una perspectiva actualizada en el análisis de los públicos, particularmente a partir de la incorporación de TIC en el mundo juvenil. Quiróz Velasco, en primer lugar, analizó desde un corpus teórico-empírico anclado en sus propias investigaciones, de qué manera los jóvenes se apropian de la tecnología y desarrollan formas de comunicación. De este modo, planteó revisar aspectos tales como los procesos de conocimiento, de aprendizaje y subjetividad de los niños y adolescentes, la propia caracterización de nativos digitales que se les atribuye y las relaciones entre su mundo privado y el mundo de lo público. Por su parte, Morales postuló que nos encontramos en una nueva etapa en los estudios de comunicación. Puesto que la naturaleza interactiva de los dispositivos tecnológicos digitales permiten a los usuarios un tipo de actividad que es inédita en comparación a las posibilidades de los medios tradicionales, ello estaría abriendo las puertas a prácticas comunicacionales productivas, que a su vez conducirían a un mayor empoderamiento individual y colectivo. En ese marco, propuso un modelo de análisis de la apropiación tecno-mediática

que ofrezca respuestas más cercanas a la comprensión de las complejas prácticas que caracterizan los vínculos de los sujetos con los nuevos medios.

El último día del VI Encuentro Panamericano de Comunicación, 7 de junio, coincidió con la conmemoración en Argentina del Día del Periodista, ya que en esa fecha del año 1810, Mariano Moreno³ fundó la “Gazeta de Buenos Aires”, el primer periódico de la etapa independentista argentina. Por ello el panel de cierre estuvo orientado al debate de las *Condiciones, condicionamientos y libertades en la práctica periodística*, y contó con la participación de Juan Cruz Taborda, Christine Legrand y Mario Wainfeld. Taborda abordó el tema del panel partiendo de una analogía entre el Sistema de Medios y el Sistema de Partidos Políticos. Describió sintéticamente las transformaciones que ocurrieron en cada uno de ellos durante las décadas de los '80 y '90, en las que, bajo una aparente “desideologización”, se torna casi imposible identificar los intereses específicos que sustenta cada medio o partido. Esta lógica, según el expositor, se rompe a partir de la sanción de la modificación a la Ley de los Partidos Políticos (2009) y de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (2009). A su turno, Christine Legrand se refirió al desafío que representa para los medios de comunicación y los periodistas, actuar con una cierta independencia de las presiones del poder político, del Estado y de las iglesias. El reto es aún mayor en un contexto marcado por la subordinación de la actividad periodística a la lógica financiera y por la creciente disponibilidad de información instantánea generada por diferentes fuentes, que se ha visto facilitada por la creciente mediatización y uso de TIC por parte de los ciudadanos. Ello ha afectado entre otras cosas los puestos de trabajo y la credibilidad de la información periodística. Por último, Mario Wainfeld hizo hincapié en la amplitud de la libertad de expresión como contexto del trabajo periodístico en la actualidad en Argentina. Luego de 30 años de democracia, ello implica que circulen exabruptos de todo tipo, que cualquier cosa pueda ser dicha sin ningún tipo de limitación. Como contrapartida, considera que los públicos en la actualidad están más preparados para el debate y el cuestionamiento de lo que se habla a través de los medios, por lo cual se elevan los estándares de exigencia respecto de los mensajes periodísticos.

³ Mariano Moreno fue el Secretario de la Primera Junta de Gobierno formada luego de la Revolución de Mayo de 1810, que dio inicio al proceso de la independencia de Argentina respecto del reino de España.

Como podrán apreciar los lectores de las páginas que siguen, los aportes de todos los expositores fueron ricos, profundos y prometedores de futuros debates. Agradecemos por ello a cada uno de los participantes en las conferencias, paneles y mesas de trabajo.

Finalmente, nuestro agradecimiento también a la Alianza Francesa de Córdoba y al Centro Internacional de Investigación y Desarrollo de Canadá por su colaboración con la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional para la realización de este Encuentro.

La comunicación: encrucijadas y desafíos en el mundo de hoy¹

Claudia Ardini

Sean todos bienvenidos a esta casa. Es un orgullo para Ciencias de la Información ser sede y dar comienzo hoy a la VI edición del Congreso Panamericano de Comunicación.

Un congreso que a través de los años fue construyendo una tradición que de algún modo resume la historia, los avatares, los avances y las encrucijadas que la comunicación y sus estudios han transitado en esta parte del mundo.

Para nosotros, tiene la envergadura de un encuentro fundamental, con presencias también fundamentales que en el transcurso de estos días compartirán generosamente sus saberes, sus aportes para contribuir a acrecentar, como siempre, este campo tan vasto y complejo que es la comunicación.

Posee además la particularidad y dimensión del contexto y el momento en el que tiene lugar. En lo institucional porque estamos celebrando los 400 años de la Universidad Nacional de Córdoba, la más antigua de Latinoamérica y de la que nos sentimos profundamente orgullosos, celebración que encuentra a nuestra institución, como nunca, encaminada a dejar de ser Escuela para pasar a ser Facultad de Comunicación con todo lo que ello significa para el avance de nuestro campo disciplinar, no sólo en los ámbitos provincial y nacional, sino también en el regional, por el avance significativo que en términos materiales y simbólicos significa ser una facultad de comunicación en América Latina, en Iberoamérica. En un sentido, como caja de resonancia de la complejidad social, cultural y política mediada de manera absoluta por las redes y tecnologías comunicacionales. En otro, como usina generadora y multiplicadora de conocimientos que sean capaces de

¹ Versión proporcionada por su autora

alumbrar procesos de intervención y transformación social imprescindibles en el mundo injusto que hoy vivimos.

En un contexto más amplio, nos encontramos frente al desafío de dar respuesta al rol que nos corresponde como Universidad pública para la efectiva implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Esta ley, considerada de avanzada en el mundo, por su carácter democratizador, inclusivo, interpela a las carreras de comunicación para que intervengan como actores, con esos otros actores marginados de la participación política, acallados por la parafernalia mediática, por la exclusión política, económica, social y cultural.

Esos dos momentos, el institucional y el contextual, son fundamentales para reflexionar acerca de dónde estamos situados para hablar de comunicación, cómo estamos pensando esa comunicación, entre quiénes, con quiénes o para quiénes.

Los pueblos, globalización mediante, devenidos en audiencias, opinión pública, en el sentido planteado por Jesús Martín Barbero, son cada vez más portadores de legitimidad formal en tanto son consultados sobre el acontecer social y político, pero no así protagonistas nodales con participación en los debates de fondo que, finalmente, dan sustento a las decisiones que imperan en el mundo de hoy:

“(…) En una sociedad *descentrada* como la actual –que ni el Estado ni la Iglesia pueden ya vertebrar– y *estructuralmente mediada* por la presencia de un entorno tecnológico productor de un flujo incesante de discursos e imágenes *lo público* es cada día más identificado con lo escenificado en los medios, y *el público* con sus audiencias. La opinión pública que los medios fabrican con sus sondeos y encuestas tiene así cada vez menos de debate y de crítica ciudadanos y más de simulacro: *sondeada*, la sociedad civil pierde su heterogeneidad y su espesor conflictivo para reducirse a una existencia estadística. Y el vacío social de la representación facilitará la asimilación del discurso político al modelo de comunicación hegemónico.” (Martín-Barbero, 2001)

En esta caracterización, Barbero va más allá y señala que hay proyecciones pero no proyectos, que algunos individuos se proyectan pero las colectividades no tienen dónde asir los proyectos. Y como sin horizontes de futuro no hay posibilidad de pensar cambios, la sociedad patina sobre una sensación de sin-salida.

Sin embargo, su postura lejos está de ser apocalíptica. Por el contrario, invita a pensar rápidamente en cómo encontrar una salida. Los ámbitos académicos no serán, seguramente, los espacios iluminados donde se encuentren los caminos que conduzcan a una sociedad más justa y equitativa. Pero tenemos la responsabilidad, cada vez más, de concurrir en la construcción de alternativas que posibiliten nuevos procesos de colectivización que activen una efectiva participación democrática y no un simulacro de representación que el sistema de medios contribuye a afianzar cotidianamente.

Podríamos decir que los pueblos siguen siendo utilizados de manera experimental como la “materia prima” de la política, en el sentido en que predomina en el mundo, pero asistimos también a un tiempo en que los pueblos reaccionan quizás como nunca antes en la historia.

La banalización del lenguaje político, el vaciamiento ideológico o, en sus antípodas, la ideologización de todas las acciones, la trasmutación de derechas e izquierdas y la colonización cultural con objetivos de dominación global, deja a los hombres y mujeres, a los pueblos en manos de las corporaciones comerciales y financieras. A las democracias coloniales, que han perdido su representatividad y que sirven a estos objetivos, no les alcanzan los medios para sujetar el empuje de las masas en búsqueda, no ya de la “felicidad por el consumo” sino de la supervivencia por la dignidad, por trabajo digno, por la recuperación de valores sociales, culturales, idiosincráticos que les son propios y hacen a la diversidad amenazada por el proceso de uniformidad global.

Probablemente, el dato más alarmante sea que en esa sociedad degradada por el consumismo, donde todo es descartable, empiezan a serlo también los seres humanos. John Berger refiere con lucidez a estas consecuencias del capitalismo desenfrenado cuando dice: “está también el escombros de las palabras: palabras hechas ruinas que no alojan nada más, pues su sentido está destruido.”

Pero es posible, y aún necesario recuperar el sentido de algunas palabras. Política, es una de ellas. Solidaridad, justicia, equidad, y protagonismo son otras.

En este momento, en el que percibimos que asistimos a un cambio de época, podemos vislumbrar en el horizonte cambios de paradigmas que son casi una invitación a un nuevo mundo, en el que por una vez podamos decir que ha llegado la hora de los pueblos.

En ese camino, la comunicación está llamada a cumplir su misión transformadora, emancipadora. Quizás podamos pensar esa misión

abriéndonos a la participación en la reconstrucción del tejido social, la recuperación y potenciación de organizaciones sociales, organizaciones intermedias, instituciones que conforman el entramado social. Empoderar a esos actores desde la fortaleza que, entendemos, tiene la comunicación, probablemente sirva para que vuelvan a tener el protagonismo social y político que les fue arrebatado en los '90.

Y en ese marco, la referencia a Latinoamérica como modo de pensar un “nosotros mismos” imprescindible para tener existencia en el contexto global del mundo.

Nuestro imperativo hoy es pensarnos desde nuestra propia mismidad, desde nuestros legítimos y ancestrales intereses como región. Nuestro acercamiento a la política internacional no puede reducirse a la información que arteramente seleccionan las corporaciones de medios internacionales y que en nuestros propios países, los medios reproducen, incluso, desprovistos de una necesaria contextualización. Nada que inscriba el derrotero de nuestros países, de nuestros pueblos, en ese espacio mayor en donde toman las decisiones los poderosos del mundo.

Durante estos días nos encontraremos para compartir, para debatir, para reflexionar desde la comunicación. Confío en que esos intercambios, esos debates, esas exposiciones, no serán solo una instancia académica sino y principalmente, una oportunidad de realizar un modesto aporte desde la comunicación para encontrar salidas a las problemáticas acuciantes de un mundo cada vez más colapsado.

Por último, una necesaria referencia a quienes son artífices y portadores de la comunicación, los periodistas, de quienes el viernes próximo celebramos su día. Tenemos el deseo y la convicción de que se formen nuevas generaciones cada vez más comprometidas con los desafíos que nos presenta el mundo de hoy: la necesidad de dotar de más de altura, sentido crítico, emancipación y democracia al ejercicio de esta profesión, condiciones imprescindibles si se piensa en salir de la comodidad-mediocridad promovida por la excesiva concentración mediática y, consecuentemente, la reacción intempestiva e ideologicista que también obtura la reflexión y el debate que necesitan y demandan nuestras sociedades para encontrar un mejor destino de realización.

Producción, circulación y apropiación de contenidos en las sociedades del conocimiento. Renovar la visión propuesta por la UNESCO¹.

Gaëtan Tremblay - Robin Mansell

Desde la publicación del libro pionero sobre la producción y distribución del conocimiento por el economista norteamericano Fritz Machlup en 1962, y gracias al trabajo de varios investigadores (Albagli and Maciel 2010; Mansell 2010a, 2009; Webster 2006), se reconoce cada vez más que el conocimiento es un factor clave del desarrollo económico en las sociedades modernas. De forma paralela, los pensadores desde los primeros días de la civilización han proclamado que el conocimiento, aunque de un tipo diferente, es fundamental en la busca del camino hacia la paz (Hamelink, 2011). El conocimiento es sin duda valioso, por razones económicas, pero no sólo por ellas. Se encuentra también en el núcleo de la cultura y de la vida humana. En las primeras décadas del siglo 21, creemos que todas las formas de conocimiento deben contribuir a la creación de sociedades pacíficas en el camino hacia el desarrollo sostenible.

1. Hacia las sociedades del conocimiento

En 2005, la UNESCO participó en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI) y sugirió pasar de la sociedad de la información a las sociedades del conocimiento. En su Informe Mundial *Hacia las sociedades del conocimiento* (UNESCO 2005), éstas se definen

¹ Este texto es una versión reducida, traducida al español por Gaëtan Tremblay, del informe escrito por Robin Mansell y Gaëtan Tremblay (2013) : *Renewing the Knowledge Societies Vision: Towards Knowledge Societies for Peace and Sustainable Development*, Paris, UNESCO.

como sociedades que se benefician de su diversidad y de su capacidad para estimular el intercambio de conocimientos. Ofrecen muchas nuevas oportunidades de desarrollo, apoyadas por la innovación tecnológica y la participación a gran escala en la producción y en el consumo de información. El informe destacaba particularmente cuatro aspectos clave de las sociedades del conocimiento: la libertad de expresión y la libertad de información, el acceso universal a la información y el conocimiento, la educación de calidad para todos y el respeto a la diversidad lingüística y cultural.²

Los autores del informe de la UNESCO explicaron detalladamente los diferentes aspectos de las sociedades del conocimiento. Dedicaron diez capítulos a los procesos de aprendizaje, la educación permanente, las redes digitales, la educación superior, la investigación, la ciencia y otros temas relevantes. No olvidaron la contribución de los conocimientos locales e indígenas. También reconocieron que el acceso, aunque necesario, no es suficiente para alcanzar los objetivos de las sociedades del conocimiento o para asegurar la participación activa de los ciudadanos en sus sociedades.

La contribución de la UNESCO estipula claramente que las sociedades del conocimiento en consonancia con la equidad y el desarrollo humano y sostenible no pueden alcanzarse sólo por el desarrollo de la infraestructura tecnológica. El informe rechazó el determinismo tecnológico y pidió el reconocimiento de la diversidad de las sociedades del conocimiento. También advirtió contra una excesiva mercantilización del conocimiento. Si las sociedades del conocimiento no se limitan a la sociedad de la información, el conocimiento no se puede reducir a la simple difusión de información y contenidos culturales. También se requiere la adquisición de una serie de habilidades para el desarrollo del pensamiento analítico y crítico.

El informe terminaba con diez recomendaciones, centrándose en la necesidad de mejorar:

- La educación de calidad para todos,
- El acceso comunitario a las tecnologías de la información y la comunicación (TIC),
- La ampliación del dominio público del conocimiento,
- Las redes de cooperación científica,
- La manera de compartir el conocimiento ambiental para el desarrollo

² Reforzado en UNESCO, 2009, véase también Frau – Meigs 2011.

sostenible,

- La diversidad lingüística,
- La certificación del conocimiento en Internet,
- La creación de asociaciones para la solidaridad digital,
- Una mayor participación de las mujeres en las sociedades del conocimiento
- El desarrollo de instrumentos estadísticos para medir las sociedades del conocimiento.

La visión de la UNESCO relativa a las sociedades del conocimiento representa una contribución original y estimulante para el debate sobre la sociedad de la información, en consonancia con la misión de la UNESCO, que es la de "contribuir a la construcción de la paz, la erradicación de la pobreza, el desarrollo sostenible y el diálogo intercultural mediante la educación, la ciencia, la cultura, la comunicación y la información"³. En efecto, el conocimiento es la sangre que circula en los sistemas educativos, laboratorios de ciencias, actividades culturales y de comunicación y redes de información.

El informe de la UNESCO realizó una descripción detallada de sociedades del conocimiento ideales, agregando una pregunta crucial: "¿Tales sociedades van a ser sociedades basadas en el intercambio de conocimientos para todos o en la partición del conocimiento?" (UNESCO 2003c; 2005: 22). Dijo también que las sociedades del conocimiento se refieren a "las capacidades para identificar, producir, procesar, transformar, difundir y utilizar la información para construir y aplicar el conocimiento para el desarrollo humano" (UNESCO 2005: 27). Destacó dos peligros importantes. Uno de ellos era el riesgo de políticas y prácticas que promuevan un único modelo de la "economía del conocimiento", basado en aspiraciones que privilegian el crecimiento económico en detrimento de metas culturales y sociales. El segundo se ubica en la tendencia a adoptar el punto de vista del determinismo tecnológico. Si persiste, la mayor atención se le daría a fomentar la difusión de las tecnologías digitales, las redes y sus aplicaciones, y muy poco se le daría a la forma en que esto haría una diferencia en la vida de las personas.

Desde el año 2005, muchas cosas cambiaron. Esto se reconoce en informes recientes sobre la importancia de la información y el

³ Véase

<http://www.unesco.org/new/en/unesco/about-us/who-we-are/introducing-unesco/>.

conocimiento en la sociedad⁴. Las TICs, sobre todo los teléfonos móviles y la información digital, y también el contenido de los medios de comunicación son cada vez más accesibles a la población mundial⁵. Sin embargo, la rápida difusión de las tecnologías digitales y un mayor acceso a la información digital, aunque de forma desigual, no erradicaron el peligro de que las sociedades del conocimiento respetuosas de los derechos humanos y compatibles con la paz y el desarrollo sostenible, fueran amenazadas por la persistencia de la desigualdad y la injusticia social (Jorgensen 2011, 2006; Souter 2012b; UNDP 2012).

Este riesgo es visible en los debates políticos sobre el seguimiento de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI) , (Jorgensen 2011, 2006; Souter 2012b; UNDP 2012). En varios informes sobre el progreso hacia las metas y acciones establecidas durante la CMSI, incluidas las relativas a una mayor equidad, diversidad y justicia social en las sociedades del conocimiento, hay evidencia de continuos desafíos (UN ECOSOC 2012; UN/ITU 2010a, 2010b; UNESCO 2010b). Documentos emitidos por el Foro de la CMSI⁶, por ejemplo, se refieren a la "urgencia" de renovar los esfuerzos para avanzar en la consecución de los ideales democráticos de las sociedades del conocimiento.

Estos desafíos son relevantes para todos los interesados en las sociedades del conocimiento. Son especialmente relevantes para las personas desfavorecidas o excluidas. La Declaración del Milenio 2000 dice - "no escatimaremos esfuerzos para liberar a nuestros semejantes, hombres, mujeres y niños de las condiciones abyectas y deshumanizadoras de la pobreza extrema, a la que más de mil millones de ellos están actualmente sometidos" (United Nations 2000), Resolución 55/2. El progreso en cada uno de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (MDS) es relativo (UN 2010), y las características emergentes de las sociedades del conocimiento

⁴ Por ejemplo, (UNDP 2012) en Arab Knowledge Societies.

⁵ World Bank 2012, una revisión de la investigación sobre los enfoques de los móviles, véase (Donner, 2008).

⁶ The WSIS Action Lines are C1: Role of public governance authorities and all stakeholders in the promotion of ICTs for development; C2: Information and Communication Infrastructure; C3: Access to Information and Knowledge; C4: Capacity Building (Mobile Learning); C5: Building Confidence and Security in the Use of ICTs; C6: Enabling environment; C7: Applications (e-Government; e-Business; e-Science; e-Learning; e-Health; e-Environment; e-Agriculture; C8: Cultural diversity and identity, linguistic diversity and local content; C9: Media; C10: Ethical Dimensions of the Information Society; C11: International and regional cooperation (ITU 2012b, 2012d).

son un factor crucial en los debates sobre la renovación post-2015 de estos objetivos, incluyendo si Objetivos de Desarrollo Sostenible (AGDR) deben ser incorporados (Karver, *et al.* 2012).

Si entendemos el desarrollo humano como "un proceso de ampliación de las opciones de la gente" ⁷, y la creación de "un entorno propicio para que las personas disfruten de una vida prolongada, saludable y creativa", es esencial que el progreso siga avanzando para promover la libertad de expresión, la libertad de información, el acceso universal a la información y el conocimiento, la educación de calidad para todos y el respeto a la diversidad lingüística y cultural. Estos aspectos de las sociedades del conocimiento son tan importantes como la acumulación de bienes y la riqueza financiera. La necesidad de equilibrar estas dimensiones es sorprendentemente clara en la estela de la crisis financiera mundial y la necesidad imperiosa de abordar el cambio climático. Énfasis de la UNESCO sobre el progreso hacia sociedades del conocimiento integradoras, diversas y participativas exige la renovación de su visión 2005 a la luz de los acontecimientos ocurridos desde esa fecha.

2. Para una renovación de la visión de la UNESCO

En nuestro informe⁸, partimos de la visión de la UNESCO 2005 sobre las sociedades del conocimiento, comentando y renovando esta visión y haciendo hincapié en las implicaciones para la estrategia futura de la UNESCO. La libertad de expresión, el acceso universal a la información y el conocimiento, la educación de alta calidad, el aprendizaje para todos y el respeto a la diversidad lingüística y cultural son objetivos muy deseables. Sin embargo, la UNESCO debe dar un paso más allá. La crítica y el rechazo de los modelos simplistas basados en el determinismo tecnológico y de los enfoques top-down autoritarios, así como del peso desequilibrado de los valores de mercado (neoliberalismo), sirven de base para el diseño de programas pragmáticos. Estos deben tener en cuenta la diversidad de las situaciones concretas vividas por personas en diferentes

⁷ UNDP 1990: 1, y en línea con la visión del desarrollo como ampliación de las libertades de las personas (Sen 1999 , 2009)

⁸ Mansell, Robin and Tremblay, Gaëtan (2013) *Renewing the Knowledge Societies Vision: Towards Knowledge Societies for Peace and Sustainable Development*. Final report prepared for UNESCO's Towards Knowledge Societies for Peace and Sustainable Development: First WSIS+10 Review Meeting, Paris, 25-27 February.

partes del mundo. Deben perseguir el objetivo que los ciudadanos y las ciudadanas participen en su propia iluminación, en su propio empoderamiento y en su propio logro. Se debe instar a los socios del sector privado, del poder político y de la sociedad civil a que junten sus recursos y acciones para construir sociedades del conocimiento para la paz y el desarrollo sostenible. El conocimiento es necesario para lograr esto. Más que una herramienta poderosa para hacerlo, cuando las políticas y estrategias se diseñan para conseguir esta meta, el conocimiento puede contribuir a la emancipación humana a través de su aplicación creativa; ello es en sí mismo un objetivo valioso para la humanidad.

Con su visión de la sociedad del conocimiento, la UNESCO pasó de un enfoque en la infraestructura de información y comunicación a hacer hincapié en los seres humanos y en los procesos de aprendizaje. En 2013, la visión de las sociedades del conocimiento para la paz y el desarrollo sostenible requiere un nuevo desplazamiento hacia enfatizar la necesidad de reunir a los socios del sector privado, del sector público y de la sociedad civil para aclarar los problemas persistentes y crear procesos y acciones que los aborden.

Cualquier visión de las sociedades del conocimiento para la paz y el desarrollo sostenible debe afirmar sus aspiraciones fundamentales en una forma que reconozca los intereses de todas las partes interesadas. Es esencial recordar que las sociedades del conocimiento tienen que ver con el desarrollo humano, no sólo con la innovación tecnológica y sus efectos. En nuestro informe, nos centramos en la importancia de la libertad de expresión y la libertad de información, el acceso universal a la información y el conocimiento, la educación de calidad para todos y el respeto a la diversidad lingüística y cultural. Hacemos hincapié en el papel clave de los procesos de aprendizaje y formación, iniciativas de base y la participación de las partes interesadas y políticas para lograr un justo equilibrio entre los intereses públicos y privados.

En la estela de la rápida, y a veces sorprendente, evolución en las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), en los medios y en el entorno de la comunicación y de la información, proponemos la renovación de la visión de la UNESCO sobre las sociedades del conocimiento como un medio de poner de relieve sus prioridades. La UNESCO ha desempeñado un papel de liderazgo con la UIT en la planificación de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI 2003/2005), definiendo su visión de las sociedades del conocimiento en su Informe Mundial de 2005. Ahora es el momento para

una renovación de esta visión a la luz de la experiencia adquirida desde entonces.

Nuestro punto de partida es recordar que si el conocimiento es valioso económicamente, también es el núcleo de la cultura y de la vida humana en las sociedades pacíficas. Hacemos hincapié en que el acceso universal a la información es un requisito básico para crear sociedades del conocimiento para la paz y el desarrollo sostenible, pero que no es un requisito suficiente. Esto se debe a que el conocimiento implica el sentido, la apropiación y la participación. El acceso al conocimiento implica mucho más que el acceso a las TIC y la información digital. Implica el aprendizaje en contextos educativos formales e informales y se adquiere mediante la experiencia. El conocimiento es un medio para alcanzar los objetivos sociales y económicos. Es esencial a la socialización cultural, la participación política y la integración en los mercados. También es el camino hacia la emancipación individual y colectiva, y debe valorarse por sí mismo. El potencial de las redes y medios digitales y aplicaciones de información sólo se puede lograr si hay un equilibrio justo entre los intereses privados y públicos en el conocimiento.

Si el objetivo de las sociedades del conocimiento es promover la paz y la sostenibilidad, se necesita que las decisiones para promover la integración de los conocimientos en las vidas de las personas se tomen de manera que maximicen los beneficios y minimicen los daños, teniendo en cuenta los objetivos de prosperidad económica, la protección del medio ambiente, la equidad social incluyente y justa. Es esencial comprender, no sólo lo que hay que hacer para promover sociedades del conocimiento, sino también cómo los intereses de las partes concernidas están cambiando. La renovación de la visión de la UNESCO debe reconocer que son necesarias medidas políticas para apoyar de manera equilibrada a la vez el patrimonio común de la información abierta y el enfoque impulsado por el mercado. El entorno político es actualmente favorable a las estrategias que favorecen los mercados y a las acciones que se centran en la tecnología y en la información digital. Se necesita que los responsables políticos miren más allá de los "usos" de redes y de las aplicaciones de las TIC, hacia las condiciones - institucionales, normativas, financieras, culturales, políticas - que enmarcan estos usos, ya sea de móviles, medios sociales, o bases de datos.

El aprendizaje es el núcleo de la sociedad del conocimiento. La expansión de las redes digitales ofrece oportunidades fantásticas para facilitar la educación y el aprendizaje en todos los niveles. Pero este

potencial puede materializarse sólo si se cumplen requisitos básicos: por encima de todo, contenido de alta calidad y tutores bien entrenados. La educación de alta calidad para todos, a todos los niveles, debe ser uno de los objetivos principales de las sociedades del conocimiento para la paz y el desarrollo sostenible. Esto sólo puede lograrse a través de una inversión suficiente en la formación de educadores, que sea para facilitar el aprendizaje formal o lo informal. Una preocupación igualmente importante para la política es que la diversidad lingüística es fundamental para fomentar la participación en las sociedades del conocimiento. Si no se le da suficiente atención, la gente podrá tener acceso a las redes y la información digital, sin beneficiarse por lo tanto de oportunidades de educación y aprendizaje significativas en su vida diaria.

La educación a distancia es a menudo identificada como la solución milagrosa a la falta de materiales educativos y de recursos humanos. En efecto, puede ser un medio eficaz de dar acceso más grande a recursos escasos. Usada apropiadamente, puede ayudar a formar a los profesores más rápidamente en los países donde un gran número de ellos es necesario en un corto período de tiempo para satisfacer las necesidades de las escuelas primarias y secundarias. Pero, para ser eficaz, la educación a distancia debe diseñarse con suficiente antelación, basarse en contenidos de alta calidad y contar con técnicos, maestros y tutores calificados, para construir capacidades asociadas a todo tipo de alfabetización.

Una cuestión fundamental es cómo una sociedad debe organizar el acceso a la información para fomentar la creación y la producción de conocimientos. Esta cuestión va al núcleo mismo de la forma en que se valora el conocimiento social como económicamente. El reto es encontrar una solución equilibrada que sea socialmente aceptable y económicamente viable entre dos opciones opuestas: el copyright que protege la propiedad intelectual, pero restringe el acceso a la información en el mercado y el enfoque sobre bienes comunes que favorece el dominio público y el libre acceso a la información. La oposición dogmática entre enfoques mercado-céntricos y enfoques orientados a los bienes comunes debe ser rechazada. Se deben alentar ajustes al ambiente político actual para que funcionen en paralelo el mercado y los bienes comunes para fomentar enfoques híbridos que favorecen mejor las actividades creativas. Estimular en las sociedades del conocimiento la producción de información percibida como relevante por los que la acceden y la aplican en sus vidas cotidianas y en contextos políticos y económicos, seguirá siendo un desafío importante para la política en las próximas décadas.

El acceso a la información y el conocimiento junto con recompensas económicas son vitales para el desarrollo de una economía creativa. Los trabajadores de los sectores culturales y creativos deben estar bien entrenados para dominar conocimientos y habilidades específicas. El desarrollo de las industrias creativas por lo tanto requiere una alta calidad de los programas de capacitación, además de la libertad y del fomento para contribuir de forma innovadora y creativa. En vista de la creciente contribución de las industrias creativas a la producción económica nacional, la mayoría de los países están tratando de adoptar políticas para desarrollar sus industrias creativas para fortalecer su competitividad en la economía global. Los países también deben desarrollar políticas que fomenten la participación incluyente de los ciudadanos a través de sus aportaciones creativas y relacionadas con la información a la sociedad.

Es necesario que haya una mejor coordinación de las medidas encaminadas a la construcción de la infraestructura de información abierta y el aprendizaje y la promoción de las redes sociales y la producción y uso de datos e informaciones abiertos. Además, se necesitan esfuerzos para fomentar la práctica verdaderamente participativa en las sociedades del conocimiento. Las organizaciones especializadas deben trabajar con todos los actores involucrados para explorar cuestiones de poder, nuevos medios de organizar el voluntariado y cómo estos proyectos pueden exhibir resultados más claramente útiles para aquellos que esperan beneficiarse de ellos.

3. Producción, circulación y apropiación de contenidos: desafíos para las industrias, el Estado y los públicos

Uno de los retos más importantes para las sociedades del conocimiento es la adopción y la aplicación de una política pública adecuada para la gestión de los procesos e instituciones que participan en la producción y circulación de la información dentro de estas sociedades. Tal política debe involucrar a muchos sectores de la sociedad y requiere la concertación de los diferentes ministerios (educación, ciencia, industria, justicia, etc), de los ciudadanos y los grupos de consumidores con el fin de asegurar que estos desarrollos puedan capacitarlos.

La producción de conocimiento resulta de un proceso que incluye individuos, sino que también se beneficia de las actividades colectivas.

Antes de la revolución industrial, el conocimiento se producía principalmente por académicos, artistas, escritores e inventores que trabajaban de manera relativamente aislada y no se necesitaban grandes inversiones. Hoy, los laboratorios públicos y privados a menudo emplean equipos internos y externos en los que miles de investigadores son responsables de los esfuerzos de producción de conocimiento y de los resultados. Se basan en grandes presupuestos provenientes de fondos públicos y privados. Pueden contar con el apoyo público e incluso los laboratorios privados se benefician de subvenciones públicas y deducciones fiscales de los Estados que compiten para atraerlos.

El conocimiento también es producido y distribuido en las escuelas y universidades. La mayoría de las sociedades modernas reconocen que el acceso a estas instituciones debe estar disponible para todos. Desafortunadamente, los recursos asignados, en muchos casos, no son suficientes y el nivel de acceso sigue siendo demasiado bajo. No puede existir una sociedad del conocimiento real, donde el acceso a la educación básica no está garantizado para todos.

Sabemos poco sobre los aspectos cognitivos del proceso creativo, pero una cosa es evidente a la simple observación: una nueva idea o un nuevo producto nunca es totalmente nuevo. La creación resulta en mayor o menor parte de una combinación original de elementos ya conocidos. Las creaciones siempre piden prestado algo de la herencia colectiva, ya sean colecciones de libros anteriores, obras de arte, música popular, cuentos tradicionales, etc. Esto quiere decir que la creación es una mezcla de las aportaciones individuales y colectivas. Esto es aún más cierto en una época digital en la cual *mash-ups* y *remixes* son relativamente fáciles de crear. Entonces, la gestión de los beneficios de la producción creativa debe tener en cuenta su doble origen.

Desde la Antigüedad, la mayoría de los filósofos y los científicos han pensado que el conocimiento debe ser accesible a todos y que era su deber promoverlo. Los artistas también quieren que la gente tenga la oportunidad de disfrutar de sus producciones. Por supuesto, escritores, científicos y artistas también quieren ganarse la vida con su actividad. La pregunta es cómo una sociedad debe organizar el acceso a la información, instando a la creación y producción de conocimiento (Mœglin and Tremblay, 2012). Esta es quizás la cuestión más crucial para el futuro de las sociedades del conocimiento, ya que está en el corazón mismo de la forma en que valoran el conocimiento socialmente, no sólo económicamente. Históricamente, el régimen de propiedad intelectual se

desarrolló para equilibrar los intereses de los creadores y de los que desean acceder a sus obras ⁹. Este equilibrio se refleja en el artículo 27 de la Declaración Universal de Derechos Humanos: "Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios. Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales resultantes de las producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora". Este equilibrio trató de ofrecer un dominio público bastante grande en el que todos puedan beneficiarse del acceso a la información. Con el tiempo, sin embargo, este dominio público ha sido reducido puesto que se ha dado mayor atención a los derechos de propiedad comercial de la información y menos a los derechos de autor. Ahora, hay muchas maneras innovadoras en que las personas pueden compartir información en un espacio común digital.

Charlotte Hess y Elinor Ostrom, ganadora del Premio Nobel 2009 en Ciencias Económicas, sostienen que el conocimiento es un recurso colectivo y un bien común no rival (Hess and Ostrom 2007; Ostrom 1990). Esto significa que el intercambio de información no da lugar a lo que Garrett Hardin llama la "tragedia de los comunes", en referencia a la utilización excesiva de los bienes naturales (agua, bosques, pesca) (Hardin 1968), si el acceso no está regulado. De hecho, los pastos de la comunidad podían ser rápidamente destruidos por el uso incontrolado de personas que buscan sólo maximizar sus propios beneficios cuando no se maneje a través de normas formales o informales y convenciones. Sin embargo, la información sobrevive su apropiación individual, porque no es de uso rival. Además, su valor y utilidad aumentan con su difusión. A la inversa, el acceso limitado excesivamente impide su efecto estimulante sobre otros creadores y puede conducir a lo que el abogado Michael Heller llama la "tragedia de los *anticommons*" (Heller 1998).

Esto no significa que el acceso a servicios de información y conocimiento debe ser siempre libre. Los promotores de los *Creative Commons* no tienen tal intención. Entonces ofrecen seis tipos de licencia definiendo las condiciones de acceso progresivo que corresponden a diferentes niveles de control de la propiedad intelectual. El movimiento de los *Creative Commons* reconoce que las contribuciones individuales a un

⁹ WIPO administers 25 treaties related to intellectual property including the Bern Convention, while the WTO oversees the TRIPS agreement. (UNCTAD 2008) address specific issues relating to the creative economy.

trabajo creativo pueden ser recompensadas si se comercializan los bienes informativos. Pero los *Creative Commons* y otras iniciativas similares tratan de maximizar la creatividad y el acceso en contraste con los modelos de negocio basados en la ley de copyright existente, que tratan de limitar el acceso estrictamente a los consumidores que están en condiciones de pagar el precio de mercado determinado por los titulares de derechos de autor.

Incluso si la información que se produce y comparte en un patrimonio común del conocimiento ayuda a contribuir a la creatividad y el aprendizaje generalizado en las sociedades del conocimiento, tiene que tener en cuenta que parte de la información también tiene un valor estratégico para las empresas que razonablemente pueden esperar un retorno de la inversión para producirlo. Enormes cantidades de dinero son a veces necesarias durante años para crear un producto de información o servicio nuevo. Las sociedades del conocimiento deben proteger adecuadamente la propiedad intelectual a favor de dichas inversiones. Sin embargo, la protección y el acceso restringido se han extendido a mucho tiempo después de la muerte del creador (Bilton 2007). Acceso a la información completamente abierta daría lugar a un sistema de freno para la creación. Un sistema de pago directo universal sería demasiado exclusivo, restringiendo el acceso y limitando la creación. Entre las dos opciones extremas, el reto es encontrar una solución equilibrada que sería socialmente aceptable y económicamente viable.

Las recompensas económicas para la creación de información digital son especialmente importantes para un sector económico identificado desde la década de los 90 como las industrias creativas, es decir industrias en las que la creación desempeña un papel clave. Las definiciones varían, pero el sector de las industrias creativas en general se refiere a las industrias culturales y a los medios de comunicación, agregando a la lista la arquitectura, el diseño, la artesanía, la industria del *software* y la publicidad (Bouquillion, 2012). Los trabajadores de este sector deben estar bien entrenados y dominar conocimientos y habilidades específicas. El desarrollo de las industrias creativas por lo tanto requiere programas de capacitación de alta calidad, además de la libertad y el incentivo de contribuir de forma innovadora y creativa. En vista de la creciente aporte de las industrias creativas a la producción económica nacional, la mayoría de los países están tratando de adoptar políticas para desarrollar sus industrias creativas y fortalecer su competitividad en la economía global¹⁰.

¹⁰ Boyle 2008; Reilly and Smith forthcoming 2013; Tremblay 2011a; UNCTAD 2008.

Sin embargo, las sociedades se caracterizan también cada vez más por la acción individual descentralizada y nos gustaría añadir por una acción colectiva de tipo nuevo: "una nueva e importante acción cooperativa y coordinada, llevada a cabo a través de mecanismos ajenos al mercado, radicalmente distribuidos, que no dependen de las estrategias de propiedad, desempeña un papel mucho más importante de la que tiene, o podía tener, en la economía de la información industrial" (Benkler 2006: 3). Nuestra visión estratégica para permitir la producción y accesibilidad de la información digital en las sociedades del conocimiento rechaza una oposición dogmática entre el enfoque propietario mercado-céntrico y el enfoque sobre los bienes comunes. Se deben alentar ajustes al entorno político actual para que la actividad creativa orientada al mercado y la actividad colectiva inspirada por la filosofía de los bienes comunes puedan proceder en paralelo.

Además, la experiencia ha demostrado que los mejores resultados para todas las partes interesadas se pueden esperar cuando los actores del sector privado y los del Estado desempeñan roles complementarios en lugar de luchar entre sí. Los agentes del mercado deben estimular la competencia y ofrecer las inversiones suficientes y los incentivos para la innovación. El Estado, por su parte, debe apoyar la educación de alta calidad, una buena gobernanza del mercado y un sistema bien equilibrado para proteger la propiedad intelectual y facilitar el acceso universal a la información digital. Los actores de la sociedad civil deben participar en la definición y gestión de la información relacionadas con las actividades en las que están interesados. Iniciativas participativas suelen producir mejores resultados que iniciativas de arriba hacia abajo (*top-down initiatives*). Priorizar la participación es una buena manera de asegurar la adopción de políticas que favorezcan los grupos de base.

Por último, los sistemas públicos de radiodifusión, de acuerdo con sus misiones de servicio público, tienen una doble responsabilidad para promover la producción cultural y el conocimiento y facilitar el acceso a esta producción por el conjunto de la sociedad. Deben renovar su misión a la luz de la evolución de Internet y de las industrias creativas. La UNESCO podría desempeñar un papel de coordinación en la organización de reuniones y difusión de información para compartir experiencias y experimentos innovadores. Los medios de comunicación de servicio público en los países ricos deben ser animados a trabajar en cooperación con los países que no tienen una fuerte tradición de servicio público para dar a la gente acceso a contenido diverso y relevante a nivel local a través

de Internet o a través de la radio y de la televisión, sin importar modelos de producción y de regulación que son insensibles a las condiciones locales. Estas iniciativas deben reconocer que existen diferencias sustanciales entre modelos de radiodifusión controlado por el Estado y verdaderos servicios públicos dedicados al beneficio de la colectividad.

4. Directrices para la estrategia de la UNESCO

Nuestro informe destaca unas iniciativas en varias áreas temáticas seleccionadas: la educación formal y no formal y el aprendizaje, los medios de comunicación y el contenido mediado, la libertad de expresión, la libertad de información y la transparencia política, los problemas de sensibilidad de género, la sostenibilidad ambiental y la ética.

Y se concluye con una serie de directrices para la estrategia de la UNESCO hacia las Sociedades del Conocimiento:

- 1) *Dar prioridad a los procesos de aprendizaje y a la organización del aprendizaje en red, a la luz de la misión de la UNESCO es esencial.* Todas las personas necesitan la capacidad para evaluar críticamente la información digital a la luz de otras fuentes de conocimiento. La educación a través de los procesos de aprendizaje formales e informales, mezclando usos *online* con intercambios cara a cara cuando sea necesario, se debe dar una alta prioridad, como el multilingüismo para fomentar entornos de aprendizaje diversos e inclusivos. Esto también significa que los alfabetismos informativos y mediáticos deben fortalecerse en todos los segmentos de la sociedad.
- 2) *Debe prestarse especial atención a la capacitación de instructores combinando eficazmente todos los recursos disponibles de la interacción cara a cara con la creación de redes digitales.* El logro de la autonomía, un objetivo clave de la educación, requiere la ayuda de instructores competentes. El desarrollo de las redes digitales ofrece nuevas oportunidades que deben ser tomadas y deben existir los recursos financieros y técnicos adecuados para ampliar y mejorar la formación de los docentes.
- 3) *Facilitar la rápida circulación del conocimiento científico en todas las partes del mundo, especialmente en las zonas menos desarrolladas, es una prioridad.* El conocimiento científico es un factor clave en el proceso de innovación y en la búsqueda de vías para el desarrollo industrial, que son

respetuosas con el medio ambiente. Como la ciencia es reconocida como un bien común o público, debe ser compartida universalmente. Las universidades y laboratorios bien equipados deben ser alentados a compartir rápidamente sus descubrimientos y su *know-how*, sobre todo con las entidades situadas en las zonas menos desarrolladas.

4) *Es esencial fomentar la investigación y el debate sobre un sistema legal equilibrado para proteger la propiedad intelectual y para favorecer el acceso de todos.* El intercambio de mercado y los modelos de *creative commons* deben articularse entre sí para estimular la creación y el intercambio de información. Deben adoptarse medidas para crear nuevos modelos de negocio y promover el intercambio de información. Al mismo tiempo, es esencial tener en cuenta las implicaciones de intercambio de información para la protección de la privacidad individual.

5) *Fomentar una colaboración equilibrada entre el sector privado, el sector público y las organizaciones de la sociedad civil debe ser una prioridad.* Las redes digitales y el acceso a la información se están desarrollando a través de las aplicaciones privadas y abiertas de las TIC en todo el entorno de la vida económica, política y social. Las empresas, los gobiernos y las organizaciones de la sociedad civil a menudo trabajan de forma aislada o en direcciones opuestas. En todos estos contextos, se necesitan esfuerzos que privilegien acciones participativas, de abajo hacia arriba.

6) *Estimular las iniciativas de participación, valorizar la diversidad y dar visibilidad y voz a los individuos y las comunidades locales debe ser una especial prioridad.* Incluso cuando se hacen esfuerzos para promover la participación local, no se presta suficiente atención a lo que es necesario para asegurar que las aplicaciones de las tecnologías digitales sean participativas en el sentido de que se están capacitando para todos los involucrados. Los procesos de innovación y aprendizaje tienen más éxito cuando están abiertos a lo inesperado y a los cambios en el entorno.

7) *Capacidad de respuesta a los intereses de las mujeres, de las personas con discapacidad, de los pueblos indígenas y de las personas y grupos marginalizados debe ser una consideración de máxima prioridad en todas las medidas para promover las sociedades del conocimiento.* Todas las medidas políticas deben buscar la manera de abordar la desigualdad y la injusticia social, especialmente a través de medidas que respetan los derechos humanos. El *networking* ofrece nuevas oportunidades para el empoderamiento de las mujeres y de otros grupos marginalizados y excluidos, pero las oportunidades no se pueden realizar sin prestar atención

a las prácticas discriminatorias, las consideraciones de privacidad y las cuestiones éticas.

8) *La UNESCO debería asumir un papel de liderazgo en todos los ámbitos de su mandato, fomentando la colaboración entre las personas dentro y fuera del sistema de Naciones Unidas que tienen los recursos necesarios para alojar portales de información, para fomentar medidas que apoyen las iniciativas de datos abiertos haciendo la información más accesible y para proporcionar orientación en vías de vincular datos e interpretarlos de manera que tengan sentido para aquellos cuyos intereses a menudo son ignorados.* La UNESCO debe incrementar su presencia en la Internet, dar acceso a la información, y fomentar las interconexiones entre grupos que trabajan sobre problemas similares. Esto incluye prestar atención a los estándares abiertos para el intercambio de información, a las implicaciones de la creciente escala de los recursos de datos, incluidos los "grandes datos", y la creciente importancia de la computación en nube (*cloud computing*) para los datos y el acceso a la información.

9) *Fomentar entornos en las sociedades del conocimiento que aseguran prácticas de empleo justas y respetar los derechos humanos de los contribuyentes voluntarios y trabajadores remunerados es esencial para diversificar y mejorar los entornos de vida y debe ser una prioridad para la UNESCO, en colaboración con otras organizaciones.* El acceso a los datos y a la información está haciendo que sea más fácil generar nuevos conocimientos en apoyo de los objetivos de desarrollo y muchas de estas actividades entran dentro del mandato de la UNESCO. La UNESCO debería fortalecer su coordinación con otros organismos que tienen mandatos con respecto a las prácticas laborales.

Al renovar su visión de la sociedad del conocimiento, la UNESCO, con otros actores del sector intergubernamental, del sector estatal y del sector privado, va a desempeñar un papel, junto con los ciudadanos y las organizaciones de la sociedad civil, en el establecimiento de la forma en que se producen y se aplican a la construcción de sociedades los recursos de información, incluidos los contenidos de los medios. Es esencial asegurar que todos los interesados sean responsables de sus estrategias y acciones, porque cuando no se toman en cuenta las asimetrías de información, una mayor participación tiene un impacto relativamente pequeño.

Si la visión de la UNESCO reconoce que las sociedades del conocimiento no son ni uniformes, ni siempre beneficiosas para los

ciudadanos y los consumidores, su programa de trabajo puede dar una idea ejemplar en la viabilidad de la acción participativa colectiva en los bienes comunes de información, junto con el desarrollo comercial de tecnologías innovadoras de comunicación y de productos multimedia. Al renovar su visión, la UNESCO debe llamar a una evaluación continua de las oportunidades y de los riesgos de las sociedades del conocimiento, y de los principios, políticas y programas que ayuden a acelerar el desenvolvimiento de sociedades del conocimiento integradoras que también contribuyan a la paz y el desarrollo sostenible.

Referencias bibliográficas

- Albagli, S. and Maciel, M. L. (Eds) (2010). *Information, Power and Politics: Technological and Institutional Mediations*. Lanham MD: Lexington Books.
- Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven CT: Yale University Press.
- Bilton, C. (2007). *Management and Creativity. From Creative Industries to Creative Management*. Malden MA: Blackwell Publishing.
- Bouquillion, P. (Ed.) (2012). *Creative Economy, creative industries. Des notions à traduire*. Paris: Presses Universitaires de Vincennes.
- Boyle, J. (2008). *The Public Domain: Enclosing the Commons of the Mind*. New Haven CT: Yale University Press.
- Donner, J. (2008). 'Research Approaches to Mobile Use in the Developing World: A Review of the Literature'. *The Information Society*, 24: 140-159.
- Frau-Meigs, D. (2011). *Media Matters in the Cultural Contradictions of the "Information Society": Towards a Human Rights-based Governance*. Strasbourg: Council of Europe Publishing.
- Hardin, G. (1968). 'The Tragedy of the Commons'. *Science*, 162: 1243-48.
- Hamelink, C. (2011). *Media and Conflict: Escalating Evil*. Boulder, CO: Paradigm.
- Heller, M. A. (1998). 'The Tragedy of the Anticommons: Property in the Transition from Marx to Markets'. *Harvard Law Review*, 111(3): 622-688.

Hess, C. and Ostrom, E. (Eds) (2007). *Understanding Knowledge as a Commons: From Theory to Practice*. Cambridge MA: MIT Press.

ITU. (2012b). *Identifying Emerging Trends and a Vision Beyond 2015*. Geneva: ITU WSIS Forum at http://groups.itu.int/LinkClick.aspx?fileticket=_6WjVzmM3oo%3d&tabid=2103.

ITU. (2012d). *WSIS Forum 2012 Outcome Document: Identifying Emerging Trends and A Vision Beyond 2015!* Geneva: ITU at <http://groups.itu.int/LinkClick.aspx?fileticket=3T8l-8df8yw%3d&tabid=2103>Jorgensen, R. F. (2011). *Framing the Net: How Discourse Shapes Law and Culture*. Copenhagen: Unpublished PhD Dissertation, Department of Communication, Business and Information Technologies, Roskilde University at udr.ruc.dk/bitstream/1800/7371/1/Framing_the_Net.pdf

Jorgensen, R. F. (Ed.) (2006). *Human Rights in the Global Information Society*. Cambridge MA: MIT Press.

Karver, J., Kenny, C. and Sumner, A. (2012). *MDGs 2.0: What Goals, Targets and Timeframe?* Brighton: Institute of Development Studies, IDS Working Paper No. 398 at http://www.cgdev.org/files/1426271_file_Kenny_Karver_MDGs_FINAL.pdf.

Machlup, F. (1962). *The Production and Distribution of Knowledge*. Cambridge MA: Princeton University Press.

Mansell, R. (2010b). *Power and Interests in Developing Knowledge Societies: Exogenous and Endogenous Discourses in Contention*: IKM-E (International Knowledge Management – Emergent) Working Paper No. 11 at http://wiki.ikmemergent.net/index.php/File:IKM_Working_Paper-11-Robin_Mansell-July2010-final-pdf.pdf.

- Mansell R. and Tremblay G. (2013), *Renewing the Knowledge Societies Vision : Towards Knowledge Societies for Peace and Sustainable Development*, Paris, UNESCO.
- Mœglin, P. and Tremblay, G. (2012). 'Industries culturelles, politiques de la créativité et régime de propriété intellectuelle ', in P. Bouquillion (Ed.), *Creative Economy, creative industries Des notions à traduire*. Paris: Presses Universitaires de Vincennes, pp. 193-214.
- Ostrom, E. (1990). *Governing the Commons: The Evolution of Institutions for Collective Action*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Reilly, K. and Smith, M. L. (forthcoming 2013). 'The Emergence of Open Development in a Network Society', in M. L. Smith and K. Reilly (Eds), *Open Development: Technological, Organizational, and Social Innovation in International Development*. Ottawa: IDRC.
- Souter, D. (2012b). *Human Rights and the Internet: A Review of Perceptions in Human Rights Organisations*. London: Report to the Association for Progressive Communications at <http://www.apc.org/en/system/files/HumanRightsAndTheInternet20120627.pdf>.
- UN. (2010). *The Millennium Development Goals Report 2010*. New York: United Nations at <http://www.un.org/millenniumgoals/pdf/MDG%20Report%202010%20En%20r15%20-low%20res%2020100615%20-.pdf>
- UN ECOSOC. (2012). *Progress made in the implementation of and follow-up to the outcomes of the World Summit on the Information Society at the regional and international levels*. New York: United Nations, A/67/50 at <http://www.itu.int/wsis/review/inc/docs/S12-WSIS20-C-0004!!PDF-E.pdf>
- UN/ITU. (2003a). *Declaration of Principles: Building the Information Society: A Global Challenge in the New Millennium*. Geneva: United Nations and International Telecommunication Union, WSIS-03/Geneva/Doc/4-E, 12 December at <http://www.itu.int/wsis/docs/geneva/official/dop.html>.

- UN/ITU. (2003b). *Plan of Action: WSIS*. Geneva: United Nations and International Telecommunication Union, WSIS-03/Geneva/Doc/5-E, 12 December at <http://www.itu.int/wsis/docs/geneva/official/poa.html>.
- UN/ITU. (2005a). *Tunis Agenda for the Information Society*. Tunis: United Nations and International Telecommunication Union, WSIS-05/Tunis/Doc/6(Rev.1)-E, 18 November at <http://www.itu.int/wsis/docs2/tunis/off/6rev1.html>.
- UN/ITU. (2005b). *Tunis Commitment*. Tunis: United Nations and International Telecommunication Union, WSIS-05/Tunis/Doc/7-E, 18 November at <http://www.itu.int/wsis/docs2/tunis/off/7.html>.
- UN/ITU. (2010a). *Report of the World Summit on the Information Society Stocktaking 2010: Tracking Progress*. Geneva: International Telecommunication Union Version 1.2 at http://groups.itu.int/Portals/30/documents/WSIS/WSIS-Stocktaking-Report-2010_1.1.pdf.
- UN/ITU. (2010b). *World Telecommunication/ICT Development Report 2010: Monitoring the WSIS Targets: A Mid-Term Review*. Geneva: International Telecommunication Union at http://www.uis.unesco.org/Communication/Documents/WTDR2010_e.pdf.
- UNCTAD. (2008). *Creative Economy Report 2008: The Challenge of Assessing the Creative Economy: Towards Informed Policy Making*. New York: UNCTAD at www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf.
- UNDP. (2012). *Arab Knowledge Report 2010/11: Preparing Future Generations for the Knowledge Society*. Paris: UNDP at <http://www.arab-hdr.org/akr/index.aspx>.
- UNDP. (1990). *Human Development Report 1990: Concept and Measurement of Human Development*. New York: UNDP and Oxford University Press at <http://hdr.undp.org/en/reports/global/hdr1990/>.

- UNESCO. (2003a). *Cultural and Linguistic Diversity in the Information Society*. Paris: UNESCO at <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/cultural-and-linguistic-diversity-in-the-information-society/>.
- UNESCO. (2003b). *Science in the Information Society*. Paris: UNESCO at <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/science-in-the-information-society/>.
- UNESCO. (2003c). *UNESCO's Basic Texts on the Information Society*. Paris: UNESCO at <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/unescos-basic-texts-on-the-information-society/>.
- UNESCO. (2005). *Towards Knowledge Societies*. Paris: UNESCO at <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/towards-knowledge-societies-unesco-world-report/>.
- UNESCO. (2007). *Towards a Common UN System Approach: Harnessing Communication to Achieve the Millennium Development Goals: Background papers prepared for the 10th UN Inter-Agency Round Table on Communication for Development*. Addis Ababa: UNESCO, 12-14 February at <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/towards-a-common-un-system-approach-harnessing-communication-to-achieve-the-millennium-development-goals/>.

- UNESCO. (2009). *Investing in Cultural Diversity and Intercultural Dialogue: UNESCO World Report*. Paris: UNESCO at http://portal.unesco.org/culture/fr/ev.php-URL_ID=39896&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.
- UNESCO. (2010a). *Safeguarding the Documentary Heritage of Humanity*. Paris: UNESCO at <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/safeguarding-the-documentary-heritage-of-humanity/>.
- UNESCO. (2010b). *Towards Inclusive Knowledge Societies: A Review of UNESCO's Action in Implementing the WSIS Outcomes*. Paris: UNESCO at <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/towards-inclusive-knowledge-societies-a-review-of-unescos-action-in-implementing-the-wsis-outcomes/>.
- UNESCO. (2011). *ICT for Higher Education: Case Studies from Asia and the Pacific*. Paris: UNESCO and Japan Funds-in-Trust at <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002141/214143E.pdf>.
- UNESCO. (2012). *Gender-Sensitive Indicators for Media: Framework of Indicators to Gauge Gender Sensitivity in Media Operations and Content*. Paris: UNESCO at <http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002178/217831e.pdf>.
- United Nations. (2000). *The Millennium Declaration of the UN General Assembly*. New York: United Nations Resolution 55, 8 September at <http://www.un.org/millennium/declaration/ares552e.htm>.
- Tremblay, G. (2011a). 'Creative Statistics to Support Creative Economy Politics'. *Media, Culture and Society*, 33(2): 289-298.

Webster, F. (2006). *Theories of the Information Society Third Edition*.
London: Routledge.

World Bank. (2012). *Information and Communications for Development:
Maximizing Mobile*. Washington DC: World Bank at
<http://www.unapcict.org/ecohub/2012-information-and-communications-for-development-maximizing-mobile>

Conferencia-entrevista a Stuart Hall

Presenta: Roberto Von Sprecher

Antes de escuchar su primera pregunta, permítame expresar el gran honor que significa para mí recibir el título que la Universidad me ha otorgado. Agradezco a la Universidad y a la Vice-Rectora por haberme otorgado este título honorífico en ausencia. Realmente lamento no poder viajar en este momento y visitarlos.

Ahora vamos a ir con el tema que les interesa, de la forma más breve y sucinta posible.

R.V.S.: Sr. Stuart Hall: no le vamos a efectuar la pregunta que repiten en casi todas las entrevistas que le realizan: ¿Qué son los Estudios Culturales (Cultural Studies)? Hay mucho material sobre el tema, además los asistentes pueden buscar en youtube y escuchar cómo lo explica. Queremos saber ¿Qué lugar han tenido, y tienen actualmente en sus estudios, los escritos de Antonio Gramsci y en particular el concepto de hegemonía?

Planteo que los Estudios Culturales son parte de lo que podría ser considerado como la Cultura. Hay una serie de temas de este tipo, sobre los que hay material para leer y que tienen que ver con lo lingüístico y también con la teoría postcolonial. Los Estudios Culturales constituyen uno de los primeros movimientos relacionados con estas nuevas iniciativas.

Estos representan una redefinición de lo que significa la cultura. Es una reacción que se produce en contra de una definición previa de cultura, y veremos cómo fue expresada.

Por supuesto que los temas considerados en estudios anteriores son importantes, pero son sólo una parte de la cultura, los aspectos lingüísticos, por ejemplo. La cultura de hoy en día no incluye solamente a Shakespeare.

Entonces, tenemos que pensar que los Estudios Culturales (E.C.) se ocupan de todas las actividades que tienen lugar en la vida.

Esta definición está bien presentada en los trabajos de Raymond Williams, que ofrece lo que podríamos llamar un planteo antropológico. La cultura significa una forma de vida y, en ese sentido, incluye la vida popular, las costumbres, el lenguaje de todos los días como también las obras de literatura y el arte.

Ahora bien ¿qué quiere decir una forma de vida cultural? Significa que cada sociedad tiene una configuración especial y unas prácticas particulares. Parte de estas prácticas tienen que ver con la cultura y, esencialmente, las prácticas culturales tienen que ver con producir y recibir significados. No me refiero al sentido sólo como un concepto. Hago referencia a los significados que se transmiten a través de los gestos, del cuerpo y de distintas formas. Es todo lo que vemos, por ejemplo en los programas de TV, es decir todas las formas de transmitir.

Ahora voy a tratar de definir que son los E.C. por la negativa, explicitando lo que no son. Desde mi perspectiva éstos no tienen que ver con la generación de teorías culturales. Se relacionan con una perspectiva teórica, necesitan de ella, pero la idea no es producir una teoría, sino comprender la formación social. Esto significa que los E.C. han reconocido siempre que esto está conectado con otras dimensiones que generalmente no se piensan como parte de la cultura. Raymond Williams dice que la cultura está asociada con la producción, con las familias, con el lenguaje, y con todas las otras prácticas.

En segundo lugar, vamos a ocuparnos del significado: la dimensión cultural. Es una parte de todas las prácticas sociales. Esta noción de que lo cultural está presente en todas las prácticas, entrelazada en las mismas, es una característica esencial de los E.C.

Intentaré darles un ejemplo que tiene que ver con Argentina: ¿qué es un partido de fútbol? Pueden ver niños corriendo detrás de una pelota y decir que están jugando un partido. Pero un verdadero partido, se rige conforme a ciertas reglas, normas. Entonces, hay que mover el cuerpo, patear la pelota, pero sólo de cierta manera. Esta forma particular tiene que ver con la cultura, con las reglas que rigen estas prácticas. Muchas veces nos equivocamos al no distinguir entre sentido y práctica.

Lo último a lo que voy a referirme está vinculado con los problemas que esta concepción de cultura presenta. En primer lugar, si las prácticas culturales son parte de todas las prácticas sociales, entonces ¿qué es lo que

determina qué? ¿Es la economía la que impulsa la cultura o es la cultura la que impulsa la economía? Es una pregunta que hay que resolver.

El marxismo clásico toma una posición respecto de que en última instancia es la economía la que determina todo. Pero yo estoy de acuerdo con Louis Althusser cuando señala que el problema es que la última instancia nunca llega. En este aspecto, no estoy de acuerdo con que la economía es la que dicta la cultura, con la idea de determinación.

Finalmente ¿esto quiere decir que la cultura está “intacta” o que se resuelve en sí misma? Quienes me conocen, pueden decir que yo no pienso que sea así. Considero que es una parte intrínseca de todo; y esa es la razón por la cual nosotros hablamos de prácticas significantes. Prácticas que siempre conllevan un sentido en sí mismas, aunque el significado no es con lo único con lo que tienen que ver.

Seguramente quedarán con muchos interrogantes, estamos ante una cuestión que no se ha terminado de resolver.

Me interesa Gramsci por su relación con la cultura. El concepto de hegemonía que él nos ha dado es realmente muy importante, porque evidencia la relación entre la cultura y el poder. Él enumera algunos conceptos como la distinción entre el Estado y la Sociedad Civil. La diferencia tiene que ver con las maniobras, las fuerzas sociales como las clases, la noción sobre ellas. Su concepción sobre los partidos es muy importante y maneja la idea del individuo históricamente situado, lo cual se vincula de manera sustancial con el concepto de hegemonía.

Gramsci aporta la idea de que la política no puede ser pensada sin la cultura y él amplía la definición de la sociedad, de las prácticas sociales y la relación con los significados culturales. Una idea muy importante es que existe voluntad de todo un grupo que ha establecido su liderazgo en el campo cultural y es necesario entender que se trata del consentimiento de los gobernados a ser gobernados. Es un tema importante en la dominación y tiene que ser complementado por el Estado con la educación de la población.

Elabora un rico concepto del poder que tiene que ver con el consenso y uno lo puede pensar como un proyecto. Recuerdo algo que me dijo Gramsci sobre la idea del intelectual orgánico. Por un lado dijo que un intelectual tradicional es quien tiene una gran experiencia y especialización en su campo y está trabajando y pensando con paradigmas establecidos de conocimiento, correspondientes a un modo de dominación anterior. Pero el intelectual orgánico es el que trabaja con las fuerzas emergentes y sacrifica aquel compromiso. No se puede *mostrar* un cambio: hay que *decirles* a los

pobres *cuál es la situación*. Ese es el rol que tienen los intelectuales como yo los veo. Están mejor preparados para entender el mundo en el que vivimos, y ello se vincula con las ideas de Gramsci de voluntad y de toma de posiciones. Es importante evaluar el papel de los intelectuales. Que no hablen en los sueños sobre lo que quieren decirle a la gente, a los otros. Tienen que tratar de comprender lo que ocurre y construir a partir de ello. No se puede utilizar sólo la cabeza, sino que hay que ver lo que está ocurriendo realmente.

R.V.S.: ¿Podría hablarnos de su texto “Codificación-Decodificación” y de cómo evalúa la influencia que ha tenido sobre otros estudios?

Pienso que es un lindo trabajo, realmente me complace mucho y me inspira cuan interesante es lo que se puede extraer de la descripción de Marx. Pienso que las formas de comunicación tienen que ver con el trabajo de reproducción. Marx dice que tenemos que considerar distintos momentos enlazados entre sí: producción, circulación, distribución/consumo y reproducción y cada uno de los momentos de los que él habla tienen que ver con la comunicación. O sea, en algunos momentos se relaciona con la producción, en otros con la circulación, en otros con el consumo, etc. Y si alguna de las partes se detiene, todo el círculo se detiene.

A través de ese modelo yo traté, de algún modo, de redefinir a este círculo y traté de aplicarlo, por ejemplo, a la televisión. Tenemos allí el episodio, el relato y las imágenes, entonces podemos analizar la articulación de los distintos momentos. En el circuito de la comunicación, vamos a notar que en algunos momentos un episodio se convierte en un relato y esto puede tener a veces un efecto. Pero son realmente las imágenes que hablan sobre ese acontecimiento que están transmitiendo la idea. El público tiene que traducir después las imágenes que ve en su vida diaria. Este modelo es muy importante porque muestra la articulación de los distintos momentos como, por ejemplo, los de codificación y la decodificación. No siempre hay un movimiento que pueda garantizar el paso de la codificación a la decodificación porque algo puede afectarlo. Por ejemplo si ustedes me hablan en español, yo no voy a poder decodificar lo que ustedes dicen, entonces se pierde el sentido. Salvo que yo -de algún modo- pueda comprenderlo, no voy a lograr decodificarlo. Lo mismo ocurre con los episodios y el lenguaje, que están dentro del citado circuito.

En un momento de los estudios de comunicación, es muy importante realizar un análisis de contenido y analizar lo que se ve en televisión, cuál será la consecuencia social de eso que se ve en la televisión. Y para darle a este acontecimiento un sentido, yo tengo que traducir esto en significados que pueda entender. Entonces, es realmente un circuito mucho más largo el que tiene lugar en las comunicaciones, y el efecto que tiene en las personas no es inmediato.

R.V.S.: ¿Qué nos puede decir sobre su trabajo de Raza, Etnicidad e Identidad? ¿Es posible que nos cuente acerca de su experiencia de la diáspora caribeña o afro-caribeña? Dado que no se ha trabajado mucho sobre ello aquí en la Argentina.

Comencemos con el Caribe y conmigo. Había muchas mujeres que habían sido traídas de África y conservaban formas mixtas. En Jamaica se pensaba que algunas personas no eran realmente de allí y que no se parecían a los africanos, no todos tenían ciertos rasgos. Mucho tiempo atrás hubo una mezcla de razas y después la gente tuvo que aprender el inglés porque era el idioma que los amos hablaban. Y también tuvieron que aprender a cocinar como ellos querían. Nos convertimos así en “los criollos”. Existe entonces una sociedad que tiene que ver con blancos, negros, personas de todo color, incluso con los chinos.

¿Qué es realmente la raza y la identidad en una sociedad como ésta, en la que hay tanta mezcla? Veamos primero el concepto de Raza al que pensamos de una forma distinta. No tiene que ver con un concepto científico, sino con un concepto social, político y cultural. El hecho de que se trate de un concepto vinculado con lo social, político y cultural no quiere decir que no tenga efectos. Los tiene porque las convenciones sociales establecen ciertas diferencias. Por lo tanto hay un discurso cuyo significado afecta a los distintos grupos de la sociedad de distinto modo. Los que tenían esclavos, después se convirtieron en los colonizadores, y nosotros fuimos colonizados por varios grupos: los ingleses, los galeses y también por los holandeses, en distintos lugares.

La raza, entonces, tiene que ver con una marca de diferencia. No es que las personas sean necesariamente diferentes. No es algo que se transmite a través de la sangre, sino a través de los ojos y el cerebro que producen una imagen al respecto. Alguna vez dije que esto se relacionaba con los significantes, pero tiene que ver también con muchas otras cuestiones. Todo esto puede tener efectos profundos en algún momento.

Hay muchas cosas que no se transmiten en la sangre, pero después tienen efectos profundos. Por ejemplo, en la forma en que se transmiten las prácticas sociales que muestran ciertas diferencias, a veces en términos de raza.

Esto también ocurre con el hombre y la mujer. Podemos ver que son diferentes y, también, hay diferencias que podemos advertir que se relacionan con la piel. No obstante, nos vamos a concentrar en algo más, no solamente en el color de la piel. En el idioma, las costumbres; en algunos lugares esto no quiere decir lo mismo que la raza. Esta es una cuestión que no tiene que ver con el color de la piel sino con las diferencias culturales.

La verdadera importancia de estas formas de marcar las diferencias radica en cómo ven las personas a los demás, y cuál es la imagen que tienen de sí mismos. Algunos son dejados de lado porque de algún modo se adscriben a ciertas marcas, lo cual se relaciona muchas veces con los estereotipos. En el orientalismo se alude a dejar de marcar las diferencias entre civilizaciones y abandonar la idea de que sólo algunas culturas son las civilizadas.

La raza funciona como una estructura que organiza las cosas y las pone en un nivel superior o inferior, organizando una especie de distinción.

Entonces, hay dos ideas sobre Raza. La primera es que la raza nunca cambia. Uno es argentino y siempre será argentino. Aún cuando vayan a los Estados Unidos, ustedes seguirán siendo profundamente argentinos. Hay algo dentro de ustedes que nunca va a cambiar. Por más que uno se redefine, hay algo dentro que no dejará de estar nunca. Yo provengo de África y hay algo de eso dentro de mí. Pero después yo estuve en el Nuevo Mundo y después vine a Europa. Entonces ¿quién soy yo realmente? Y, soy africano, caribeño, todo esto es parte de mi ser.

Como hay algo nuevo que está surgiendo, no me inmovilizo en el pasado, me resisto a ciertas nociones tradicionales de estos términos. Me interesa cómo la cultura permite poner evidencia las distintas raíces que llevamos. La gente del Caribe come comida caribeña, también habla caribeño, pero cuando regresa a su casa, hay algo que muestra que han estado en otro lugar, que no son iguales que los demás. Por ejemplo, en mi caso, yo empiezo a extrañar el clima frío de Inglaterra. Pero hay otros elementos que permanecen, que no cambian dentro de uno. Así, la identidad es un punto de este espectro que también me permite decir “ése soy yo” en este momento. Si uno tiene una identidad, “invierte” en ella. Si una persona es *caribeña*, quiere decir también que proviene de una geografía específica, que alguna vez fue esclava, todo eso está ahí. Y

significa que ella puede hablar desde esa posición. Yo soy caribeño y puedo hablar de ello. Un intelectual alguna vez dijo que estamos en Europa, pero no somos de Europa. La identidad es algo muy importante y tenemos que pensar que es la garantía de que hay algo que permanece, aunque la identidad es un proceso.

Yo fui cambiando mi identidad a través del tiempo. Empecé a tener aspiraciones como académico, llegué al mismo momento que otras personas que también vinieron a trabajar a Inglaterra. Una vez alguien me dijo: “Espero que no lo confundan con un inmigrante”, pero ¡Si yo soy un inmigrante! Esto tiene que ver realmente con lo que venía diciendo. Las personas han comenzado a ver las cosas de manera diferente. En algún momento me dije: “Qué tiene que ver que yo haya ido a Oxford. Pero yo soy un intelectual negro y ése soy yo”. Esta es una nueva identidad. Entonces pensé, en ese momento, pero “¿cuál es tu hogar, cuál es tu patria?” Ya no es Jamaica porque hacía varios años que había dejado de vivir ahí, estaba entre dos mundos. Soy parte de lo que era en Jamaica y parte de lo que soy, viviendo aquí en Inglaterra. Tomo parte de uno y de otro y es muy difícil vivir entre los dos mundos. Hubo momentos en que se entremezclaban estos dos mundos cuando de repente, por ejemplo, miraba a mi alrededor y toda la comunidad era negra y yo ya no me sentía como una persona que había venido de Jamaica, sino que me sentía - y me siento - como parte de la diáspora negra que son todas las personas que han venido, se han desplazado y que están viviendo ahora en otro lugar en el que se han asentado. Diáspora es realmente lo opuesto a otros términos. Cuando uno siente que pertenece a la diáspora puede siempre volver a la casa y sentirse que es parte de eso, porque se pueden ver las cosas de forma distinta. Para las personas que pertenecemos a la diáspora, nunca vamos a la Patria. Yo, por ejemplo, ya no soy la misma persona que dejó el Caribe hace muchos años atrás. Hay algo misterioso en todo esto cuando uno siente que pertenece a una diáspora. Uno aprende a vivir con la diferencia.

R.V.S.: En relación a eso, ¿cómo podemos entender el mundo de hoy?

Pienso que es el mundo en el que vivimos por lo que acabo de decir, de la diáspora. Hay mucho más movimiento de culturas y personas ¡Algo que no se había visto nunca antes! Es un movimiento de personas descolonizadas. Es como si existiera una suerte de globalización cultural. Las identidades británicas han cambiado porque ha habido todo este

movimiento de personas. Hay muchos hijos de las personas que nacieron acá que ya no van a ser británicos o ingleses, que ya no van a ser lo que eran antes y vamos a tener que tratar de tolerar la diferencia.

Es un fenómeno actual en Europa, acá las cosas ya no son como antes. Me miran y me dicen: “Usted se ha transformado, pero hay una parte de usted que no cambiará nunca”. Pareciera que se retiraran del mundo, aunque a veces advierto movimientos nacionalistas en algunos lugares. La producción, la inversión, están afectando a la sociedad porque están mostrando que uno puede recapturar todo.

Estoy tratando de construir un nuevo modelo de todas estas personas que provienen de distintos lugares: cómo se encuentran, cómo se identifican, cuáles son las diferencias que hay. Los ingleses van a tener que tratar de entender de alguna forma todo lo que nosotros pensamos. La diferencia es hoy la palabra. Tenemos que encontrar la forma de vivir unos con otros a pesar de nuestras diferencias para intentar tener una vida común. Esto tiene que ver con una sociedad multicultural. Este término que apareció en los años 70 y los 80 (multiculturalismo) está muy vigente en la actualidad. Lo que nosotros estamos tratando de hacer no es tener una Jamaica en Londres, sino tener nuestros espacios, nuestra sociedad e intentar tener una vida común con los ingleses, estar juntos a pesar de estar en desacuerdo en algunas cosas y entendiendo la diferencia entre nosotros.

La idea de multiculturalismo, en este momento, está muriéndose rápidamente. A medida que la economía está evolucionando, de algún modo está haciendo que se desvanezca el multiculturalismo. La perspectiva para una sociedad multicultural ahora no es la misma que la que había en el pasado. La televisión, por ejemplo, muestra algunos cambios. Hay muchas caras distintas, se observa la presencia, por ejemplo, de gente negra. Sin embargo ellos no van a hacerse ingleses, sino que son una forma levemente distinta. Pero a diferencia del pasado, hay una resistencia que se observa especialmente en Europa. Y, en ese sentido, el multiculturalismo era un sueño, una idea acerca de que juntos podíamos construir una sociedad, escapar de los problemas que teníamos y convivir con las diferencias sin matarnos unos a otros. Ese fue un sueño y les tengo que decir que este sueño no es tan sólido hoy como lo era en el pasado.

R.V.S.: ¿Nos puede dar una aproximación a la relación de sus estudios con Marx, con otros marxistas y con el Postmodernismo?

Han dejado la mejor pregunta para el final. Todos quieren saber si realmente soy o no soy marxista. Yo, de forma muy temprana, he sido y he estado en conversación con Marx. También me peleo con Marx porque hay cosas que no comparto ni creo y, otras veces, considero que tiene total razón en lo que está diciendo. Por ejemplo, lo que dijo con respecto a la explotación de las personas, en eso estoy de acuerdo. Pero en otros casos, pienso que se equivoca realmente, como lo que sostiene acerca de la forma en que las sociedades actuales se polarizan. Creo que hay aspectos mucho más complejos. La suya no es una verdad total y absoluta, por eso pienso que tenemos que tratar de entender algunas ideas y también respetar otras que son correctas.

Yo nunca fui ortodoxo, soy revisionista y nací para pelearme con las ideas de Marx. Por eso estoy discutiendo siempre con él y trato de mantener la distancia con algunos de sus conceptos.

Marx se equivoca en el Manifiesto Comunista, hay cosas allí que son incorrectas. Karl: si estuvieras en este siglo, verías las cosas desde otro punto de vista. Es necesario ver al mundo con otros anteojos. Él, por ejemplo, habló de la mano de obra manual que ahora está prácticamente desapareciendo con la industrialización. Hay que traducir todos los conceptos que él tenía a la realidad actual, y tratar de adaptarlos.

Yo soy un analista, un pensador, y trato de ver los conceptos de otras personas, verlos y contrastarlos con la realidad. De alguna forma, tomo prestados algunos conceptos y los utilizo para analizarlos con la realidad. Los uso como una caja de herramientas que me sirven en mi visión, definen mucho de lo que yo pienso. Por eso ahora hay muchas cosas que puedo ver mucho más claras de lo que se veían en la época de Marx. Existe hoy todo un Tercer Mundo, el mundo en desarrollo... es un mundo mucho más amplio del que el que él veía en ese momento. Ahora podemos ver que en nuestros días se puede comprar en una sociedad de mercado cualquier objeto Esa "comodificación" se da en cualquiera de nuestras sociedades. Así que, disculpa Karl pero las cosas a veces no son como las dije.

Entonces yo siempre estoy discutiendo, debatiendo con él y por lo tanto no soy realmente un marxista. Tomo los pensamientos de Marx y Engels y el marxismo con los que sí estoy de acuerdo y a veces me pregunto ¿qué tipo de marxista sería?. Porque realmente hay muchas formas, entonces no hay un tipo de marxismo que me defina. Siempre trato

de obtener algo de los distintos escritos que me ayuden. Intento entender esos conceptos y tomarlos, por ejemplo para analizar el consumo. No obstante, no es cuestión aquí de tener una etiqueta y decir “esto soy yo”.

Stuart Hall: introducción a la errática difusión inicial de sus textos en los estudios sobre comunicación en Córdoba¹

Roberto Von Sprecher

Este texto, de una manera particular, es una introducción a Stuart Hall algo heterodoxa: no pretendemos² una sistemática aproximación a su trayectoria³ ni a su pensamiento, sino, por un lado, una aproximación a algunos aspectos que nos interesan y que no conocíamos cuando lo descubrimos. Por otra parte una narración sobre el conocimiento sobre Hall y su utilización que se ubica, en especial, en el contexto de la Universidad Nacional de Córdoba –en menor medida en alguna otra universidad donde hemos dictado clases de grado-, y en el contexto de estudios sobre comunicación social y sociología, que pueden tener contacto -o no- con la experiencia de otros coterráneos y alumnos de diversas épocas.

El cierre del relato fue un intercambio y un primer contacto fuera de los textos, pero un contacto virtual, entrevistándolo en la teleconferencia con Stuart Hall realizada en la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba, durante el VI Encuentro Panamericano de Comunicación realizado el 5, 6 y 7 de junio de 2013. Fue un cierre, parcial, de su descubrimiento en papel en 1969, y ya más sistemático en 1982.

¹ Versión proporcionada por su autor

² Por uso local, tal vez, recurrimos a la primera persona del plural aunque, debido que la trayectoria de circulación de los trabajos de Stuart Hall tiene que ver fundamentalmente con la trayectoria del autor, podría corresponder el uso de la primera persona del singular.

³ Para ello recomendamos comenzar, dentro de la escasa bibliografía existente en Argentina con *La cultura y el poder. Conversaciones sobre los cultural studies* (Hall y Mellino, 2011). Otros textos difíciles de conseguir, editados en países sudamericanos, se pueden encontrar en la bibliografía y corresponden a recientes ediciones de Colombia y Perú.

El comienzo de lo que se conocerá luego como los Estudios Culturales Británicos⁴, una nueva escuela crítica inspirada por un marxismo heterodoxo, se suele ubicar a mediados de la década de los cincuenta del siglo pasado. Es el inicio de lo que se irá constituyendo en una nueva Escuela Crítica cuyo eje podría ser aquella afirmación de Raymond Williams: “Cultura es lo ordinario” –en el sentido de “lo de todos los días”- (1958: 92). Con lo cual marcaba una diferencia de concepción de la cultura respecto de la Escuela de Frankfurt, que suele ser considerada La Escuela Crítica, con la cual, sin embargo, tiene aspectos homólogos, a pesar de ser apenas conocida en Gran Bretaña por entonces. Recordemos que *La Dialéctica del Iluminismo* de Adorno y Horkheimer, si bien escrita en Estados Unidos de Norteamérica durante la Segunda Guerra Mundial, recién será publicada en Europa luego de finalizada la contienda.

Los Estudios Culturales Británicos (usaremos frecuentemente ECB para referirnos a los mismos), con su eje en la cultura y su heterodoxia respecto de su inspiración en Marx, tanto teóricamente como en investigación empírica, se consolidarán cuando se produce la invasión soviética a Hungría –que hace patente en Occidente la orientación del estalinismo y de los partidos comunistas occidentales- y, consecuentemente, el distanciamiento del comunismo institucional.

Suelen considerarse como los iniciadores de los ECB al ya citado Raymond Williams –que se constituiría en el teórico principal con el transcurso de los años-, Richard Hoggart, Edward P. Thompson y Stuart Hall. Aunque Eduardo Grüner afirma “asistidos por el brillante, pero aún joven Stuart Hall” (1998:20). Efectivamente a mediados de los cincuenta Hall rondaba apenas los 25 años de edad. Y si los otros autores se conectaban con la clase obrera inglesa, Hall conectaba con otra situación de dominación: con la diáspora afrocaribeña.

Hall nació en Kingston, Jamaica, en 1932 y se trasladó a Inglaterra, para realizar sus estudios universitarios, en 1951. Los otros autores pueden ser conectados a su origen social obrero y a su trabajo docente con la misma clase. Stuart Hall, por su parte, cuenta que era el *coolie*⁵ de “una

⁴ Utilizamos la denominación Estudios Culturales Británicos para centrarnos en el núcleo inicial, y a nuestro entender de más significación científica, y diferenciarlos fundamentalmente de la tendencia *light* de los estudios culturales en Estados Unidos de Norteamérica (mayoritaria aunque no absoluta).

⁵ “I was the blackest member of my family. The story in my family, which was always told as a joke, was that when I was born, mi sister, who was much fairer than I, looked into the crib and said «Where did you get this coolie baby from? ». Now «coolie» is the abusive word in

típica «brown family» de la «middle class» jamaicana, que despreciaba a los negros y que me hacía muy infeliz” (Hall y Mellino, 2011: 75) Aunque en esos primeros años aún no escribiera en forma significativa sobre los temas de identidades o etnicidades, esos hechos lo marcan desde el comienzo:

“En el momento de mi llegada a Gran Bretaña, lo primero que descubrí es que no podía ser inglés, que era mejor ajustar cuentas con mi propia cultura: «retraducirla» como se puede decir en nuestros días. (...)” (Ídem, 2011: 75/76)

Un poco más adelante, señala la diferencia que la citada posición y trayectoria marca con los otros iniciadores de los Estudios Culturales Británicos:

“No fue por intermedio de Raymond Williams, Edward Thompson o Richard Hoggart que me encontré con los *cultural studies*; los encontré en relación con una pregunta que llevaba en mí: ¿Cuál es el carácter de la cultura caribeña en cuanto sociedad creole o diaspórica?” (Ídem, 2011:77)

Difícilmente alguien preserve, o recuerde, el –hasta donde sabemos– primer libro de Stuart Hall publicado en Argentina, tal vez en castellano. Sin tener la menor idea de quién era el autor, ni preocuparnos por averiguarlo, en 1969, cuando cursábamos los estudios secundarios en Neuquén, compramos un volumen de pequeño tamaño en la recordada librería Siringa sobre un tema acerca del cual ya se escribía frecuentemente en los más importantes semanarios de actualidad –aquellos, ya extinguidos hoy, que seguían el estilo *Time* o *Newsweek*–; el libro se titulaba *Los hippies*.

El empleado que nos atendió se ofreció a envolverlo (no había bolsas entonces, allí al menos) por si temíamos que los compañeros del colegio se burlaran de nuestra lectura. La vida cotidiana, lo ordinario, en Argentina, en particular fuera de las grandes ciudades, estaba atravesada por un conservadorismo y autoritarismo permanentes. Puede que lo traicionara el inconsciente. Apenas hojeado nos dimos cuenta que no estábamos ante un

Jamaica for a poor East India, who was considered the lowest of the low.” Kuan-Hsing Chen en Morley, D. y Kuan-Hsing Chen, 1996: 485) En el mismo texto Hall afirmaba que “The family was ethnically very mixed –African, East Indian, Portuguese, Jewish.” (484)

libro de los que acostumbrábamos a leer. Voraces lectores de literatura (de Conti, a Cortázar y García Márquez, pasando por Vanasco y casi todos los que publicaba el Centro Editor de América Latina), fuera de ellos nuestra formación pasaba por los dos o tres ejemplares que subsistieron de la colección de fascículos *Sigломundo* del mismo CEAL, antes de ser clausurada por la dictadura de Onganía, y particularmente la revista *Primera Plana* que albergaba algunos autores importantes que sólo reconoceríamos años más tarde.

El libro, en un formato pequeño, con fotos, y de pocas páginas, que en 1969 editó Siglo XXI y tituló *Los Hippies*, reproducía un artículo de Stuart Hall, de allí lo escueto del texto: “Los hippies, un movimiento americano” publicado dentro del texto *Student Power* (Nagel –Ed-, 1969).

Para el siguiente encuentro en papel con Stuart Hall, pasaron muchos años que incluyeron casi toda la dictadura militar. Durante el citado período político la revista *Punto de Vista*, que comenzó a publicarse en noviembre de 1978, fue introduciendo algunos artículos de los ECB, casi exclusivamente de Raymond Williams. Pero *Punto de Vista* pasó desapercibida para los que éramos estudiantes en esa época y no recordamos haberla visto en las librerías de Córdoba; recién años después, lentamente, empezamos a acceder ella.

Terminada la Guerra de Malvinas el mercado editorial perdió el respeto a los militares, como el resto de la sociedad.

En 1982 se distribuyó *Cultura. Sociología de la Comunicación y el arte* de Raymond Williams, editado por Ediciones Paidós en Barcelona, apenas un año después del original. Todavía no teníamos en claro de qué se trataban los Estudios Culturales Británicos pero el texto de Williams fue un acercamiento crucial, y corrimos la voz, corrió la voz, de que estábamos ante un libro importante, en un mercado árido y reprimido, sin tener en claro su condiciones de producción. No teníamos idea- salvo suponemos algún docente mayor que nosotros- de qué se trataban los ECB, de la cantidad de textos que ya se publicaban y de la importancia que estaban alcanzando en el resto del mundo. Ya para entonces Stuart Hall había dejado de dirigir el Centro de Estudios Culturales Contemporáneos (CECC) –lugar que ocupó de 1968 a 1979- en la Universidad de Birmingham y había pasado a ser profesor de Sociología de la Open University⁶.

⁶ Un breve y bastante completo *racconto* de la historia del Centro de Estudios Culturales Contemporáneos y sus vicisitudes en la Universidad de Birmingham puede leerse en Grossberg, L. (2012: 25 y ss).

Los años en que Stuart Hall dirigió el CECC fueron aquellos en los cuales se promovió con mayor énfasis los estudios sobre medios industriales de comunicación y en Hall, especialmente con “Codificación/decodificación” (1980, 2013, original 1974), fue la inspiración para lo que luego serían conocidos como los estudios etnográficos –más bien de inspiración etnográfica- sobre el consumo, decodificación o recepción (verbigracia Morley, 1988, 1989, 1996 en castellano) y, como veremos luego, junto a “La cultura, los medios de comunicación y el «efecto ideológico»”, el más difundido en Córdoba.

El Centro de Estudios Culturales Contemporáneos, hoy definitivamente cerrado, se fundó en 1964 en la Universidad de Birmingham, que aportó unos edificios prefabricados, sin presupuesto propio, pero con un subsidio de la editorial Penguin y un contrato a Hall. El primer director fue Richard Hoggart. La mayoría de los textos estaban marcados por la influencia heterodoxa de los “fundadores” y no había comenzado la expansión, generalmente superficial y sesgada, en los Estados Unidos.

Quienes comenzábamos nuestra carrera como docentes e investigadores en comunicación empezamos a descubrir el CECC, y los artículos de Hall, tardíamente, cuando el jamaiquino ya no era su director ni pertenecía al mismo.

En 1982 llegó *Teorías de la Comunicación. Investigaciones sobre medios* de Miquel de Moragas Spà. Este texto, hoy avejentado y desgastado, sería una lectura básica por entonces junto a los cuatro tomos posteriores, del mismo autor como editor, sobre *Sociología de la Comunicación de Masas* (1985). El primero daba cuenta de que en España tampoco se había tomado nota de la importancia de los ECB ni del CECC. En un apartado sobre “La investigación en la Gran Bretaña” ni eran citados (1982: 129), y sí se consideraban algunas perspectivas críticas hoy relegadas al olvido. El texto, en cambio, incluía una bibliografía que parecía ser un compilado del autor incluyendo textos aún no utilizados en la elaboración del contenido e incluía a Raymond Williams y a Stuart Hall.

La muy difundida compilación de Moragas, de cuatro tomos, *Sociología de la Comunicación de Masas*, de 1985, incluía algunas referencias a los ECB, aunque no ameritaban ningún texto propio en el tomo dedicado a *Escuela y Autores*. Incorporaba el artículo del británico Nicholas Garnham “Contribución a una economía política de la comunicación”, que dedicaba casi dos páginas a *Marxismo y Literatura* (1980) de Raymond Williams, al que realizaba algunas críticas. Este texto,

que parece ser el más leído por entonces de Williams, había sido publicado en inglés en 1977 y traducido al español en 1980, dos años antes que *Cultura. Sociología de la Comunicación y del arte*. Lógicamente un libro que contuviera la palabra marxismo en su título demoró más en ingresar en nuestro país, aunque la dictadura flaqueara.

Siguiendo con los ochenta, en 1983 en *Ferment in the Field*, editada por George Gerbner, como un especial del *Journal of Communication* de la Annenberg School Press (Filadelfia), llegaba a la biblioteca de la Escuela de Ciencias de la Información de la UNC, y lo leímos reiterada y ávidamente suponiendo poder acceder a “un estado del arte”. No incluía en el extenso especial, ningún artículo de miembros centrales de los Estudios Culturales Británicos. Contenía referencias, excepcionalmente en tres artículos. James W. Carey en un texto titulado “The origins of the radical discourse on cultural studies in the United States” dedicaba casi una de tres páginas a dar cuenta de los Estudios Culturales Británicos, haciendo referencia sin citarlo a un texto de Stuart Hall donde los orígenes de aquellos se explicarían claramente y señalaba la importancia del concepto de cultura de Raymond Williams. Otro artículo que daba un lugar significativo a Williams y a Hall, era de un autor emparentado con los ECB, Nicholas Garnham, que publicaba “Towards a theory of cultural Materialism”. Gaye Tuchman, investigadora clave de la línea de *newsmaking*, que pronto daría un salto teórico a los ECB y a Antonio Gramsci, citaba un texto de Hall (no clave como “The determination of News Photographs”), otro de E.P. Thompson y *Marxismo y Literatura*, éste sí un libro central de Raymond Williams. En resumen, en los más de 35 textos del especial, se citaba ocho veces a Raymond Williams, cuatro a Stuart Hall y una a Richard Thompson y a E. P. Thompson respectivamente. Los estudiosos de Estados Unidos de Norteamérica todavía no habían sido deslumbrados por los ECB, ni habían desarrollado sus interpretaciones tendencialmente sesgadas frecuentemente como una especie de moda.

También en 1982, después de la Guerra de Malvinas, se comenzó a vender en Córdoba un libro, editado en México por el Fondo de Cultura Económica, que fue muy importante para muchos de los que empezábamos la carrera docente: *Sociedad y Comunicación de Masas* (1981) editado por James Curran, Michael Gurevitch y Janet Woollacott. Contenía una selección de textos significativos pero sin mucha coherencia en su conjunto, que iba de Denis McQuail a Jay Blumler, a Peter Golding, Adorno y Horkheimer, Walter Benjamin, y algunos textos de los Estudios

Culturales Británicos (prácticamente sin datos sobre los mismos) incluyendo “La cultura, los medios de comunicación y el «efecto ideológico»” de Stuart Hall (publicado originalmente en 1977). El texto comenzaba así, marcando la importancia que para los ECB tenían los estudios sobre cultura:

“La cultura tiene sus raíces en lo que Marx, en *La Ideología Alemana*, llamaba la “relación doble” del hombre: con la naturaleza y con los otros hombres. Los hombres, decía Marx, intervienen en la naturaleza y la utilizan, con ayuda de determinados instrumentos y herramientas, para reproducir las condiciones materiales de su existencia.” (1981: 357).

Después de deglutir, antes de la dictadura, mayoritariamente tomos de marxismo mecanicista, más algún original de Marx, luego de los años de libros enterrados y de los que no se vendían o editaban o no entraban al país durante la dictadura, la perspectiva que presentaba Hall y la visión heterodoxa respecto de aquellas visiones eran renovadoras y lo leímos una y otra vez. En especial prestamos atención a lo que planteaban sobre Antonio Gramsci y su concepto de hegemonía. Por entonces en la Cátedra de Sociología General, luego de descifrar los originales de *Los Cuadernos de la Cárcel*, terminaríamos incorporándolo al programa. Y hoy, 2013, la lectura sociológica de Gramsci ocupa una cuarta parte de los temas de la cátedra Teorías Sociológicas I (los clásicos), junto a Marx, Durkheim y Weber, en la Escuela de Ciencias de la Información de la UNC, base para abordar los Estudios Culturales Británicos en Teorías de la Comunicación II, de la Licenciatura en Comunicación de la mencionada institución académica.

En aquel escrito Stuart Hall citaba e incluía en la bibliografía su propio “Encoding/Decoding” (Codificación/Decodificación) que había sido publicado originalmente en 1974 en los *CCCE Stencilled Papers*.

Otro texto que tuvo importante difusión cuando en la Escuela de Ciencias de la Información de la UNC aún se estudiaban, en Sociología General, la línea de investigación de *newsmaking*, fue *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad* (1983) de la ya citada Gaye Tuchman. En este libro todavía su marco teórico estaba basado fundamentalmente en la etnometodología. La relación importante de Tuchman con los Estudios Culturales Británicos se produce cuando corrige

su perspectiva teórica y considera los “British trends” (en Smelser, 1988: 606) y los trabajos de Antonio Gramsci para entender cómo los medios noticiosos trabajan en la construcción de la hegemonía.

En 1987 apareció otro libro clave, esta vez escrito en América Latina por un español largamente afincado en Colombia, Jesús Martín Barbero: *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía* (1987). Si bien no derivaba directamente de los ECB, recurría a desarrollos de Raymond Williams y Stuart Hall, y mostraba que América Latina había elaborado un proceso parcialmente homólogo y producido sus propios estudios culturales.

En 1989, para los alumnos de la asignatura Teoría de la Comunicación, del Departamento de Cine y Televisión, entonces dependiente de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la UNC, tradujimos (exceptuando algunos párrafos) “Codificación/Decodificación”, del cual recién en 2013 conocimos una traducción completa al castellano (Soto Sulca (ed.), 2013).

Luego en los noventa, ya fuera por los cambios del neoliberalismo como por la posibilidad de comprar vía mail y luego directamente por Internet, fue posible adquirir los textos que contenían los trabajos de Stuart Hall que aún no conocíamos y que nos permitieron seguir su derrotero en el estudio del multiculturalismo, la etnicidad, la raza, la identidad y la globalización, como su conexión con algunos estudiosos franceses. Sin embargo las traducciones al castellano siguieron siendo escasas.

Con los Estudios Culturales Británicos el mundo de habla hispana pareció sufrir el síndrome, bastante común en los países de habla inglesa, de la escasez de traducciones de libros escritos en otros idiomas prefiriendo los escritos en el propio, salvo tras un largo proceso de jerarquización del o de los autores. De hecho, en el caso de Stuart Hall, recién en 2010 y 2013 se publicarían, en Colombia y en Perú respectivamente, dos extensas antologías de sus artículos. Evidentemente las más importantes hasta el presente, pero de difícil acceso en el resto del continente.

En Argentina un artículo (“¿Quién necesita identidad?”, original 1996) apareció en el libro *Cuestiones de Identidad Cultural* (Hall y du Gay (comps.), 2011), que había tenido una edición al parecer en Barcelona en 2003. Amorrortu Editores, también en 2011, lanzó una larga e importante entrevista en 2011 (Hall y Mellino), cuando ya desde varios años antes venía publicando textos, como los de Morley o de Silverstone que se habían inspirado en “Codificación/Decodificación” de Hall.

En caso de quienes necesiten una introducción a Stuart Hall- estoy pensando especialmente en alumnos de licenciatura- antes de comenzar a leer sus textos originales recomendamos la tele-entrevista citada al comienzo de este texto (disponibles en Internet, 2013)⁷. Mientras, esperamos que los trabajos laboriosos de traducción hechos en Colombia y Perú tengan una difusión continental.

Con el presente texto, hemos pretendido hacer justicia a un autor nacido en nuestro propio continente, que en Gran Bretaña realizó una producción que lentamente fue convirtiéndose clave para América Latina, en particular sobre los numerosos trabajos sobre consumo o recepción, como nuestra propia tesis doctoral (2010).

⁷http://www.youtube.com/results?search_query=stuart+hall+parte+1&oq=stuart+hall&gs_l=youtube.1.0.35i39l2j0l3.2119.4457.0.9051.11.9.0.0.0.0.3195.18710.4-1j1j9-7.9.0...0.0...1ac.1.11.youtube.PpSdPPErTHs
<http://www.youtube.com/watch?v=0UpOOic7Qpk>

Referencias bibliográficas

- Barbero, J. M. (1987) *De los Medios a las Mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili. México.
(1991) "Recepción: uso de medios y consumo cultural". En revista *Dia-logos*. FELAFACS. Lima. 1991.
- Carey J. (1983) "The origins of the radical discourse on cultural studies in the United States" en Gerbner, G. (editor) "*Ferment in the Field*", edición especial, Vol.33 N°3 de *Journal of Communication*. The Annenberg School Press. Philadelphia.
- Curran, J., Gurevitch, M. y Woollacot, J. (1981) *Sociedad y comunicación de masas*. Fondo de Cultura Económica. México.
- De Moragas Spá (1981) *Teorías de la Comunicación. Investigación sobre medios en América y en Europa*. Gustavo Gili. Barcelona. (ed.)
(1985) *Sociología de la Comunicación de masas. I. Escuelas y autores*. Cuatro volúmenes. Gustavo Gili. Barcelona.
- Garnham, N. (1983) "Towards a theory of cultural Materialism" en Gerbner, G. (editor) "*Ferment in the Field*", edición especial, Vol.33 N°3 de *Journal of Communication*. The Annenberg School Press. Philadelphia.
(1985) "Contribución a una economía política de la Comunicación de masas". En De Moragas (ed.) *Sociología de la Comunicación de masas. I. Escuelas y autores*. Gustavo Gili. Barcelona
- Gerbner, G. (editor) (1983) "*Ferment in the Field*", edición especial, Vol.33 N°3 de *Journal of Communication*. The Annenberg School Press. Philadelphia.
- Grünner, E. (1998) El retorno de la teoría crítica de la cultura: una introducción Alegórica a Jameson y Zizek. En Jameson, F. y Zizek, S. *Estudios Culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo*. Paidós. Buenos Aires.

- Hall, S. (1969) *Los hippies*. Siglo XXI. Buenos Aires.
- (1980) "Codification/decodification". En Hall, S. Y otros: *Culture, media, lenguaje*. Hutchinson & Co. And The Centre for Contemporary cultural Studies. London. Versión original 1974. Traducción al castellano von Sprecher, R. (1988).
- (1981) "La cultura, los medios de comunicación y el «efecto ideológico»". En Curran, J., Gurevitch, M. y Woollacot, J. *Sociedad y comunicación de masas*. Fondo de Cultura Económica. México. Original 1977. Pp. 357-392.
- (1996) The formation of a diasporic intellectual. An interview with Stuart Hall by Kuan-Hsing Chen en Morley, D. y Kuan-Hsing Chen (editores) *Stuart Hall. Critical Dialogues in Cultural Studies*. Routledge. London. Pp. 484-503.
- (2011) "¿Quién necesita identidad?". En Hall, S. y du Gay, P. (comps.) (2011) *Cuestiones de Identidad Cultural*. Amorrortu/editores. Buenos Aires.
- (2013) "Codificación/Decodificación". En Soto Sulca, R. (editor) *Discurso y poder en Stuart Hall*. Material de lectura académica. Huancayo. Perú. Pp. 203-215.
- Hall, S. y du Gay, P. (comps.) (2011) *Cuestiones de Identidad Cultural*. Amorrortu/editores. Buenos Aires.
- Hall, S. y Mellino, M. (2011) *La cultura y el poder. Conversaciones sobre los cultural studies*. Amorrortu/editores. Buenos Aires.
- Morley, D. (1988) *Family television : cultural power and domestic leisure*. Routledge. London (primera edición 1986).
- (1989) "Changing paradigms in audience studies". En Seiter y otros: Remote control, television, audiences and cultural power. Routledge. London.
- (1996) *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Amorrortu. Buenos Aires.
- Morley, D. y Kuan-Hsing Chen (editores) (1996) *Stuart Hall. Critical Dialogues in Cultural Studies*. Routledge. London.
- Nagel, J. (Ed.) (1969) *Student Power*. Merlin Press. London.

- Restrepo, E., Walsh, C. y Vich, V. (editores) (2010) Stuart Hall. Sin garantías: trayectorias y problemáticas en estudios culturales. Instituto de estudios sociales y culturales, Universidad Javeriana. Instituto de Estudios Peruanos. Universidad Andina Simón Bolívar, sede Ecuador. Envión Editores. Colombia.
- Silverstone, R. y Morley, D. (1993) “*Comunicación y contexto: perspectivas etnográficas sobre la audiencia de los medios*”. En Jensen K. Y Jankowsky, N. (Ed.) *Handbook of qualitative methodologies for mass communication research*. Routledge. Londres. Traducción von Sprecher, R. (s/d/f)
- Soto Sulca, R. (editor) (2013) *Discurso y poder en Stuart Hall*. Material de lectura académica. Huancayo. Perú.
- Tuchman, G. (1983a) “Consciousness Industries and the Production of Culture” en Gerbner, G. (editor) “*Ferment in the Field*”, edición especial, Vol.33 N°3 de *Journal of Communication*. The Annenberg School Press. Philadelphia.
- (1983b) *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*. Gustavo Gili. Barcelona.
- (1988) “Mass media institutions” en Smelser, N. *Handbook of Sociology*. Sage Publications. Newbury Park, California. Pp.601/621.
- von Sprecher, R. (2010): *Recepción y consumo de medios masivos de comunicación y de nuevas tecnologías de la información y la comunicación, en la ciudad de La Rioja (República Argentina)*. Tesis Doctoral. ISBN 978-84-7756-819-3, Deposito Legal España: TF 429/2010. Soportes audiovisuales e informáticos - Serie Tesis doctorales - Humanidades y Ciencias Sociales - Servicio de Publicaciones - Universidad de La Laguna. La Laguna. España 2010. Libro publicado en CDR .535 páginas. Con referato.

- Williams, R. (1980) *Marxismo y Literatura*. Ediciones Península. Barcelona.
- 1989) Culture is ordinary en *Resources of hope: culture, democracy, socialism*. Verso. London. Original 1958.
- (1981) *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte*. Paidós. Barcelona.

Parte I

Las culturas en el contexto de la mediatización y
globalización

Discursos, Sujetividad e Interculturalidad¹

María Cristina Liendo

Agradezco la invitación, no tanto a mi persona, sino mejor a la posibilidad de pensar que alguien que se dedica a la filosofía pueda estar presente en un encuentro específico de comunicadores. Nuestro trabajo como filósofos no es de tipo empírico, es decir, en filosofía no se trabaja con datos medibles, pero tampoco es puramente especulativo. Consideramos al filosofar como una praxis sociocultural que construye interpretaciones significantes de la realidad. Esta práctica se manifiesta en un discurso re-flexivo que ex-pone esos sentidos construidos, es decir, da razones sobre el modo en que un grupo social entra en relación con el mundo. De lo que se trata, entonces y para decirlo con rapidez, es de reflexionar sobre la realidad, teniendo en cuenta las dificultades que entraña ese pensar. A continuación, menciono esas cuestiones de manera muy sucinta:

- consideramos que lo que llamamos “la realidad” no es un objeto, ni mucho menos un objeto transparente al pensamiento humano, es decir, no es directamente aprehensible por el sujeto que lo piensa.
- “La realidad” es una construcción del sujeto, es un tejido, es una urdimbre subjetiva. Subrayo esta palabra, escrita así, sin “b”, para diferenciarla de la subjetividad de la conciencia individual. La

¹ Versión proporcionada por su autora

“*sujetividad*”, en cambio, hace alusión a la construcción social del sujeto, según los aportes teóricos del filósofo argentino Arturo Andrés Roig, muy recientemente fallecido.

- Es por esto que siempre pensamos la realidad desde una situacionalidad muy compleja, sobre todo porque es la nuestra, que hace que leamos, interpretemos y signifiquemos lo real desde esta misma situacionalidad.
- La comprensión de este concepto no se reduce a una simple situación de contexto o de coyuntura social; es mucho más compleja. Por situacionalidad debemos entender un completo horizonte de comprensión, un marco de inserción del pensar, del hacer, del hablar, etc., una superficie de emergencia, un espacio y un tiempo sociales, que transforman al primero en mundos y al segundo en historias. La situacionalidad es el “desde dónde” se van construyendo las interpretaciones significantes que van emergiendo en los discursos.
- Ello implica asumir un proceso colectivo de producción discursiva que posee diversidad de direcciones, que está abierto a la multiplicidad, a la heterogeneidad y hasta a la contradicción; una selección de la producción discursiva y de su circulación, incluso hasta la manipulación; un proceso de diferenciación y de elaboración de especificidad, que va conformando una identidad, es decir, vamos siendo aquello que vamos produciendo y en la forma en que lo producimos.
- Estas notas de la comprensión del concepto de situacionalidad contribuyen a conformar el aspecto de lo ideológico que está presente en todo discurso, incluido el discurso epistémico de la ciencia y de la filosofía y que lleva a postular la existencia de un discurso político, que está siempre presente en la totalidad de las manifestaciones discursivas.
- En consecuencia, sabemos que la “verdad objetiva” es inexistente en la realidad humana; que nos encontramos inmersos en “realidades” siempre mediadas por sujetividades, porque la objetividad es siempre subjetiva, es decir, está referida a y desde un sujeto social.
- Este sujeto social nunca es un individuo, es en cambio, un entramado de relaciones donde tejemos esos hilos, aquellos que nosotros mismos vamos urdiendo en la discursividad.

- El tejido de relaciones alude a un Universo Discursivo, un espacio donde pensamos como dados todos los textos posibles y que replica la facticidad de las contradicciones sociales, de manera tal que la organización del Universo Discursivo depende de ésta.

A partir de estas consideraciones, la pregunta filosófica pertinente es la siguiente: ¿para qué miramos y pensamos la realidad de esta manera? La respuesta es de la más absoluta sencillez, puesto que consiste en aquello que todos hacemos en nuestra cotidianidad: para interactuar con ella, para intervenir en ella. Como todo conocimiento epistémico, el filosofar necesita fundamentación, necesita elaborar una interpretación argumentativa para sostener justificadamente esa mirada subjetiva que pone a disposición de la comunidad para su discusión, para su debate.

No podemos olvidar que la herramienta fundamental de la fundamentación, de la interpretación argumentativa y de la intervención, no sólo para los filósofos, sino para todos, es el lenguaje, entendido y señalado como la primera y más importante mediación humana. Dicho esto, ya entramos en el campo de la comunicación, y es acá, precisamente, donde vuelvo sobre los aportes de Roig, puesto que considero que en este campo de la comunicación en contextos es muy importante tener en cuenta algunas cuestiones por él ya trabajadas:

- Lo más relevante en el acto comunicativo no es el contenido del mensaje sino los sujetos implicados y, fundamentalmente, el sujeto receptor, quien no es un receptáculo vacío, pasivo y maleable que permite ser llenado de informaciones sino, más bien, un sujeto activo en tanto centro de decisiones y de transformaciones. Es decir, lo determinante no es el mensaje a transmitir, sino la totalidad de las intervenciones del sujeto en ese mensaje.
- Todo discurso tiene un aspecto ideológico, que no se encuentra en los contenidos sino en los elementos formales de la enunciación discursiva, esto es: quién es el sujeto con la función de emisor; quién es el sujeto con la función de receptor y cuál es la intencionalidad última de la comunicación; es decir, el cómo y el para qué de la comunicación.
- El lenguaje tiene una estructura sígnica de una muy fuerte ambigüedad, de tal manera que muestra y oculta al mismo tiempo:

cuando digo algo, lo que no digo, intencional o no intencionalmente, también comunica.

- Si lo más importante en la comunicación es el cómo y el para qué, entonces todo discurso tiene una dimensión política porque en todo discurso queda implicado un aspecto axiológico, queda imbricada una valoración que lleva a una determinada posicionalidad del sujeto en el contexto de que se trate.
- La dimensión política de todo discurso compromete constitutivamente a tener en cuenta el referente antropológico; esto es, los sujetos “hablan” con y desde determinadas intencionalidades.
- Son esas intencionalidades las que producen la emergencia de una diferencia respecto de los discursos. Así podemos hablar de “discursos dominantes” para referirnos, no necesariamente a aquéllos de mayor circulación, sino mucho mejor, a aquéllos que son estrictamente circulares, es decir, aquellos donde los códigos comunicativos no pueden ser desestructurados: sólo habla el que tiene permiso para hacerlo y sólo dice lo que tiene que decir y enmudece el que no tiene el consentimiento para hablar.
- La irrupción de un sujeto desestructurante del código, con actitudes decodificadoras de la situación anterior implica la emergencia de un “discurso contrario”, que siempre es liberador en ese sentido, es decir, rompe la circularidad consagrada y va estableciendo otro discurso, otros códigos, otras valoraciones y otras posiciones de sujeto.

Sin embargo, es necesario tener en cuenta que todas estas consideraciones no funcionan en abstracto, por el contrario, todas ellas operan en contextos culturales determinados. Si recordamos que la temática de este panel es, precisamente, el contexto cultural de la mediatización y de la globalización, se vuelve inevitable entonces, considerar el concepto de Cultura. Según la etimología latina, sabemos que esta palabra se asocia con la acción de cultivar o de practicar algo, lo que implica la idea del cuidado y la dedicación de la siembra. Desde ahí hay muchos lugares desde donde se puede entrar al concepto.

Para la semiótica, por ejemplo, la cultura es una red de signos; un intercambio comunicativo que supone la relación entre emisor y receptor y puede aparecer asociada a los discursos hegemónicos, contra-hegemónicos o a ambos simultáneamente, por ejemplo, cultura de élites y cultura

popular. En este campo podemos preguntar por qué un signo significa lo que significa, para quiénes y en qué contexto cultural. En este sentido, podemos hablar de significaciones diseminadas, arraigadas, revisitadas, etc. y es muy difícil pensar en la homogeneidad de una cultura.

Para la antropología cultural, se muestra como diferencia cultural, esto es, un repertorio de creencias y prácticas sociales que crean límites más o menos flexibles a que los sujetos atienden y dentro de los cuales se disputan y se negocian las identidades, las jerarquías, los espacios y las relaciones de poder. Es un ámbito de alta conflictividad, es un espacio agónico. Pero si vamos en esa dirección se vuelve imperioso pensar el concepto en plural y hablar de culturas como construcción de los modos, las formas y maneras en que los diferentes grupos humanos entran en relación con los mundos que integran. A esta agencia Roig le llama “función de objetivación”: “es decir, los modos funcionales en que los grupos humanos producen los bienes y las relaciones y los modos en que los valoran” (Roig, 1993:131). Esos mundos que se construyen con bienes, con relaciones y con valoraciones, son siempre mundos subjetivos, la función de objetivación no enfrenta al sujeto con el mundo como si fuera un objeto a aprehender, un fuera de sí. Por consiguiente, las culturas no son autónomas, no son productos separados de sus productores sobre los que se ejerce la clasificación y la jerarquización. Las culturas no son “un reino de esencias, con una fuerte autonomía respecto tanto del productor de la cultura como de su acto de producción (...) como un universo de bienes espirituales, sustantes en sí mismos” (Roig, 2001: 90). Las relaciones desnudan valoraciones y disputas por el uso de los bienes, entre los que aparece la lengua, como más estructural, y las hablas, es decir, los usos de la lengua con sus capacidades performativas y sus formidables posibilidades identitarias.

En el contexto de la mediatización y la globalización invito, nuevamente, a trabajar el concepto de cultura en plural, desde la categoría de pluralidad, porque considero que una cuestión muy importante en este contexto es el tema de la interculturalidad, al que es necesario diferenciarlo, muy cuidadosamente, de la multiculturalidad. Esto es así, precisamente, porque en la comprensión de ambos conceptos están presentes tanto los rasgos de la Pluralidad (existen muchos, la existencia es plural), como los de la Diversidad (esos muchos no son iguales, son diversos, no responden a una unidad).

El concepto de multiculturalidad es uno de los que intenta describir el hecho fáctico de la diversidad, ya sea en razas, etnias, idiomas,

religiones, clases sociales, etc. Es un concepto fuerte, que crea espacios de significación dominantes, que busca asimilar diferencias, que tiende hacia formas sociales de integracionismo armónico, con una fuerte carga de esencialismo y de reduccionismo identitario, se es aquello que se debe ser, sin ninguna fisura. Los problemas aparecen cuando nos percatamos que el término pone en juego las categorías de identidad y de diferencia.

Cuando el multiculturalismo opera con la categoría de identidad establece límites normativos en las prácticas, decide pautas de comportamiento para pertenecer o no a un determinado grupo identitario. Así también opera la diferencia, con su potencialidad de excluir puede terminar estableciendo una inferioridad implícita en el otro, en el diferente. Y lo hace, paradójicamente, mediante el ejercicio del respeto y la tolerancia por las diversas culturas, es decir, reconoce que todas las culturas son valiosas, pero, esa valía se interpreta desde un referente universalista privilegiado que se convierte en el patrón de medida de la “culturalidad” de una cultura.

Interculturalidad, en cambio, refiere a un proceso de situacionalidad que intenta borrar la dicotomía superior / inferior; margen / centro, como una manera de trabajar desde sí, sin considerarse superior / inferior o margen / centro. Interculturalidad es un proceso que se va situando en los entre-lugares, en los intersticios, en los pliegues, en las intersecciones, que borran la memoria de la marginalidad, para pensarse y para actuar desde esos lugares, considerados como más propios.

Transitar en la dirección de lo intercultural no es una tarea fácil, puesto que son muchas las dificultades y los desafíos que presenta, es mucho más complicado que postular una simple “voluntad de comprensión” de lo diferente. El filósofo cubano Raúl Fornet Betancourt elabora una interesante caracterización de la tarea de la interculturalidad:

“... por interculturalidad no se comprende una posición teórica ni tampoco un diálogo de y/o entre culturas, en el que las culturas se toman como entidades espiritualizadas y cerradas, sino, quiere designar, más bien, aquella disposición por la que el ser humano se capacita para..., se habitúa a vivir sus referencias identitarias en relación con los llamados ‘otros’ (...) es una actitud que impulsa a un proceso de reaprendizaje y reubicación cultural y contextual, una actitud que, por sacarnos de nuestras seguridades teóricas y prácticas, permite percibir el analfabetismo cultural del que nos hacemos

culpables cuando creemos que basta una cultura, la ‘propia’ para leer e interpretar el mundo (...) es experiencia de la impropiedad de los nombres propios con que nombramos las cosas, es el re-conocimiento de que nuestras prácticas culturales deben ser también prácticas de traducción”. (Fornet Betancourt, 2004:14-15).

Reproduzco esta extensa cita para señalar las dificultades que implica “tener una actitud”, “estar dispuesto a”, o “reaprender y reubicarse”. Se piensa y se dice relativamente fácil, pero ¿cuáles serían las experiencias previas que llevarían a los diversos grupos humanos a tener estas disposiciones de apertura y de reaprendizaje, que llevan a la complejidad implicada en un encuentro o un desencuentro con el otro de sí?, ¿cuáles son dificultades que conlleva la disposición, la actitud de la interculturalidad?

Si bien las dificultades son varias, casi todas derivan de una que es nodal: el sociólogo portugués Boaventura de Sousa Santos lo llama “intercambio cultural desigual”. (Santos, 2010:101). Subrayo que la adjetivación “desigual” no está referida al término “cultura” sino a “intercambio”, a la relatividad cultural, que parte de la experiencia de la incompletud y que se manifiesta en que no todas nuestras respuestas nos satisfacen, no todas nos colocan en el campo de las certezas. Otra vez nos vemos en la necesidad de precisar los términos usados, puesto que no estoy refiriéndome al concepto de relativismo cultural, sino al de relatividad cultural, entendida como diversidad, que quizás tengan efectos parecidos, pero conceptualmente no son lo mismo.

El relativismo cultural es una cuestión de validez; es la actitud de analizar y valorar el mundo de acuerdo con los parámetros propios de cada cultura; defiende la validez y riqueza de toda cultura. Todas las culturas tendrían igual valor, ninguna sería superior a otra pues todos los valores son considerados relativos al grupo cultural que los sostiene. El problema del relativismo es que está emparentado con la inculturación porque tiende a cerrarse en sí mismo y afirmar que lo mío es valioso, lo tuyo también, pero ahí quedamos; somos culturas completas y las respuestas que tenemos son satisfactorias para nosotros y eso nos es suficiente. ¿Qué pasa cuando el encuentro con otra cultura se produce de todas maneras? Los caminos pueden bifurcarse: o se convierte en hegemónica y dominadora o se convierte en subordinada y es dominada.

La relatividad cultural, en cambio, reconoce la diversidad cultural pero parte del hecho de que todas las culturas tienden a considerar como

universales aquellos valores que creen fundamentales, pero: “el grado en que este punto de vista se pueda compartir, rechazar, ser apropiado o modificado por otras culturas depende de los diálogos interculturales...”. Es decir, este reconocimiento de universalidad, en cambio, parte de la experiencia de la incompletud porque “las condiciones de la universalidad de una determinada cultura no es en sí misma universal (...) la pregunta por la universalidad es una pregunta específica, una pregunta cultural occidental” (Santos, 2010:88) Según esta posición teórica, las condiciones son históricas y relativas a cada grupo cultural; esto es, no todas las culturas se preguntan por la universalidad de su cultura y mucho menos intentan imponerla.

Otra de las dificultades fuertes que entraña la interculturalidad en los contextos de globalización y de mediatización es la decisión respecto de en qué lengua y en qué hablas, en qué estructura lingüística y en qué usos de la lengua puede producirse el intercambio. Puestos ante este problema, debemos preguntarnos cómo sortear el obstáculo de la hegemonía de unas hablas sobre otras, es decir, de la carencia de soberanía lingüística que padecen muchos pueblos.

Frente a la diversidad de culturas, es deseable pensar en más alternativas que las ofrecidas por la clausura cultural de protección a la invasión o por la simple conquista, puesto que ambas nos colocan frente al dilema de la completud: “si una determinada cultura se considera a sí misma completa, no encuentra ningún interés en entablar diálogos interculturales; si, por el contrario, entabla semejante diálogo por razón de su propia incompletud, se vuelve vulnerable y se ofrece a la conquista cultural” (Santos, 2010:103-104)

Hemos llegado a la significación última del Intercambio Cultural Desigual: somos muchos y somos diversos, pero no somos diversos de la misma manera; éste es uno de los desafíos mayores de la interculturalidad: abandonar el multiculturalismo; es decir, superar la polaridad hegemónico / subalterno, no situarse ni en la hegemonía ni en la subalternidad cultural, sino, precisamente, en el quiebre de esa polaridad, capaz de abrirnos a otros mundos.

Referencias bibliográficas

- Fornet Betancourt, Raúl (2003) *Interculturalidad y filosofía en América Latina*. Concordia. Internationale Zeitschrift für Philosophie. Aachen. Alemania.
(2004) *Crítica intercultural de la filosofía latinoamericana actual*. Trotta.
- Roig, Arturo Andrés (1993) *Rostro y filosofía de América Latina*. EDIUN. Mendoza. Argentina
(2001) *Caminos de la Filosofía Latinoamericana*. Universidad del Zulia. Maracaibo. Venezuela.
- Santos, Boaventura de Sousa (2010) *Para descolonizar Occidente*. CLACSO. Prometeo. Buenos Aires. Argentina.

MARÍA CRISTINA LIENDO

Acerca de la pretensión homogeneizante y la diversidad cultural de las Américas Latinas¹

Carmen Rico de Sotelo

Mi presentación titulada “Acerca de la pretensión a homogeneizante y la diversidad cultural de las Américas Latinas”, se ubica en una línea que se ha venido desarrollando a lo largo de la jornada a través de distintos abordajes: “la *pretensión de homogeneización*”.

El campo de la comunicación internacional es mi área prioritaria de trabajo, con una mirada también intercultural. Por ello, me sentí interpelada por el título del encuentro en el que trabajamos con Susana Morales: **Industrias culturales, medios y públicos: de la recepción a la apropiación en los contextos socio-políticos contemporáneos**. Este título macro aloja nuestra mesa de trabajo denominada **Las culturas en el contexto de la mediatización y la globalización**. Es pues aquí donde encuentro un campo muy fértil para compartir con ustedes la constitución de ciertas figuras emergentes y de perspectivas (alguna de las cuales ya han sido sugeridas) para la consideración de los contextos mediáticos y las relaciones internacionales. Y en particular, algo que ampulosamente podríamos denominar “las problemáticas socio-culturales-científico-políticas” porque en definitiva, forman parte de todo lo que hemos venido discutiendo.

Hablamos así de la constitución de emisores internacionales y en forma especular, de públicos internacionales. Pero también de emisores y receptores locales de cuyo intercambio resulta la construcción de un estereotipo mítico sobre nuestra pretendida identidad cultural latinoamericana. Un estereotipo que es retransmitido y reapropiado, que nos reapropiamos y se lo reapropian las audiencias internacionales; pero

¹ Versión revisada por su autora

que también re-mediatizamos localmente, a veces repitiendo la misma significación, otras veces aportando pensamientos laterales interesantes.

Ello nos es útil para repensar las culturas, la interculturalidad, en el marco de lo que Boaventura de Sousa Santos - ese genial portugués que está en uno de los nortes² – propone para descolonizar la información³, para descolonizar a ese Occidente al cual pertenecemos. Entonces, además de Boaventura, recurrimos también a otros pensadores de los nortes como Miquel Alsina, en España; pero también a varios latinoamericanos, latinoamericanos híbridos, argentinos de origen como Néstor García Canclini, Paola Castaño, Daniel Mato, Aníbal Ford, el brasileño Renato Ortiz, el colombiano Ancízar Narváez, la ecuatoriana Catherine Walsh, entre otros.

Todos ellos contribuyen a formular un interrogante ¿por qué quienes hablan desde el Norte, (o desde un norte), quienes “emiten”, normalmente nos consideran a todos perfecta y empaquetadamente latinos, latinoamericanos, cuando no “*sudacas*”? ¿Por qué nos consideran como un todo homogéneo?. ¿Por qué a mí, por ejemplo, en la provincia de Québec-Canadá donde resido, no me consideran una latina típica, perteneciente a las minorías visibles, por cuanto debido a mi fenotipo, mi aspecto físico, yo no correspondo al estereotipo mediático que se tiene sobre los migrantes que provienen de América Latina? Cuando mi locus, desde donde hablo, desde donde reflexiono, es mi “uruguayez” de origen y de convicción. Mi segunda tierra es Quebec, donde enseñé y trato de construir puentes con esa comunidad cultural que es llamada latinoamericana y de la que también formo parte; sin embargo, *prima facie* nadie me identifica como miembro de esas llamadas minorías visibles o comunidades culturales. (Yo sería más bien miembro, en sentido jocos, de una comunidad audible).

Esta cuestión, que no es tan banal como pudiera parecer a primera vista, está evocando los vínculos usuales con la dimensión de la visibilidad para pensar las culturas, de lo que aparece como un fenotipo de los rasgos indígenas, de los rasgos raciales “distintos” para hablar de lo que es culturalmente diverso; recurso bastante reductor. Como si la cultura, la diversidad cultural, remitieran a esa expresión física del genotipo a través

² Rico de Sotelo, Carmen y Ch. Agbobli (2005) in Mongeau, P. et St-Charles, J. Communication Horizons de pratiques et recherches, UQAM, Montreal,

³ Boaventura de Sousa Santos, Para descolonizar a Occidente. Más allá del pensamiento abismal, 2010, CLACSO; Buenos Aires,

del fenotipo. Como si los latinoamericanos, y vale también para África y Asia, en tiempos de la mediatización, de la globalización - porque ahora tenemos una globalización mediatizada - nos pareciéramos todos, pensáramos igual, fuéramos iguales, bailáramos todos salsa y tango acá en el sur...y llamáramos aguacate a la palta, y pensáramos poco.

Entonces, ¿cómo podríamos cartografiar en modo sur la hibridez cultural? A la manera de Néstor García Canclini, ejemplo él mismo de hibridez como decía, o de hibridación. Y ¿cómo podemos cartografiar el espacio de las Américas Latinas?

Para ello pensemos cómo han teorizado estas cuestiones autores como su compatriota Alejandro Grimson⁴ o recurramos al pensamiento abismal que desarrolla Boaventura de Sousa Santos. Podríamos delinear, (o trazar los rasgos estilizados como está de moda decir), tomando la idea de un mapa geográfico como tela argumental de fondo, los constructos que están vinculados a la diversidad cultural y luego retomar la discusión de la cultura en contextos globales, a partir de la perspectiva de interculturalidad a la que adhiero.

Un primer interrogante: ¿cuál es la representación generalizada de nuestro espacio geográfico, las Américas Latinas? ¿Cuáles son las cuestiones que están en juego allí, vinculadas a la dimensión de ese, nuestro espacio geográfico, del cual la latinidad integra su propio apellido? Nosotros no somos América, somos América Latina, es nuestra calificación la que integra su denominación. A mí me gusta decir que es una apelación de origen, una apelación *d' origine contrôlée*. (como el champagne, o el oporto por ejemplo). Somos el único continente del mundo que integra la latinidad en su denominación. García Canclini nos dice a su vez que somos un espacio paradójico - vaya que sí lo somos! - y él nos presenta América Latina como un espacio muy heterogéneo. Está definido por las lenguas, sí, español y portugués, pero no hay que olvidar el guaraní, el quechua, el castellano, (el cordobés!); la gastronomía, el turismo, la producción de telenovelas y la migración. Es justamente la construcción híbrida de nuestro continente, donde los procesos migratorios incorporaron los aportes provenientes de los países mediterráneos de Europa, que confluyeron con el componente indígena nativo y la inmigración de los esclavos africanos. Eso es, era, el origen de las Américas Latinas. Entonces estas dos realidades (nativas y afros) fueron ignoradas durante mucho tiempo en los pensamientos, análisis y relatos que nos hicieron. Esta América Latina que

⁴ Alejandro Grimson: Interculturalidad y Comunicación, Ed. Norma, BA, 2000

en el siglo pasado, siglo XX, se transforma en contacto con el mundo angloparlante, las migraciones y las relaciones con Asia y con las culturas europeas.

Pero ¿qué sucede? La crisis económico financiera que el norte atraviesa desde 2008, acentuada furiosamente hoy en la Unión Europea, empuja la mirada a esta región de Latinoamérica, cuyos modelos políticos, económicos, hasta científicos y tecnológicos - el Plan Ceibal en Uruguay es un ejemplo, o la legalización de la marihuana o el matrimonio igualitario - reemergen como fenómenos dignos de atención. Retomo nuevamente la noción de emergencia con una fuerza particular, porque se desarrolla un interés curioso por esta zona geográficamente latina como objeto de investigación. Entonces, la geografía, la cultura, la política, los conocimientos están ligados a través de una visión etnocentrista, muy occidental del mundo, que plasmaba su perspectiva en nuestras representaciones y de los otros hacia nosotros.

A partir de la exotización de América Latina que vivimos en el norte a raíz de las imágenes producidas, entre otras cosas, por los medios y por los intelectuales también; regiones cuyos principales valores serían el carnaval, la samba, el tango, el tequila, las playas, las palmeras, el calor, el fútbol, se construye una idea de nuestro continente como una mezcla simplista - aquí me meto en lo epistemológico - privada de un cerebro capaz de pensar, de producir, de significar y de desarrollar.

Aníbal Ford - analizando los temas mediáticos - se había interesado justamente en la banalización que se producía sobre América Latina en la publicidad y en el info-entretenimiento. Eran géneros mediáticos presentados como estrategias de un mundo que él llamaba multicultural de coexistencia entre las diferencias; los problemas eran presentados fuera de su contexto como un telón de fondo y no como un asunto serio. A través de esas representaciones los países europeos y la cultura occidental desarrollan una relación asimétrica con los países otros, que son percibidos como Tercer Mundo sobre la base - decía Aníbal - de la infantilización, la animalización, el exotismo de la naturaleza salvaje, el folclore. Entonces para Ford, ese fenómeno podía ser clasificado como la transformación de la desgracia en commodity, porque al menos aparecemos, aunque de manera exótica y terrible.

¿Por qué se habla a través de la paradoja de la cultura latinoamericana? ¿Cuáles son los atributos que se privilegian para

definimos? ¿Qué es lo propiamente latino, latinoamericano? ¿Podemos hablar de una región culturalmente homogénea, como creen muchos?

Las formas de representación dominantes en lo externo y en lo interno han construido más bien una visión homogénea. Desde el exterior una región pobre, colorida y tropical, como rasgo estilizado; y en lo interno, nosotros, una visión que ignoraba la exclusión. Felizmente aparecen pensadores emergentes que cuestionan estas ideas históricas y conflictivas que ocultan las diversidades y las exclusiones.

Entonces, si aceptamos la visión del espacio latinoamericano que proponía García Canclini constituido por tres componentes (culturas indígenas, países mediterráneos de Europa y la inmigración de esclavos africanos), vamos a comprender mejor por qué no somos tan homogéneos como se nos pretende hacer creer. Y ello a pesar de un sentimiento de orgullo que aparece a veces, de unidad en América Latina, cuando expresamos que uno de los nuestros se califica o gana el mundial de fútbol, o cuando hay un triunfo progresista en la región; todos nos sentimos latinoamericanos. O el Papa Bergoglio, de aquí mismo, que llega a Roma! Todo se logra en América Latina, curiosa región la nuestra, y vaya que es paradójal!

Siempre tuvimos dificultades para llamarnos, para saber cómo llamarnos nosotros mismos y en esto me apoyo mucho en unos trabajos muy interesantes que hizo Paola Castaño en CLACSO. Porque ¿cómo hacemos para incluir todos los países que componen América Latina? Desde México a Brasil, que integra hoy los BRICS, las nuevas economías emergentes del mundo, pasando por Puerto Rico, Panamá, Venezuela, Perú y Argentina. ¿México pertenece verdaderamente a América Latina habiendo adherido al NAFTA? Fue el eje central de discusión de uno de los primeros PANAM que realizamos en Brasil.... ¿América del Sur no tiene nada que ver con ese México? ¿Qué tiene que ver con América esa sinécdoque que toma la parte por el todo? Estados Unidos es el único que es América ...y nosotros somos América Latina. ¿Es el hecho de nuestra adscripción al Sur, de ser una entidad pro Sur, uno de los sures, lo que identifica el pertenecer a esta región?

Luego de haber sido nombrados como hispanoamericanos, y posteriormente como Iberoamérica, porque habíamos sido países colonizados por España y Portugal; adoptamos orgullosa y homogeneizantemente el nombre de América Latina, sintiéndonos muy confortables con ello como un gran titular. Un nombre que nos fue dado, que no reconoce todos nuestros orígenes, pero que reivindica algo latino,

que tiene poco que ver con lo yanqui, y en definitiva nos sentimos un tanto unidos en él como diferentes de la otra región de América.

¿Qué sucede con este cliché que se utiliza en estos tiempos de globalización en el que las fronteras de América Latina se trasladaron al norte? Hay un factor que pesa insistentemente en la caracterización de la cultura y de la identidad latinoamericana y es que ella va adquiriendo un sentido cabal en un contexto transnacional debido a las migraciones – las que van y las que vienen - que tienen tanto o mayor impacto que el mediático. Los migrantes son los que están en las redes entre otros. Nos guste o no, la latinidad o latinoamericanidad está también en el norte, pero en Norteamérica. Paola Castaño afirma, incluso, que América Latina **está** en Estados Unidos y García Canclini señala que nuestro continente no está completo en sí mismo, pues su imagen se refleja en los espejos del archipiélago de las migraciones. Todos los latinoamericanos que no están más en la región, que son millones y que residen en Estados Unidos (y Europa) son los latinos, los *hispanic* como les llaman. Y es desde allí, desde el norte donde se producen mayoritariamente las imágenes sobre los latinoamericanos, haciendo creer, haciéndonos creer, y creyéndonos, la homogeneidad cultural.

Es este pues, todo un capítulo para pensar la cultura en términos de globalización o de las migraciones y de las esquematizaciones mediáticas, porque estos autores señalan que América Latina, o mejor aún, que la condición de América Latina desborda entonces su demarcación territorial a causa de los millones que viven fuera del continente. No es un tema menor hoy en tiempos de globalización. Y más llamativo es aún que habitan en América, en una América que no es Latina, porque después de México, Argentina, Colombia y España, Estados Unidos es el quinto país del mundo con el mayor número de hispanohablantes. Y vaya que la lengua es un elemento identitario!

George Yudice indica que Miami es la capital de América Latina, porque es la ciudad del mundo donde se producen más discos, videos y programas de televisión en español que en toda América hispanohablante. Entonces, ¿cómo pensar nuestra diversidad cultural, la de las Américas Latinas, con nuestros propios autores, aquí o allá, pensando en el norte o en el sur? ¿Cuáles son las epistemes de la construcción de América Latina?

Hay una cosa curiosa, aquí estamos en un encuentro universitario, académico, y me encanta ver gente joven que piensa y se anima a venir, a escucharnos y a preguntar. García Canclini justamente propone a las

universidades como un espacio de negociación de la condición del concepto latinoamericano, porque en esas instituciones, en Estados Unidos por ejemplo y algunos en Europa, hay más investigadores y profesores a tiempo completo que producen capital simbólico sobre América Latina que todo el conjunto de países de la región. La famosa LASA, Latin American Studies Association, Asociación de Estudios Latinoamericanos por su nombre en español, constituye un buen ejemplo de esas fronteras intelectuales que se han desplazado y movido hacia el norte. Esas que Paola Castaño dice - y acá voy entrando en algunos temas de ciencia - está epistemológicamente diagramada de manera homogeneizante en los propios estudios latinoamericanos. ¿Cómo pensar la diferencia? ¿Cómo y por qué pensar la cuestión de la diversidad cultural o de la interculturalidad en tanto proyecto político y epistémico?, se pregunta la ecuatoriana Catherine Walsh.

Es decir, ¿cómo pensar las relaciones entre los diferentes? Los diferentes donde estamos todos incluidos sin un concepto, sin una posición de centralidad.

Aquí Boaventura de Sousa Santos nos propone ir más allá de lo que él llama el pensamiento abismal, salir de las líneas globales para trabajar una ecología de los saberes. ¿Cómo se aplica esto a la geografía, a la alteridad y a la interculturalidad? El pensamiento abismal es el que lleva a crear abismos o límites de una no existencia. Es el pensamiento absoluto y de separación radical, es un pensamiento que está apoyado en líneas cartográficas, en fronteras, donde hay un posible otro lado de la frontera. Para clarificar: imagínense que yo soy, somos, el poder, y ustedes son el otro lado, los invisibles, incluso no existentes. O existen folclóricamente y sin cerebro, sin capacidad de pensar.

Así han surgido las caracterizaciones del sur global, donde íbamos todos rotulados como subdesarrollo, como Tercer Mundo. Entonces ese es el pensamiento hegemónico de la globalización capitalista, que se dio como una continuación del colonialismo. En ese otro lado de la línea imaginaria sitúa todo lo que es opinión, magia, conocimientos ancestrales, saberes autóctonos, etc.; o experiencias exóticas e interesantes que son una buena materia prima para investigadores, todos procesos que no tienen el estatuto científicos del más acá. Entonces, lo que propone Boaventura es el pensamiento post-abismal, que supere esa diferencia, y pretende un reconocimiento de la variedad de alternativas.

Ligo este abordaje a dos ideas sugeridas en las presentaciones: *Pensar Latinoamérica* y *El conocimiento como recurso colectivo*. Ese

pensamiento post-abismal pretende un reconocimiento de la variedad de alternativas y su fin es incitar un esfuerzo colectivo. A la globalización lo que se le propone es encarar un contra movimiento, lo que Boaventura de Souza Santos le llama el cosmopolitismo subalterno. Yo prefiero, modestamente, llamarle cosmopolitismo alternativo o crítico. Y ese cosmopolitismo va mucho más allá de una forma política: es una forma cultural, porque el cosmopolitismo tradicional para el autor ha sido el privilegio de quienes como nosotros y como ustedes participando de este evento, tienen, tenemos el privilegio de permitirselo. Entonces, revisé ese concepto de cosmopolitismo, identificando grupos cuyas aspiraciones habían estado invisibles en el ámbito interno de América Latina o de África, o de quien fuere; sea en el contexto de la globalización, donde hay sociedades y grupos que son prácticamente no reconocidos en su pensamiento, en su saber.

El pensamiento post-abismal como ruptura radical que dicho autor propone, se realiza a través de la ecología de los saberes. Es decir, una ecología porque está basada en una pluralidad de conocimientos heterogéneos, (uno de ellos es la ciencia moderna) pero se fundamenta en la idea - y aquí lo intercultural - de que el conocimiento es interconocimiento. Los conocimientos interactúan entre emergencias y alternativas que surgen de visiones del otro lado de la línea y no solo de ésta, suponiendo que fuéramos el norte global. El interconocimiento es reconocer y adoptar la subjetividad, como lo dice el pensador brasileño.

Otro presupuesto importante del pensamiento post-abismal es la existencia de la diversidad epistemológica frente a la traducción caracterizada por la existencia de intercambios culturales voluntarios e involuntarios, que se producen a una intensidad sin precedentes en la historia de la humanidad. No obstante, la comprensión de esos cambios culturales fue limitada por disciplinas que la estudiaron solo desde un punto de vista. Por eso me parece pertinente integrar aquí el tema de la filosofía política. Pasamos pues a un mundo que es intercultural y globalizado, y esa interculturalidad se va a referir a la confrontación y al entrelazamiento que se produce cuando grupos de personas entran en relación. Lo interesante es que estos desplazamientos masivos de personas, que son una realidad, (ahora tenemos los de regreso, los del norte nos están devolviendo a los nuestros que ya no tienen trabajo en esa región) acercan zonas del mundo que están poco preparadas para encontrarse. Santos dice que estamos confrontados cotidianamente a una interculturalidad ilimitada, agresiva,

que desborda las instituciones materiales y mentales concebidas para contenerla.

Retomemos a Catherine Walsh, que también trabaja de forma muy interesante la interculturalidad, el conocimiento y la descolonización. Ella propone, a partir de la visión intercultural que fue abordada por mi colega, transformar y construir estructuras, instituciones, relaciones, modos de pensamiento y de condiciones de dominación existentes, a partir del reconocimiento de valores, de epistemes y de modos de pensamiento autóctono; cosa de la que en América Latina aún estamos lejos. Hay algún proyecto de la Universidad Samay Huasi en Ecuador, hay otro en Colombia de Universidad Cultural y muy poca cosa a nivel de pensamiento científico intercultural. A partir de eso, todo saber válido puede actuar en conjunción con otros saberes, nadie dice que solamente la magia sea válida. Propone entonces este proyecto de descolonización de la ciencia, afirmando que la relación entre saber y poder está en el núcleo de las múltiples formas de exclusión, pues las relaciones geohistóricas, geopolíticas y geoculturales crearon no sólo un orden social y económico, sino también un orden hegemónico de los sistemas y las formas de conocimiento experto (que son las que estudiamos, con las que nutrimos y con las cuales estamos acostumbrados a pensar usualmente).

Voy a terminar con una sugerencia de Boaventura de Sousa Santos para no quedarnos en el denunciismo, que es propio de nuestro ser latinoamericano. El señaló justamente que una de esas áreas que condensan las tensiones norte - sur, es el tema del multiculturalismo, estudiando una posibilidad de globalización alternativa al capitalismo global. Entonces, para entender la experiencia y la riqueza social que pasa desapercibida más allá del abismo, hay que hacer un cambio de racionalidad. No tenemos otra que hacer un *cliv* alternativo al modelo occidental dominante. Incluir la diversidad demanda incorporar teorías locales, demanda un movimiento de traducción de esa diversidad, que respete las identidades. Lo que nos va a permitir lo que él llama un Modelo de Razón Cosmopolita, con justicia cognitiva y con imaginación epistemológica.

Los invito entonces a que todos podamos construir el mundo a partir de un paradigma emergente, donde se trate de contemplarlo entre todos y no que unos lo dominen.

Cultura digital y acción social colectiva¹

Silvia Lago Martínez

Introducción: la cibercultura

La mayoría de las definiciones de cultura digital -o cibercultura- tienen como común denominador el hecho de referirse a la cultura generada en torno a las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información (TIC), y más concretamente a Internet y a la vida en el ciberespacio (Levy: 2007, Ardévol: 2003). Sin embargo en esta propuesta, y como producto de los hallazgos producidos en nuestras investigaciones², se comprende la cultura digital como la imbricación de las tecnologías digitales en los procesos culturales de las sociedades contemporáneas.

De esta forma se entiende que el estudio de la cultura digital no se agota en el ciberespacio (cultura *online*) sino que se agrega la hipertextualidad entre los distintos medios de comunicación social e industrias culturales (radio, cine, televisión, etc.) y los procesos de interacción social en el contexto cultural más amplio. Integra agentes y prácticas culturales, interacciones y comunicaciones, colectivos, instituciones y sistemas organizativos en una multiplicidad de contenidos y representaciones simbólicas junto con valores, interpretaciones, legitimaciones, etc.

Rocío Rueda identifica tres estadios de los estudios sobre la cibercultura cuya evolución ha estado ligada a nuevas preguntas y campos de investigación en América Latina (2008:8-10). La autora señala que en el primer estadio, hacia mediados de la década de los ochenta, los estudios se

¹ Versión proporcionada por su autora

² Se refiere a las investigaciones: Internet, cultura digital y contrahegemonía: nuevas formas de intervención militante; Internet: un nuevo campo para la acción colectiva; Política y creatividad social: nuevos escenarios en la cultura digital, desarrolladas entre los años 2005 y 2013 en el Instituto Gino Germani, con financiamiento de la Universidad de Buenos Aires.

caracterizaron por pensar Internet como *una nueva frontera de la evolución de la civilización*, el ciberespacio conformaba un mundo “virtual”, con características propias en relación con el mundo “real”. El segundo estadio, de principios de los noventa, se centró principalmente en las comunidades virtuales y las identidades *on line* (Rheingold, Turkle) con una especial participación de los académicos de las ciencias sociales. En la tercera etapa, a principios de 2000, se abre un abanico de investigaciones con distintos enfoques, donde se comienza a considerar la cultura digital y su entorno *como un espacio de empoderamiento, construcción, creatividad y comunidad en línea* (Bonilla). Se expande la noción hacia las interacciones, los discursos, el acceso y la brecha digital, señala la autora. Particularmente en América Latina, el problema de la “brecha digital” da origen a la informática social y la informática comunitaria y la preocupación por los usos sociales de las TIC. Al mismo tiempo se desarrollan los *estudios del campo de la comunicación y la cultura y los estudios culturales, que es posible apreciar en los trabajos de Martín-Barbero, Orozco, Canclini y Hopenhayn*. Otras líneas de trabajo son los estudios de ciencia, tecnología y sociedad, los estudios feministas de ciencia y tecnología, y la teoría del actor-red, (reactualizada) de Haraway, Callon, Latour.

En este punto se destacan las investigaciones que analizan la reapropiación y rediseño tecnológicos desde las prácticas culturales y los movimientos sociales, los cuales señalan la combinación de prácticas sociales y políticas de nuestras sociedades (Escobar, Martín-Barbero). En esta línea de investigación me posiciono para dar lugar a la investigaciones de Rueda (2008, 2012), nuestros propios estudios (Lago: 2006, 2008, 2012a), Castells (1998, 2000, 2010, 2012) y muchos otros (Valderrama: 2008, Marí Saéz; 2004, 2007, Holmes: 2005, Scherer-Warren: 2005, Sabada y Roig: 2004, León, Burch y Tamayo: 2001), que centran la mirada en las formas de mantener y establecer vínculos sociales a través de las tecnologías y sus peculiaridades en sujetos colectivos y movimientos sociales, y en la acción colectiva.

Sobre esta dimensión de los estudios ciberculturales se enfoca la presente contribución. Se analizan las formas y contenidos de la intervención política de colectivos y movimientos sociales, que se apropian de las tecnologías digitales y del lenguaje audiovisual para la lucha contrahegemónica.

Con esta finalidad se consideran como antecedentes los avances producidos en los estudios que realizamos sobre movimientos de resistencia global y colectivos culturales y de comunicación que desarrollan

una actividad sostenida en el terreno audiovisual y comunicacional durante la última década en Argentina (Lago Martínez: 2012b). Luego, se reseñan los procesos más recientes de la acción colectiva a nivel mundial, sus alcances, y transformaciones. Por último, ya en América Latina se analizan los movimientos estudiantil chileno y YoSoy132 mexicano, ambos de base estudiantil, la protesta social en Brasil y los “cacerolazos” en Argentina. Así como también, en otra dimensión de la política, a colectivos políticos y contraculturales que se desenvuelven en la última década en nuestro país.

La(s) cultura(s) y la política

Desde fines del siglo XX, la Red (el ciberespacio) comienza a reflejar dinámicas y dimensiones de lucha de fuerzas globalizadas, localizadas y territorializadas, que dan cuenta de una nueva estructura de poder en el contexto histórico contemporáneo. El espacio público urbano de interacción cara a cara se matiza con una nueva dimensión en relación con la inmaterialidad de las redes electrónicas. La intervención política y cultural de colectivos y movimientos sociales pasa a estar centrada en la comunicación y la imagen, integrando las expresiones escritas, visuales, audiovisuales y gestuales de la cultura contemporánea. Se reapropian del espacio simbólico para intervenir en el imaginario dominante y otorgar nuevos sentidos, significaciones e imágenes desde prácticas comunicacionales articuladas en red, construyendo acciones y proyectos colectivos a nivel local pero articulados globalmente.

Compartimos con Brian Holmes, cuando se refiere a los movimientos de resistencia global, la idea de que la dimensión estética y comunicativa de la acción política contemporánea es medular y está entrelazada con la cuestión de la representación. Estos medios son complementarias a la acción directa y con Internet se despliegan *“creando una representación a escala y una multiplicidad de significados de tal dimensión que una experiencia de acción directa estrictamente corpórea no podría sostener”*, al tiempo que la diseminación de los medios de representación por medio de Internet es uno de los grandes cambios que han transformado las posibilidades del activismo político (Holmes, 2005: 225-227).

Holmes se refiere al despliegue de formas de intervención política que, como respuesta al proceso de globalización neoliberal, surgen en el ciclo de luchas de fines de los años 90, protagonizados por los

denominados movimientos de resistencia global (antiglobalización o alterglobalización o altermundialización) a nivel mundial.

Mundialización de la protesta: movimientos internacionales

En la década de los '90 surgen los movimientos internacionalistas: Vía campesina 1992, Marcha Mundial de Mujeres 1996, Jubileo 2000 1996, Social Watch 1996, ATTAC 1998, AGP 1998. El movimiento zapatista produce el 1er Encuentro por la Humanidad y contra el neoliberalismo en 1996 en la Selva Lacandona.

En esta dirección en 1999 la *batalla* de Seattle marca el comienzo simbólico de las sucesivas movilizaciones de carácter global denominadas por sus actores *contra cumbres*. Se presentó como un enfrentamiento directo contra la globalización neoliberal y consistió en acciones disruptivas como resultado de alianzas entre movimientos diversos y heterogéneos (Wallerstein: 2004). Las *contra cumbres* se convocaban en coincidencia con las reuniones de las instituciones que regulan los acuerdos comerciales globales OMC, FMI, BM, G8 y diversos acuerdos regionales.

El rechazo al neoliberalismo, la lucha contra el sistema capitalista, la animadversión a las multinacionales, la instauración de la denominada “tasa Tobin”, la exigencia de la condonación de la deuda externa para los países pobres, el rechazo al ALCA y la defensa del medio ambiente son algunos de los puntos que sostenían los activistas. El movimiento (más que un movimiento, una red de organizaciones en movimiento) era sumamente heterogéneo y estaba compuesto por un abanico de organizaciones, desde ONG cristianas hasta grupos anarquistas, pasando por grupos feministas, organizaciones en defensa de los derechos humanos, sindicatos, intelectuales de izquierda, asociaciones ecologistas, indigenistas, y muchos otros.

Estas redes internacionales se organizaban en torno a nodos, conectados en red a través de las herramientas de Internet que resultaron imprescindibles para su actuación y para la redimensión de sus territorios de influencia y acción (Castells: 2000). La capacidad de organizar una acción común a través del ciberespacio -como los *Días de acción global*-, y la construcción organizativa del Foro Social Mundial (FSM) representan un ejemplo de esta experiencia. Esta comunicación en tiempo real desde cualquier punto del planeta involucró un salto en la comprensión del tiempo y del espacio, de manera tal que las identidades y roles sociales que

estaban estrechamente relacionados al lugar físico pasaron a redefinirse paulatinamente.

Simultáneamente, en América Latina se consolidaron las luchas contra el Área de Libre Comercio para las Américas (ALCA) y el FSM encuentra su primer escenario en Porto Alegre en el año 2001.

Particularmente en Argentina, la década neoliberal de los '90 ofrece un escenario para el desarrollo de importantes movimientos sociales como el “*piquetero*” conformado por trabajadores desocupados, el de derechos humanos como secuela de la última dictadura militar, organizaciones de mujeres, colectivos en defensa de medio ambiente y nuevos sindicatos de trabajadores como la central de Trabajadores Argentinos (CTA), entre otros. Esta década, azotada por un gobierno neoliberal a ultranza culmina con el estallido social de 2001-2002, que como consecuencia trae la caída del gobierno constitucional, mientras el lema QUE SE VAYAN TODOS recorría las acciones de protesta en todo el país.

Los movimientos globales y la intervención política

Cabe señalar algunas de las características de los movimientos globales de la década de 2000: nuevos territorios para la resistencia social y política; relevancia de la comunicación y de la utilización de recursos tecnológicos en los procesos de activismo social, se enlazan las acciones y producciones en el ciberespacio con las desarrolladas en el territorio; formas organizativas basadas en redes y en el trabajo colectivo y promoción de la libre circulación y apropiación de los bienes culturales; novedosa estética de la protesta e integración de la comunicación y la imagen en expresiones escritas visuales, audiovisuales y gestuales propias de la cultura digital (Lago Martínez, et al: 2006)

Se adoptan consignas, logos y colores, que hacen a las características globales y universales de su lucha:

Estamos en todas partes; Los días de acción global; Manifestaciones masivas en un lugar; ¡Que nuestra resistencia sea tan global como el capital!, Justicia global

Como los movimientos se ven obligados a superar la frontera mediática, la visibilidad del conflicto es tan importante como su enfrentamiento. El acceso a instrumentos de comunicación social

globalizados cambió las estrategias de intervención política, e Internet se constituyó en un centro de operaciones.

La mundialización de la lucha permitió el acceso a amplios públicos, además de la creación de servicios alternativos de noticias, cadenas de e-mails y sitios interactivos de información. Por ejemplo, el FSM alcanzó un enorme impacto en la opinión pública mundial gracias a la creación de una red de comunicación alternativa impulsada por la agencia Inter Press Service (IPS) y por *Le Monde Diplomatique*. En la web se destacaron la Minga Informativa de los movimientos sociales, la Asociación Latinoamericana de Información (ALAI), y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias AMARC.

Se pusieron en práctica acciones directas como bloqueos, ocupación de espacios públicos, caravanas intercontinentales, entrenamientos prácticos sobre métodos de resistencia no violenta a la represión policial, etc. y acciones de representación directa: protestas simbólicas y de fuerte contenido lúdico (fiestas en la calle, carnaval anticapitalista, festival de arte político, dramatizaciones públicas), acciones (in)formativas, acciones de esclarecimiento popular (escraches tribunal de justicia popular), pegatinas, stencils, afiches, serigrafías, hackeos y ciberactivismo.

Esta nueva estética de la protesta social marcará un hito en la acción colectiva de fin de siglo, que acompañará de aquí en adelante a gran parte de las acciones de organizaciones y movimientos sociales.

Al mismo tiempo, la práctica de la intervención política en nuestro país también reúne, con su propio lenguaje y forma de organización, algunas peculiaridades similares a las acciones de los movimientos de resistencia global señalados para la década de 2000 (Lago Martínez, 2012b).

Este ciclo de luchas de alguna manera va declinando en virtud de la criminalización y persecución que se produce sobre los activistas, en gran parte debido a los atentados del 11 de septiembre de 2001 (11-S), cometidos en los Estados Unidos. Los activistas fueron acusados de terrorismo y la prensa internacional comenzó a utilizar despectivamente el término *globalifóbicos*. No obstante en el año 2003 se producen movilizaciones planetarias en contra de la invasión a Irak. Las manifestaciones se convocaron por Internet y SMS simultáneamente en todo el mundo, pero fueron especialmente relevantes en los países comprometidos con la invasión (Australia, Estados Unidos, España, Reino Unido, Portugal, Polonia, Italia, Dinamarca). El lema universalmente adoptado fue NO A LA GUERRA.

Década de 2010: los movimientos sociales en red

Ya en el siglo XXI, y como producto de la (s) crisis económica (s), la pobreza, la falta de democracia y como señala Castells *la humillación causada por el cinismo y la arrogancia de los poderosos, tanto del ámbito financiero como político y cultural* (2012: 20), se producen diversas rebeliones en el mundo. Los movimientos: 15-M (Indignados) en España, Occupy Wall Street estadounidense, Islandia, Grecia, Portugal, Rusia, Italia, Turquía. La primavera árabe: Egipto, Irán, Libia, Baréin, Túnez, Yemen, Marruecos, Siria. En América Latina: México, Chile, Brasil, Argentina, Venezuela, etc. Las fronteras entre el mundo online y offline son difusas en éstas formas de intervención política.

Surge el siguiente interrogante: ¿que ha cambiado en la última década desde los movimientos de resistencia global a los movimientos en red actuales?

Para comenzar con el análisis de las transformaciones ocurridas en poco más de una década, es muy importante señalar el salto tecnológico (equipamiento, infraestructura y capacidades para el uso) y sobre todo la apropiación³ (Thompson: 1998; Morales: 2009) de las tecnologías digitales para la actividad política.

Los recursos utilizados en la década de 2000 eran fundamentalmente el correo electrónico, las listas de distribución, los blogs y las páginas web. Hoy cuentan con laboratorios equipados y portales donde se integran imagen, sonido y texto, incluso en los proyectos de televisión por Internet montan estudios, transmiten en vivo, retransmiten acontecimientos ocurridos en otros sitios del planeta y generan diversos programas políticos emulando a la TV de aire. El correo electrónico fue sustituido por las redes sociales –Facebook, Twitter y otras – que permiten inmediatez en la difusión y la generación de debate on line, así como también la intensiva utilización de YouTube que ofrece una enorme distribución.

Esta evolución se produjo gracias a las mejoras en el ancho de banda y al desarrollo de nuevos dispositivos (móviles inteligentes) y la extensión de una amplia gama de sistemas de distribución en las redes de Internet. La comunicación inalámbrica conecta dispositivos, datos, personas,

³ Apropiación concebida como un proceso material y simbólico en que un grupo social interpreta y otorga sentido a un artefacto cultural (Thompson). Apropiarse es poseer (o disponer) y es usufructuar del objeto tecnológico y de los significados que el objeto transfiere, posibilita o desencadena (Morales).

organizaciones, etc., de manera que la circulación más importante en Internet actualmente pasa por las redes sociales, que se han convertido en plataformas para todo tipo de actividad, y entre ellas para el activismo social y político.

Castells, en su libro más reciente *Redes de Indignación y Esperanza* (2012), se pregunta si los movimientos sociales en red actuales representan un modelo emergente, a lo cual sumamos otro interrogante: sin desconocer que no se trata de una trayectoria lineal ¿esta emergencia es posible como consolidación, fortalecimiento o acumulación de las experiencias de décadas anteriores?,

Si bien las acciones de los movimientos sociales se desarrollan en culturas y contextos diferentes, el autor señala un conjunto de rasgos comunes, a saber: *están conectados en red de forma multimodal*, las funciones de coordinación, así como de deliberación se llevan a cabo mediante la interacción de múltiples nodos; esta conexión incluye redes sociales online y offline, redes sociales ya existentes y otras formadas durante las acciones del movimiento; *los movimientos son virales*, siguiendo la lógica de las redes de Internet; se llevan delante de manera cuasi natural interacciones entre el espacio de los flujos de Internet y las redes de comunicación inalámbricas y el espacio de los lugares ocupados y de los edificios simbólicos objetivo de las acciones de protesta; los movimientos *son locales y globales a la vez*; *el poder de las imágenes*, YouTube es una de las herramientas de movilización más poderosas; *el papel decisivo de la comunicación* en la formación y práctica de los movimientos (Castells, 2012: 212-218).

Tal como se enuncia, las características no son muy diferentes de las que reconocíamos para la década de 2000. Sin embargo, llegar a compartir una cultura digital - que deviene de la hibridación entre Internet y los movimientos sociales- llevó más de diez años.

Para Castells *la cultura de la autonomía es la matriz fundamental de las sociedades contemporáneas*, ésta permite a las personas *ser protagonistas de sus propias vidas afirmando su autonomía respecto a las instituciones de la sociedad*. Agrega otro punto clave con el cual coincido: los movimientos sociales, son fundamentalmente movimientos culturales, *movimientos que conectan las demandas actuales con los proyectos del mañana*.

Si bien no se percibe una ideología común, la construcción de la acción política se sostiene en lazos colaborativos dentro y fuera de la red. A pesar de ser diferentes, cada nueva acción en un nuevo punto del planeta se

apropia de elementos y dialoga con experiencias anteriores. De la misma forma, causas locales vuelcan banderas globales y múltiples reivindicaciones, que pueden ser contradictorias, y dividen el mismo espacio.

La impronta local, es decir los problemas específicos de cada país o ciudad, surgen con más fuerza que en las causas de los movimientos de resistencia global, pero lo que tiene de semejante son las técnicas y las formas de movilizar, y el sentido global de sus reivindicaciones. La vinculación de los movimientos de la presente década con las tecnologías digitales e Internet es tal – en esta hibridación del espacio de los flujos con el de los lugares – que la prensa internacional va a denominarlos *ciberactivistas*, término no del todo satisfactorio para definirlos. Cabe preguntarse: ¿la resistencia se planteaba en un plano ideológico y hoy en un plano político?

El control de Internet y el hacktivismo

Otra dimensión de análisis respecto de las transformaciones del activismo y su intervención, se vincula con el aumento del debate político y jurídico sobre la facultad que gobiernos y proveedores de Internet (ISP) poseen para limitar y censurar el libre flujo de información y comunicación en la red, a favor de la consideración de que el derecho a la información es uno más de los derechos humanos.

Si bien Internet está vigilada no está totalmente controlada: no se puede interrumpir el mensaje. Sólo es posible desconectarla, lo que resulta muy difícil no sólo por los protocolos de Internet, sino también por la comunidad de hackers y activistas del software libre que intentan impedir las amenazas, y que en muchos casos logran incluso sortear los bloqueos e interrupciones del servicio de la Red que intentan algunos gobiernos (Lago Martínez: 2013).

El espionaje o los delitos informáticos que quedaron al descubierto con las revelaciones de WikiLeaks o las filtraciones del caso Snowden, son una cara de la moneda. En la otra hay lugar para las prácticas colaborativas, para el intercambio de conocimiento y de estrategias de acción colectiva.

En este contexto, el fenómeno denominado “hacktivismo” se ha desarrollado como una de las múltiples formas de acción y expresión de disconformidades y conflictos. El hackeo se conforma como una estrategia

de intervención política que se expresa en acciones directas sorpresivas en el ciberespacio.

En el imaginario los hackers son piratas informáticos, sin embargo hoy ganan cada vez más espacio como referentes de la innovación tecnológica y la creatividad al servicio del activismo web. Hack o Hacking se refiere a un *modo de aproximación a los objetos para ver como funcionan, repararlos o resignificarlos* (Bortz, 2013: 134). De manera que los hackers (o el término hacker) definen su práctica como *abrir la caja negra*, y explorarla con distintas finalidades. Su actividad tiene origen en los años 70 con el avance de la tecnología informática y luego con el desarrollo del software de código abierto. Originalmente la denominación no tenía una connotación negativa o peyorativa, asociada al vandalismo informacional. La misma se atribuye a los medios de comunicación, las grandes corporaciones y los gobiernos.

La red Anonymous, la más conocida globalmente por sus ciberataques y formada por un número indeterminado de personas, se organiza de manera difusa y sus activistas no se encuentran identificados. Están descentralizados, es una red distribuida donde no hay líderes y todos son iguales, suelen llevar a cabo sus acciones tras someterlas a votación entre todos los miembros del grupo. Comparten la máscara de Guy Fawkes (original de la película *V de Venganza*) como una representación simbólica común que busca dar legitimidad a sus acciones de protesta y denuncia (la utilizaron por primera vez durante una protesta en el año 2008). Es notable cómo esta máscara es utilizada por muchas personas en las protestas sociales en todo el mundo, aparece en las últimas fotos de las protestas en Río de Janeiro y en la plaza de Taksim de Estambul, en Wall Street o en San Pablo, en casi todas las manifestaciones de los últimos años. Tanto es así que en Arabia Saudita se prohibió el uso y la venta de las máscaras y el Ministerio de Interior instó a que se incauten y se destruyan.

Al principio los activistas de Anonymous sólo realizaban sus acciones en Internet: caída de servidores, ataques informáticos, difusión de datos privados a través de la Red, etc. Estas actividades prosiguen actualmente, pero desde hace un par de años su presencia en las calles ha sido mucho más habitual, y la máscara les ofrece una imagen polivalente para ocultar su identidad.

En América Latina

En la región latinoamericana los movimientos sociales tienen una larga historia, la intervención política actual de los mismos adquiere ribetes muy diferentes según se trate de movimientos con proyectos y objetivos de intervención política bien definidos o movimientos emergentes, de fronteras difusas, cuya intervención se ciñe (con toda su complejidad) a la protesta en las calles. Esta puede ser autoconvocada por los ciudadanos o no tanto, puede emerger desde las redes sociales o en redes sociales ya existentes y otras formadas durante las acciones del movimiento, en cualquier caso esta conexión incluye redes sociales online y offline.

Harvey (2012), sitúa la ciudad (y las calles) en el centro de la lucha de clases y en torno al capital señalando que *las ciudades son centros de acumulación capitalista pero también centro de luchas de clases*. El foco de la rebelión se expresa en la ciudad, ya no en el lugar de trabajo, o en todo caso se complementan, se solidarizan.

Sólo por citar algunos casos, la experiencia de los estudiantes chilenos es un ejemplo de un movimiento con objetivos definidos: la educación pública gratuita y de calidad. La estética de sus acciones se corresponde con la dinámica propia de organizaciones jóvenes surgidas en la era digital. Diversas acciones callejeras llevadas adelante por los jóvenes activistas, con música, baile, teatro, circo y producciones audiovisuales, son divulgadas por YouTube incansablemente. El movimiento se fue consolidando a través del tiempo, no necesariamente surge en la Red sino que ésta le brinda infinitas posibilidades para sus acciones y la distribución de las mismas, así como también para mostrar al mundo las acciones violentas de las fuerzas de seguridad en la represión. Los jóvenes colocaron el problema en la agenda pública y obligaron a los candidatos a las presidenciales de Chile a incluir en sus propuestas cambios en materia educativa. De hecho es uno de los problemas fundamentales a resolver en el programa de gobierno de la nueva presidenta Michelle Bachelet.

Por su parte, el colectivo YoSoy132 de México surge el 11 de mayo de 2012 a partir de un acontecimiento casi fortuito⁴. También es un

⁴ El colectivo surge a partir de una conferencia dictada por el candidato presidencial Enrique Peña Nieto en el campus de la Universidad Iberoamericana, en Ciudad de México. Una fuerte interpelación de los estudiantes al candidato culminó en una confrontación que fue filmada por estudiantes y difundida por las redes sociales. Posteriormente los jóvenes fueron acusados de no ser estudiantes de la universidad, a lo cual respondieron 131 de

movimiento de base estudiantil y se articula a través de ocho principios generales: apertidista, pacifista, incluyente y plural, de carácter político y social, autónomo y responsable, promueve la libertad de expresión y el compromiso en la construcción del país y la transformación de su sociedad, rechazo a la falsa democracia y las imposiciones. Los medios de comunicación masivos mexicanos son uno de sus antagonistas, su lema: AHORA NOSOTROS DAMOS LAS NOTICIAS a través de Facebook, Twitter y YouTube. Su peso en la política nacional es mucho menor que el del movimiento estudiantil chileno, pero adquirieron relevancia mediática en la campaña electoral previa a las recientes elecciones que proclamaron a Peña Nieto presidente de México, justamente su principal adversario.

La protesta social

Las manifestaciones en Brasil pueden encontrar un punto inicial en los actos de Porto Alegre, durante marzo de 2013, contra el aumento de las tarifas de transporte público, que llevó a la suspensión temporal del incremento. A principios de junio del mismo año, nuevas protestas contra el precio del transporte público, esta vez en Sao Paulo, ganaron gran notoriedad y se esparcieron por todo Brasil, creciendo cada vez más a medida que se fueron incorporando causas que trascienden la reducción de la tarifa.

La crítica se hace en contra de la forma como el gasto público se realiza, contra la calidad de los servicios públicos, y la corrupción de los funcionarios. Sumado a ello, la oposición a los espectaculares gastos que demandan la realización del campeonato mundial de fútbol, en detrimento de las inversiones en salud, educación, transporte, etc. Las protestas movilizaron más de un millón de personas y las redes sociales fueron la clave. Las acciones de protesta continúan organizándose y se espera que las mismas produzcan impacto internacional en coincidencia con el desarrollo de la Copa Mundial de Fútbol, Brasil 2014.

En Argentina, un eje posible para el análisis de la intervención política es observar la protesta social que emerge como un movimiento fuertemente opositor al gobierno personalizado en la presidenta Cristina

ellos presentando sus credenciales en un video divulgado por Internet. De allí el lema YoSoy132.

Fernández. Esta se puso de manifiesto en las concentraciones (cacerolazos) del 8 de noviembre y 13 de septiembre (2012) y 18 de abril y 8 de agosto (2013). Hashtags: #8N, #13S, #18A, #8^a, #YoVoy y #YoNoVoy.

Fueron convocadas desde las redes sociales y obtuvieron una gran difusión en los principales medios de comunicación, también opositores al gobierno. Son protagonizados por personas que dicen no pertenecer a agrupaciones partidarias. Sin embargo en las últimas concentraciones se presentaron dirigentes de la oposición. Cabe preguntarse ¿dónde termina el cacerolazo y comienza el acto opositor? Estas manifestaciones surgieron esencialmente como demostraciones de fuerza y sin carácter orgánico, expresaban niveles de descontento de sectores de la sociedad respecto de las políticas gubernamentales. Sin embargo pueden ser influyentes en el plano político y con peso electoral.

La comunicación, el ciberespacio y la tecnología digital

Otra dimensión de lo político (o la política) es aquella que refiere a colectivos con proyectos comunicacionales y culturales que tienen objetivos claros de intervención política, y que producen transformaciones en el campo de las prácticas políticas y militantes en su medio. Nos referimos a grupos y colectivos culturales y de comunicación que desarrollan una intervención política y contracultural en la última década, asociada a la gestación de nuevos imaginarios sociales del arte y la política⁵.

En el recorrido realizado en el campo de la intervención política de estos colectivos, producto de las investigaciones ya citadas, es viable arribar a una caracterización general de los mismos. Nos encontramos con realidades mixtas, compuestas de tiempos viejos y nuevos donde coexisten, por un lado, los sujetos sociales que siguen el camino de las luchas populares y los movimientos sociales, y otros que oponen resistencia a los

⁵ Algunos de los grupos estudiados: Prensa de Frente, TV PTS, Agora TV, Barricada TV, Canal 4 Darío y Maxi, Antena Negra TV, Ojo Obrero, FM en tránsito (comunicación); Alavio, Contraimagen, Movimiento de documentalistas (cine documental); SUB Cooperativa de Fotógrafos; Mujeres públicas, Etc. GAC, Iconoclasistas (intervención callejera); Red Panal, Burn Station, Culebrón Timbal (música); Feria del Libro Independiente (editorial); Compartiendo Capital, Fábrica de Fallas.

modelos culturales y políticos institucionalizados. Las formas de intervención militante van desde la política partidaria hasta la militancia social independiente, formando parte y/o apoyando con su actividad a los movimientos sociales.

Con experiencia de militancia política previa, la revuelta popular de 2001 ofreció un campo experimental para su consolidación, la conformación de múltiples redes y el desarrollo de nuevas estrategias de confrontación. A través de su propio relato se vislumbran diferentes procesos, significaciones particulares, reglas propias, ideas grupales y proyectos políticos compartidos. En algunos de ellos se articulan formas heredadas de la política y formas emergentes. Se combinan diversas formas de acción y gestión donde se reproducen formas clásicas de la política formal y emergen también maneras de despliegue político en relación con la tecnología digital.

En otros casos, los colectivos provienen de búsquedas contraculturales en el arte y la tecnología, donde los proyectos surgen de la interacción con otros, del encuentro de subjetividades y proyectos creativos. Estos colectivos apoyan acciones organizadas por movimientos sociales, sin tener una identificación total con sus luchas y reivindicaciones; es decir, son *activistas sociales* no integrantes de un movimiento social como tal. Su identidad se construye en relación a los sentidos y valores que los motivan a pertenecer a uno u otro colectivo. Las tecnologías vehiculizan lenguajes e involucran la actualización de nuevos soportes, la movilización de acciones y la articulación de expresiones creativas.

En estos colectivos la construcción política se sostiene en la afectación de los espacios *off* y *on-line* como una manera de participar en diversas esferas públicas. Son diferentes las posiciones respecto del vínculo con el Estado (independientemente de su gobierno) y por lo tanto de la definición de su antagonista. Algunos sostienen la independencia total del Estado y otros prefieren la agremiación y la confrontación para lograr diversas reivindicaciones. En el ámbito cultural y comunicativo, el reconocimiento del papel de hacedores de una cultura alternativa y con ello fuentes de financiamiento y espacios, por ejemplo en el marco de la nueva Ley de Medios Audiovisuales.

Reconociendo que el devenir de la acción política no se produce sin tensiones, y que si bien existen puntos de contacto también se perciben discrepancias, es posible observar en ellos múltiples identidades: una política, ligada a partidos políticos de la izquierda, a movimientos

sociales, o independientes. Otra estética, con estilos propios e intervenciones muy distintas. Y otra de principios, que se pueden observar en sus manifiestos, consignas y relatos narrados en imágenes. Postulan una nueva noción de bien común, la desaparición de la esfera de lo público y lo privado en cuanto a los derechos de autor, a favor de la producción colectiva y de libre circulación.

Otro aspecto es su particular inscripción en el territorio, es decir el movimiento político-cultural se vincula con múltiples movimientos y es así que activistas provenientes de áreas de intervención diversas incorporaron estas estrategias: editores, artistas, mediactivistas, ecologistas, feministas, campesinos, pueblos indígenas, movimientos sociales, intelectuales, etc.

También, en rasgo común es el funcionamiento horizontal que postulan y reivindican sus miembros: participación igualitaria, decisiones colectivas y la sustitución de la figura del que dirige por la de un colectivo, características de una nueva subjetividad política propia de los grupos y colectivos emergentes en las últimas dos décadas.

Si bien hay una categoría discursiva que les da una identidad, existen diferencias internas; posiciones y maneras parciales de articularse con los colectivos en los que participan, así como prácticas sociales de resistencia al poder.

Para concluir

El año 2011 marca simbólicamente el comienzo de un nuevo ciclo de protestas a escala mundial, y si bien algunos observadores interpretan los movimientos como otro rechazo a la globalización, las marchas son más localizadas y centradas en los problemas de cada país o ciudad que en la década anterior. Los fenómenos mencionados parecen ser protagonizados por jóvenes educados, de clase media que se apropian de las tecnologías y recrean nuevas formas de protesta y denuncia. En este punto ¿sus aspiraciones son mayores que en el pasado?

Algunos especialistas denominan a estos jóvenes como la generación “Y”, nativos de la era digital. Sin embargo no es posible aseverar que todas las acciones colectivas en el mundo son protagonizadas sólo por jóvenes no partidistas. Tampoco que todas las protestas se generan en las redes sociales; ya lo dice Castells: los espacios son híbridos y las realidades múltiples. No obstante, es posible observar que emerge una generación más joven de activistas (o militantes) sociales y políticos, con nuevas visiones

sobre la intervención social y política, integrados en una cultura digital que involucra la interacción, producción y comunicación por Internet. La ola de movilizaciones recuerda a los estallidos de la contracultura y contra la guerra en el '68 y los movimientos de los '90 contra la globalización. Cabe preguntarse ¿qué diferencia a los países emergentes de los desarrollados?

Originada en 2008 en el norte desarrollado del mundo, la crisis global se ha convertido en una crisis con fuertes consecuencias políticas, sociales y militares. La misma afecta de manera diferencial al norte y al sur, pero en todo el mundo los sistemas políticos se ven afectados por una profunda crisis de legitimidad de los partidos. El movimiento Occupy Wall Street levanta el lema *somos el 99%*, denunciando al sistema especulativo del capital financiero y la concentración de los ingresos en el 1% de la población. Por su parte, el movimiento 15-M (indignados), esboza una fuerte crítica y desconfianza hacia los medios masivos de comunicación, contra la *partidocracia* y los capitales financieros. En líneas generales, surge un conflicto entre lo centralizado y autoritario por un lado y lo distribuido y colaborativo por el otro, al mismo tiempo que aumenta la desconfianza en los mercados y la búsqueda de otras alternativas.

También en América Latina prospera el desencanto de la ciudadanía con todo lo que comúnmente se relaciona con la política tradicional, en Brasil se pone ampliamente de manifiesto. Además, en todos los países de la región se producen tensiones y conflictos medioambientales, entre otras cuestiones por la explotación extractiva de recursos naturales (minerías a cielo abierto por ejemplo), la utilización de recursos naturales como el agua (Bolivia), la contaminación y deforestación, la crisis climática, etc. Las movilizaciones por estas problemáticas adquieren en los últimos años una fuerza notable en Latinoamérica.

Es difícil prever a dónde conducirán las protestas multitudinarias. La *primavera árabe* fue un acontecimiento de importancia histórica que amenazó a las estructuras políticas y de las élites en el poder, sin embargo éstas realizaron un esfuerzo para restaurar su riguroso control político y mantener su imperio económico mientras se retrocede en algunos de los logros más significativos de la primera etapa.

Los procesos políticos organizados sin correlato orgánico, presentan una debilidad en términos de traducir e institucionalizar demandas o propuestas, sin embargo los marcos organizativos en su dinámica se van construyendo. Internet y las tecnologías digitales en general crean las condiciones para el activismo social y político como una forma de práctica compartida que permite sobrevivir, deliberar, coordinar y expandirse, todas

experiencias que amplían el horizonte de la intervención de un modo que ya no tiene vuelta atrás.

Referencias bibliográficas

- Ardévol, Elisenda (2003): *La cibercultura: un mapa de viaje; aproximaciones teóricas para un análisis cultural de Internet*, Aportaciones al Seminario Pensar la Cibercultura; Antropología y Filosofía del Nuevo Mundo (Digital), Fundación Duques de Soria.
Disponible en:
http://eardevol.files.wordpress.com/2008/10/eardevol_cibercultura.pdf, consultado en julio de 2010.
- Bonilla, Marcelo (2001): Las nuevas tecnologías de información y comunicación (NTIC), herramientas de empoderamiento simbólico en América Latina”, en *Cuadernos de Iberoamérica, globalización y nuevas tecnologías: nuevos retos y nuevas reflexiones*, OEI, Madrid.
- Bortz, Gabriela (2013): El hackatón como metodología de producción de bienes informacionales. Limitaciones y desafíos en la producción de aplicaciones de software para la resolución de problemas sociales y ciudadanos, en *Hipertextos*, Vol. 1, N° 1, Buenos Aires.
- Castells, Manuel (2012): *Redes de Indignación y esperanza*, Alianza, Madrid.
- Castells, Manuel (2010): *Comunicación y poder*, Alianza, Madrid.
(2000): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, Tomo 2, Siglo XXI, México.
(1998): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, Tomo 1, Alianza, Madrid.
- Harvey, David (2013): *Ciudades Rebeldes. Del derecho a la ciudad a la revolución urbana*, Ediciones Akal, Madrid.
- Holmes, Brian (2005): Estéticas de la igualdad. Jeroglíficos del futuro, en *Brumaria*, N° 5, Madrid.

- Lago Martínez S, (2013): Un horizonte ampliado para la acción política en *La Nación: Enfoques*, 15 de septiembre, disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1619673-un-horizonte-ampliado-para-la-accion-politica>
- Lago Martínez S, compiladora (2012a): *Ciberespacio y Resistencias, Exploración en la cultura digital*, Hekht, Buenos Aires.
(2012b): Comunicación, arte y cultura en la era digital, en *Ciberespacio y Resistencias*, Hekht, Buenos Aires.
- Lago Martínez Silvia (2008): Internet y cultura digital: la intervención política y militante en *Nómadas*, N° 28, abril, IESCO, Bogotá.
- Lago Martínez S., Marotias A., Marotias L., Movia G. (2006): *Internet y lucha política*. Capital Intelectual, Buenos Aires.
- León, O; Burch, S. y Tamayo, E. (2001): *Movimientos sociales en la red*, Agencia Latinoamericana de Comunicación (ALAI), Quito.
- Lévy, Pierre (2007): *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*, Anthropos, México.
- Marí Sáez, Víctor, coordinador (2007): *La red es de todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la red*, Edit. Popular, Madrid
- Marí Sáez, Víctor (2007): Contra la evaporación de la dimensión política de la comunicación. Movimientos sociales, ONG y usos de Internet en *Zer*, N° 22, Bilbao.
- Martín - Barbero, Jesús (2005): Cultura y nuevas mediaciones tecnológicas en *América Latina. Otras visiones desde la cultura*, Andrés Bello/Secab, Bogotá.
- Morales Susana, (2009): La apropiación de TIC: una perspectiva, en *Los jóvenes y las TIC. Apropiación y uso en educación*, ECI. UNC, Córdoba.
- Rueda Ortíz, Rocío (2008): Cibercultura: metáforas, prácticas sociales y colectivos en red en *Nómadas*, N° 28, abril, IESCO, Bogotá.

- Rueda Ortíz, Rocío (2012): *Ciberciudadanía, multitud y resistencias en Ciberespacio y Resistencias, Exploración en la cultura digital*, Hekht, Buenos Aires.
- Sabada I., Roig, G. (2004): “Nodo 50. Territorio virtual para los movimientos sociales y la acción política” en *La Red es de todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de Internet*, Edit. Popular: Madrid.
- Scherer-Warren, Ilse (2005): *Redes sociales y de movimientos en la sociedad de la información* en *Nueva Sociedad*, N° 196, Buenos Aires.
- Thompson, Jhon (1998): *Los media y la modernidad*, Paidós, Barcelona.
- Valderrama, C. (2008): *Movimientos sociales: TIC y prácticas políticas en Nómadas* N° 28, IESCO, Bogotá.
- Wallerstein I. (2004): *El Foro Social Mundial está en la encrucijada en América Latina en Movimiento, No. 385-386, edición especial, Foro Social de las Américas*, ALAI, disponible en <http://www.rebellion.org/noticias/2005/1/10590.pdf>, consultado junio de 2005.

Parte II

Industrias culturales y la lucha por el sentido

Internet y cultura cívicas. Experimento en la Ciudad de México durante las Elecciones de 2012¹

Manuel Alejandro Guerrero

Introducción

Una de las preocupaciones más evidentes cuando se habla de democracia en el mundo moderno tiene que ver con la aparente falta de participación e interés suficientes en los asuntos públicos por parte de la mayoría de la población (Dalton 2002; Putnam 2002). Sin embargo, desde mediados de los años noventa, algunos autores (Negroponte 1995; Wellman 1997) han señalado que las nuevas tecnologías de comunicación e información, y sobre todo Internet, abren mayores posibilidades de participación debido, entre otras cosas, a la mayor disponibilidad y acceso a la información. Asimismo, en las zonas aledañas a la Universidad de Leeds, en Inglaterra, Coleman, Morrison y Svennevig (2008) muestran cómo el uso de Internet entre la población le va permitiendo desarrollar ciertas habilidades, como la adquisición más rápida de información, y también cierto sentido de exigencia frente a sus representantes políticos a partir de la generación de comunidad.

Lo notable aquí es que en el mundo urbano y moderno, Internet y las redes sociales no sólo son plataformas para descargar y compartir

¹ Versión proporcionada por su autor

contenidos, enviar mensajes, establecer relaciones, sino que están generando nuevas formas de vinculación sustancial orientada por la interactividad y la capacidad de los usuarios de convertirse en audiencias activas, críticas y productoras (Castells, 2010) en un entorno al que ya no se accede de vez en vez, sino en el que —para un creciente número— ya “se vive”. En este último caso se encuentran algunos sectores urbanos y de mayor educación de la población, entre éstos los jóvenes.

Esta comunicación toma como punto de partida la más reciente edición de la Encuesta Nacional de la Juventud (2010), y luego presenta algunos resultados preliminares del proyecto de investigación cualitativa “Internet e Involucramiento Político. Experimento en la Ciudad de México”, que se llevó a cabo por parte de la Universidad Iberoamericana a lo largo del proceso electoral 2012.² Este proyecto busca, mediante un experimento con base en encuesta y seguimiento, discutir si entre jóvenes usuarios en México: 1) el uso de Internet favorece el interés en la política y la participación; 2) si hubo algún efecto de los varios spots negativos que circularon en la red durante la campaña electoral 2012 en las actitudes y la participación; y, 3) si el uso de Internet favorece el grado de confianza en los políticos y los partidos.

El debate: actitudes políticas e Internet

A mediados de los años noventa, Internet comenzó a suscitar un debate en relación con el tipo de efectos que podría producir en las actitudes y, eventualmente, en la conducta política. Por un lado, autores como Putnam (2002) o Margolis y Resnick (2000) anticipaban que muy poco cambiaría y que, en todo caso, las tendencias serían hacia una mayor fragmentación de la participación y el interés ciudadano. Es más, algunos trabajos empíricos pioneros han mostrado que, en efecto, el impacto de Internet es mínimo y no cambia en mucho la forma en cómo ya ocurrían las cosas (Scheufele y Nisbet 2002; Drew y Weaver 2006). Por el otro, autores como Negroponete (1995) o Rheingold (2000) sostenían que Internet abriría mayores posibilidades de canalizar una participación, al menos, mejor

² Este proyecto experimental se inscribe dentro de la Línea de Investigación “Comunicación y Cultura Política” del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana. Los resultados del proyecto experimental son amplios y aquí sólo se citan aquellos que se relacionan directamente con las variables seleccionadas de las encuestas para propósitos de esta presentación.

informada. En este sentido, Boulianne sostiene que los efectos de Internet en las actitudes políticas sólo se comienzan a ver luego de que se conforman comunidades e intercambios que a pesar que no inicien desde lo político, sí tienen efectos en este ámbito (Boulianne 2009).

De hecho, hoy se cuenta con otros estudios que con claridad muestran una influencia positiva del uso de Internet en las actitudes políticas, por ejemplo, a partir del volumen de información disponible y de la interactividad generada a partir de la Web 2.0 (Jian y Jeffres 2008; Colombo, Galais y Gallego 2009). En el caso de México, los datos sobre uso de Internet y política que contiene la Encuesta Nacional de la Juventud 2010, muestran también una clara tendencia positiva. En las siguientes tablas se muestran datos acerca de uso de Internet y formas de participación, grados de interés en política y valoración del voto. Asimismo, mostramos también para cada tabla los datos arrojados por la prueba de Chi Cuadrado en relación con la existencia de correlaciones y de la Correlación de Pearson para mostrar la intensidad y sentido de las correlaciones encontradas. En la Tabla 1 se muestran los datos relativos al uso de Internet e interés en política.

Tabla 1
Uso de Internet e Interés en Política

		¿Sabes usar Internet? ¿Qué tanto te interesas en la política?						Total
		¿Qué tanto te interesas en la política?						
		Mucho	Poco	Nada	Otra	NS	NC	
De la siguiente lista que te voy a nombrar, dime	Sabe usar	16.8%	41.2%	40.1%	.5%	.9%	.5%	100.0%
	No sabe usar	10.2%	36.7%	50.2%	.8%	.9%	1.1%	100.0%
¿cuáles sabes usar?	NS	4.0%	42.6%	19.7%	.0%	.0%	33.7%	100.0%
Internet	NS/NC	9.2%	40.9%	33.8%	.0%	2.4%	13.7%	100.0%
Total		14.2%	39.4%	44.0%	.6%	.9%	.8%	100.0%

Fuente: *Encuesta Nacional de la Juventud 2010* México, IMJUVE, 2011.

Al realizar la prueba de Chi-cuadrado se muestra que, en efecto, las dos variables están fuertemente relacionadas y al ver la correlación de Pearson se puede ver que existe una correlación positiva, es decir que quienes saben usar Internet muestran una tendencia a interesarse más en política.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	805935.594 ^a	15	.000
N de casos válidos	33615065		

a. 0 casillas (.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 32.53.

Correlaciones

		¿Sabes usar? Internet	¿Qué tanto te interesas en la política?
¿sabes usar Internet?	Correlación de Pearson	1	.107**
			33615064
¿Qué tanto te interesas en la política?	Correlación de Pearson	.107**	1

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Respecto a la participación, la Tabla 2 muestra los datos relacionados con quienes saben y quienes no saben utilizar Internet y participan en la vida pública de diferentes modos.

Tabla 2
Uso de Internet y Participación

		Otro	En las elecciones / votaciones	Cuando sea mayor de edad	Ayudar a la gente	Participan dentro de un partido político	Promoviendo actividades para niños y jóvenes	Nunca / no me interesa	NO SABE	
¿sabes usar? Internet	Sabe usar	12.0%	41.4%	2.6%	.5%	.4%	.2%	9.9%	33%	100.0%
	No sabe usar	10.2%	30.4%	.9%	.2%	.1%	.0%	11.6%	46.8%	100.0%
	NS	.2%	11.6%	.0%	.0%	.0%	.0%	21.5%	66.7%	100.0%
	NS/NC	2.5%	45.6%	.0%	4.8%	1.4%	.0%	2.2%	43.5%	100.0%
Total		11.3%	37.1%	1.9%	.4%	.3%	.1%	10.6%	38.3%	100.0%

Fuente: *Encuesta Nacional de la Juventud 2010*, México, IMJUVE, 2011.

Al realizar la prueba de Chi-cuadrado se muestra que las dos variables están fuertemente relacionadas y al ver la correlación de Pearson se puede ver una correlación positiva, es decir que quienes saben usar Internet muestran una tendencia a participar más en la vida pública.

INTERNET Y CULTURA CÍVICAS...

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2.029E6	171	.000
N de casos válidos	33615064		

a. 43 casillas (18.5%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es .01.

Correlaciones

		¿sabes usar? Internet	Tu en lo personal, ¿en qué ocasiones participarías?
¿sabes usar? Internet	Correlación de Pearson	1	.100**
Tu en lo personal, ¿en qué ocasiones participarías?	Correlación de Pearson	.100**	1

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Asimismo se ha considerado también una pregunta relativa a lo que en la literatura se conoce como sentido de “eficacia política interna” (Gray y Caul 2000; Norris 2004), es decir la forma en que el ciudadano considera que su acción o decisión puede llegar a ser relevante en la vida pública. En este caso se seleccionó la pregunta sobre la forma en que los jóvenes valoran su voto y, nuevamente, se relacionó con la pregunta sobre el uso de Internet. La Tabla 3 muestra los resultados.

Tabla 3
Uso de Internet y Valoración del Voto

¿Sabes usar Internet? Por lo que tú piensas, ¿vale la pena o no vale la pena acudir a votar?

		Por lo que tú piensas, ¿vale la pena o no vale la pena acudir a votar?					Total
		Sí vale la pena	No vale la pena	Depende	NS	NC	
¿sabes usar? Internet	Sabe usar	67.7%	15.5%	9.8%	5.4%	1.5%	100.0%
	No sabe usar	53.5%	21.4%	11.8%	11.7%	1.6%	100.0%
	NS	26.1%	.0%	55.2%	.0%	18.7%	100.0%
	NS/NC	29.5%	22.6%	25.5%	6.2%	16.1%	100.0%
Total		62.1%	17.8%	10.7%	7.9%	1.6%	100.0%

Fuente: *Encuesta Nacional de la Juventud 2010*, México, IMJUVE, 2011.

Como en los casos anteriores, al realizar la prueba de Chi-cuadrado se muestra que efectivamente, las dos variables están fuertemente relacionadas y al ver la correlación de Pearson se aprecia que hay existe una correlación positiva: quienes saben usar Internet muestran mayor tendencia a valorar mejor el hecho de acudir a votar.

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1.039E6	12	.000
N de casos válidos	33615063		

a. 0 casillas (.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 80.60.

Correlaciones

		¿sabes usar? Internet	¿vale la pena o no vale la pena acudir a votar?
¿sabes usar? Internet	Correlación de Pearson	1	.122**
Por lo que tú piensas, ¿vale la pena o no vale la pena acudir a votar?	Correlación de Pearson	.122**	1

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Finalmente, se presentan los resultados sobre los grados confianza en actores e instituciones políticas entre los jóvenes en México en las tablas 4 a 6. Como se observa, a mayor porcentaje de usuarios de Internet, menores son los grados de confianza. Asimismo, entre mayor es el porcentaje de jóvenes que no saben usar Internet, mayor es el grado de confianza en actores e instituciones políticas. Las pruebas de Chi-cuadrado muestran que las correlaciones en los tres casos son reales.

Tabla 4
Uso de Internet y Confianza en Gobierno Federal
 ¿Sabes usar internet? En una escala de 1 a 10, donde 1 es nada y 10 completa confianza

		¿Sabes usar Internet?		Total
		Sí	No	
Dime ¿cuál calificación le das a la confianza que le tienes a EL GOBIERNO FEDERAL	1	72.7%	27.3%	100.0%
	2	75.1%	24.9%	100.0%
	3	70.7%	29.3%	100.0%
	4	70.6%	29.4%	100.0%
	5	69.5%	30.5%	100.0%
	6	67.2%	32.8%	100.0%
	7	68.2%	31.8%	100.0%
	8	69.0%	31.0%	100.0%
	9	68.8%	31.2%	100.0%
	10	61.4%	38.6%	100.0%
	No contestó	57.0%	43.0%	100.0%
Total	68.2%	31.8%	100.0%	

Fuente: Encuesta Nacional de la Juventud 2010, México, IMJUVE, 2011

INTERNET Y CULTURA CÍVICAS...

Pruebas de Chi-Cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	118.834 ^a	10	.000
N de casos válidos	28005		

a. 0 casillas (.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 149.37.

Tabla 5
Uso de Internet y Confianza en Partidos Políticos

	14.14. ¿Sabes usar Internet?		Total	
	Sí	No		
	1	71.9%	28.1%	100.0%
	2	75.4%	24.6%	100.0%
	3	72.5%	27.5%	100.0%
	4	69.8%	30.2%	100.0%
	5	68.5%	31.5%	100.0%
17.4. Dime ¿cuál calificación le das a la confianza que le tienes a 10. LOS PARTIDOS POLÍTICOS	6	67.7%	32.3%	100.0%
	7	68.0%	32.0%	100.0%
	8	67.8%	32.2%	100.0%
	9	67.6%	32.4%	100.0%
	10	63.9%	36.1%	100.0%
	No contestó	59.8%	40.2%	100.0%
Total		68.2%	31.8%	100.0%

¿Sabes usar internet? En una escala de 1 a 10, donde 1 es nada y 10 completa confianza

Fuente: *Encuesta Nacional de la Juventud 2010*, México, IMJUVE, 2011

Pruebas de Chi-Cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	73.741 ^a	10	.000
N de casos válidos	28005		

a. 0 casillas (.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 212.11.

Tabla 6
Uso de Internet y Confianza en Diputados Federales
 ¿Sabes usar internet? En una escala de 1 a 10, donde 1 es nada y 10 completa confianza

	14.14. ¿Sabes usar Internet?			Total
	Sí		No	
	1	72.4%	27.6%	100.0%
	2	75.2%	24.8%	100.0%
	3	72.1%	27.9%	100.0%
	4	73.2%	26.8%	100.0%
17.4. Dime ¿cuál calificación le das a la confianza que le tienes a 15. LOS DIPUTADOS FEDERALES	5	68.0%	32.0%	100.0%
	6	68.0%	32.0%	100.0%
	7	68.0%	32.0%	100.0%
	8	68.9%	31.1%	100.0%
	9	67.0%	33.0%	100.0%
	10	62.7%	37.3%	100.0%
Total	No contestó	55.0%	45.0%	100.0%
		68.2%	31.8%	100.0%

Pruebas de Chi-Cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	144.642 ^a	10	.000
N de casos válidos	28005		

a. 0 casillas (.0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 214.34.

Fuente: *Encuesta Nacional de la Juventud 2010*, México, IMJUVE, 2011

El caso de la ciudad de México

En la siguiente sección se presentan los resultados de una investigación elaborada a partir de un cuestionario aplicado a 200 participantes en la Ciudad de México que utilizan Internet como su principal medio para informarse sobre la vida pública. Más adelante se especifica la metodología. Lo que se quiere revisar con este estudio es si en este país:

- 1) el uso de Internet favorece el interés en la política y la confianza en políticos y partidos;

- 2) el uso de Internet favorece la participación;
- 3) hubo algún efecto de los varios spots negativos que circularon en la red durante la campaña electoral 2012 en las actitudes y la participación.

Diseño de la investigación y metodología

El caso de México resulta interesante para probar algunas hipótesis sobre el uso de Internet y las actitudes políticas dados los bajos grados de interés y de participación que han caracterizado a esta sociedad. Antes que nada, debe decirse que se renuncia de entrada a hablar o suscribir un determinismo tecnológico explícito en donde la mera disponibilidad de la tecnología conduce *casi por necesidad* a sus usos inteligentes.

A principios de los ochenta, De Sola Pool (1983) desarrolló el concepto de “determinismo tecnológico blando” (*Soft technological determinism*) para referirse a la forma en que el desarrollo tecnológico interactúa con otros factores para poder llegar a incidir en los usuarios.³ Por tanto, el impacto de la tecnología no es ni unidireccional, ni inmediato (De Sola Pool, 1983: 5). Esto se funda en una premisa un tanto obvia: la difusión de los instrumentos de comunicación a distancia favorece la libertad de información y, por el contrario, su concentración, monopolización y escasez actúan contra esta libertad. Esto es crucial aquí, pues lo que se enfatiza es que no es la tecnología en sí, sino su adecuada difusión lo que, al combinarse con otros factores, ayuda a explicar que puedan tener un mejor empleo en el espacio público a favor de una sociedad más participativa y abierta.⁴ Rogers (1995), al retomar una tradición que se inicia desde los años cuarenta en Europa y Estados Unidos, habla de una adecuada “difusión” tecnológica al referirse a las maneras en las que los individuos, los grupos, las organizaciones o la sociedad en su conjunto llegan a aceptar y a apropiarse de la tecnología mediante usos particulares.

Una vez aclarado este punto, es necesario especificar la forma en la que se procede en este trabajo a discutir los tres aspectos señalados arriba: 1) si el uso de Internet favorece el interés en la política y la confianza en

³ Esta idea quedó más desarrollada, sin embargo, en su siguiente obra *Technologies of Freedom*, Cambridge, MA, Belknap Press, 1984.

⁴ Amaral y Guimaraes (1994) para el caso de Brasil muestran precisamente que el uso de mayor tecnología y mecanismos de innovación tecnológica en la televisora O’Globo no necesariamente se tradujeron en un esquema mediático ni más participativo, ni más democrático.

políticos y partidos; 2) si el uso de Internet favorece la participación; y, 3) si hubo algún efecto de los varios spots negativos que circularon en la red durante la campaña electoral 2012 en las actitudes y la participación.

Se filtró a los participantes con base tanto en el uso de Internet como principal fuente de información como en la alta frecuencia de uso de redes sociales (más de cuatro horas diarias). Al conjunto de doscientos individuos finalmente seleccionados, se les aplicaron dos cuestionarios, el primero con una mayoría de preguntas cerradas de tipo escala y el segundo con una mayoría de preguntas semi-cerradas y abiertas durante el periodo de junio-julio 2012. Si bien se empleó la encuesta como método, al ser un estudio experimental no se ocupó una muestra representativa, por lo que los resultados sirven más tanto para la generación de hipótesis, como para obtener claves para entender mejor ciertas prácticas y contextos de uso de las redes. Algunas de las preguntas cerradas, sobre todo las relativas a confianza, participación, interés en política, provienen del cuestionario de la ENCUP 2008. Entre el primero y el segundo cuestionario, se pidió a cada participante que mostrara los sitios que visita, y se observó su dinámica de consumo informativo, su uso de las redes y sus formas de interacción con contenidos, pares y terceros. Asimismo, entre el primero y segundo cuestionarios se presentaron a los participantes seis spots relativos a la campaña presidencial de contenido negativo (burlas, críticas y ataques de tipo personal a los candidatos), con el objetivo de detectar el impacto de los videos en el corto plazo y descubrir un eventual cambio en las opiniones de los encuestados. Los spots utilizados fueron aquellos de libre acceso a través del portal YouTube que se desarrollaron durante la campaña electoral de 2012. Sólo se tomaron los spots referidos a los partidos políticos. En este sentido, se escogieron y presentaron a cada participante videos que “atacaran” a los tres principales partidos –PRD, PAN y PRI– para evitar que la posible afiliación partidaria o simpatías del encuestado pudieran incidir o sesgar la orientación de sus respuestas. Se escogieron los dos videos con mayores visitas por partido.

Al final, de los doscientos participantes, sólo hubo 170 casos válidos. La muestra se desglosa en 68 hombres (40%) y 102 mujeres (60%). Por edad, 90% de los encuestados tienen entre 18 y 40 años, mientras que por educación, 64% se encuentra en la universidad o apenas terminó sus estudios superiores. Las encuestas se aplicaron en 10 zonas de la Ciudad de México que comprenden sectores sociodemográficos altos/medios-altos (A/B), medios (C+), medios bajos (C) y medios bajos populares (D+), aunque hay una sobrerrepresentación de los segmentos

medios⁵: Santa Fe, Polanco, San Ángel, Roma Sur, El Carmen de Coyoacán, Narvarte, Azcapotzalco, Centro Histórico, Barrio La Cruz de Iztacalco y Unidad Habitacional Xopa.

De los 200 participantes, 170 llevaron a cabo el experimento en sus espacios habituales de interacción con Internet y las redes (casas, cafés internet, escuela y cuando fue posible, lugar de trabajo). Una vez en campo, los participantes mostraron los sitios que más visitan para consumir información y se pidió que narraran –y mostraran, de ser el caso- sus experiencias cotidianas de interacción con los contenidos, con sus pares y con terceros. Se registraron las observaciones correspondientes. Al final, se pidió que respondieran un segundo cuestionario en el que, con preguntas semi-cerradas y abiertas, se insistió en los temas del primer cuestionario. Se solicitó a cada participante un dato de contacto, con el fin de verificar, una vez concluido el proceso electoral, si habían ido o no a votar.

Análisis de los resultados

Con el fin de facilitar la interpretación de los datos, se procedió a dividir las preguntas por cada uno de los cuatro temas –interés, confianza, participación y el efecto de los spots sobre los dos anteriores— y destacar las respuestas que concitaron la mayor cantidad de adhesiones por parte de los participantes de la investigación o las que presentaron datos más novedosos. Dadas las preguntas de filtro utilizadas, el total de los participantes del estudio pertenece a redes sociales y usa Internet como su principal fuente de información, en detrimento de la televisión, los periódicos impresos y la radio. Los participantes están registrados en varias redes de las que son usuarios diarios: Twitter (36%), Facebook, Hi5,

⁵ De acuerdo con la clasificación de la Asociación Mexicana de Agencias de Investigación (AMAI) existen 6 categorías para clasificar a la población con base en su nivel sociodemográfico: A, B, C+, C, D+, D y E. Las variables que se emplean en esta categorización son trece y varían desde el nivel de ingreso, educación, gasto y consumo cultural hasta el lugar y las condiciones de la vivienda que se tiene. Con esta base, en el Área Metropolitana de la Ciudad de México (D.F. y 30 municipios conurbados) la composición es aproximadamente la siguiente: A/B 1.300 mil personas; C+ y C 8.800 mil personas; y, D+ y D 9.400 mil personas. Véase: *Reporte del Comité de Niveles Socioeconómicos Asociación Mexicana de Agencias de Investigación de Mercados y Opinión Pública, A.C., México, D.F., AMAI, 2000.*

MySpace, Metroflog (87%) y Messenger (18%). Un aspecto interesante al respecto es que existe una clara correlación entre la pertenencia a una red social y el nivel de ingresos. Facebook es la red preferida de los sectores de mayor poder adquisitivo, quienes sólo tienen cuenta en esta red, además de Twitter. Los segmentos de menos poder adquisitivo, aunque también llegan a tener Facebook, también tienen cuentas en páginas como Tagged, Metroflog y MySpace. Estos sitios muestran una tendencia decreciente de crecimiento en comparación a Facebook, además de estar más enfocados a aplicaciones de esparcimiento (fotografías, música), antes que a servicios informativos. Ello habla de una suerte de “brecha digital” respecto a la misma pertenencia a redes sociales, pues algunos sitios de noticias ya registran actividad en Twitter y Facebook, mientras que esta presencia es menor en las otras redes.

Interés

En el primer cuestionario, para *interés* se utilizaron dos preguntas, una que tiene que ver con el grado de interés –dado que varios estudios muestran una fuerte correlación entre interés y conocimiento (Norris 2004)— y la otra con qué tan compleja considera la política, cuya respuesta implica mayor sofisticación que el simple nombramiento de personajes (tablas 7 y 8).

Tabla 7
¿Usted diría que es una persona que se interesa mucho, algo, poco o nada en la política?

		Rango de ingreso familiar mensual			
		1-3 Sal. Mín. (29)	3-6 Sal. Mín. (48)	6-9 Sal. Mín. (52)	10- + Mín. (41)
Usted diría que es una persona que se interesa mucho, algo, poco o nada en la política?	Mucho	6.9%	6.2%	19.3%	21.9%
	Algo	34.4%	33.3%	38.4%	36.5%
	Poco	48.2%	41.6%	30.7%	29.2%
	Nada	10.3%	18.7%	11.5%	12.1%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8
En general, ¿qué tan complicada es para usted la política?

		Rango de ingreso familiar mensual			
		1-3 Sal. Mín. (29)	3-6 Sal. Mín. (48)	6-9 Sal. Mín. (52)	10- + Mín. (41)
En general, ¿qué tan complicada es para usted la política?	Muy compl.	3.4%	2.0%	7.6%	4.8%
	Algo	37.9%	47.9%	32.6%	26.8%
	Poco	44.8%	41.6%	44.2%	48.7%
	Nada compl.	13.7%	8.3%	15.3%	19.5%
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia.

Dado que el experimento se realizó en el mes de junio, no es de sorprender que los datos sobre el interés por la política sean más altos que los porcentajes de las encuestas del IMJUVE mostradas en la Tabla 1 arriba. Lo interesante es que tanto en la conversación como en el segundo cuestionario, los participantes resultaban interesados en aspectos relativos a la trayectoria de los candidatos, a la imagen que ellos tenían de los partidos y las posibilidades de conducir al país en caso de triunfo. Asimismo, la política no la percibían como algo difícil de entender, pero sí atribuían a los políticos y partidos la intención expresa de no ser claros en su discurso, de modificar sus compromisos y acuerdos públicos con base en las circunstancias y de no cumplir necesariamente las promesas o los programas de política expresados. Como ejemplos citaban los cambios de partido de ciertos políticos (varios citaron el caso del apoyo de Fox a Enrique Peña Nieto). El conjunto de respuestas permiten formular hipótesis sobre mayores grados de sofisticación en el conocimiento sobre la política de estos grupos.

Los participantes mostraron los sitios principales de donde se informaban sobre política y en la mayoría de los casos se trataba de sistemas de alertas de noticias, de direcciones de Twitter de medios tradicionales (Reforma, La Jornada, El Universal), o de portales informativos como Animal Político o Sexenio. Hubo quienes mostraron blogs especializados, de periodistas o columnistas, a quienes en ocasiones también seguían por Twitter. Lo importante a destacar aquí es que 74.7% de los participantes (127 individuos) habían intercambiado con los columnistas o periodistas en redes o habían comentado notas en los espacios de los blogs, mientras que 81.7% (139 individuos) habían

reenviado artículos, notas, retweeteado información o comentado esta misma entre sus conocidos en las redes sociales.

Confianza en la Política

Las respuestas recabadas muestran una gran desconfianza ante la política y sus representantes. Se inquirió a los participantes para qué considera que se aplican las leyes en México: “¿para lograr el beneficio de todos o sólo de unos cuantos?” Nueve de cada diez encuestados opina que es para beneficiar a unos cuantos. Esta afirmación se comparte de forma independiente al ingreso, incluso por los sectores de altos ingresos, quienes han sido más beneficiados del status quo (87.8%). De hecho, la mayoría de estos últimos participantes refiere durante el segundo cuestionario a la desigualdad y a la concentración de la riqueza al comentar sobre este aspecto.

Tabla 9
En su opinión ¿las leyes se aplican para lograr el beneficio de todos o sólo de unos cuantos? Rango de ingreso familiar mensual

		Rango de ingreso familiar mensual			
		1-3 Sal. Mín. (29)	3-6 Sal. Mín. (48)	6-9 Sal. Mín. (52)	10- + Mín. (41)
En su opinión ¿las leyes se aplican para lograr el beneficio de todos o sólo de unos cuantos?	beneficio de todos	17.2%	10.4%	1.9%	7.3%
	sólo de unos cuantos	82.7%	89.5%	94.2%	87.8%
En su opinión ¿las leyes se aplican para lograr el beneficio de todos o sólo de unos cuantos?	No sabe/	—	—	3.8%	4.8%
	No contesta	—	—	—	—
Total		100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia.

Asimismo, se preguntó sobre qué tanta confianza le inspiran los partidos, el congreso y la política. Del conjunto de encuestados, 72.9% muestra “poca” o “nada” confianza frente a la política. Este resultado es notable, pues en las democracias se ha visto que si bien los grados de confianza en los actores políticos pueden ser bajos, no lo son necesariamente cuando se habla “de la política” o “de las instituciones” (Dalton 2002). En el segundo cuestionario, 71.4 % dijo tener “poca”

confianza en la política como un espacio de negociación y búsqueda de acuerdos para resolver problemas. Los partidos políticos son los peor evaluados, pues 88.8 % de los encuestados manifestó tener “poca” o “nada” de confianza en ellos. Las razones están en la falta de cumplimiento de promesas, la falta de acuerdos y corrupción. Lo mismo ocurre con el Congreso, que alcanza 77 % de desconfianza. También las razones están en la corrupción, la búsqueda de intereses propios y de grupo.

Tabla 10
Grado de confianza en la política, los partidos y el Congreso

		Política	Partidos	Congreso
En general, ¿qué tanta confianza tiene en...?	Mucha	3.5%	--	1.2%
	Algo	23.5%	11.2%	21.8%
	Poco	54.1%	48.2%	48.2%
	Nada	18.8%	40.6%	28.8%
Total		100%	100%	100.0%

Fuente: Elaboración propia.

Estos grados de confianza bajos respecto a la política y algunas instituciones claramente se correlaciona con una mala imagen de sus actores, pues 74.2 % comenta que los políticos no cumplen sus promesas, o no suelen hacerlo.

Tabla 11

¿Cuál de las siguientes frases representa mejor tu opinión sobre los políticos?

“Todos los políticos son iguales, prometen, pero no cumplen”	17.1%
“La mayoría de los políticos sí cumple lo que promete”	6%
“Algunos políticos sí cumplen lo que prometen”	25.3%
“Es raro el político que cumple lo que promete”	57.1%

Fuente: Elaboración propia.

Aquí es importante señalar que durante la presentación de los spots negativos, algunos participantes mostraron adicionalmente ciertos sitios de Internet en donde se contenía material de propaganda negativa con tonos insultantes contra partidos y candidatos como ejemplo de una guerra sucia. Otros presentaron ejemplos de notas en donde los partidos se acusan mutuamente de usar “trolls” en las redes sociales para atacar a sus candidatos. Otros más presentaron supuestos ejemplos de cuentas falsas y páginas apócrifas de candidatos y partidos. Estas observaciones coinciden con el reporte del Observatorio Electoral de Redes, OMCIM, que manifiesta que el mayor número de contenidos durante el proceso electoral 2012 fue de guerra sucia, propaganda negativa e incluso de discurso de odio (OMCIM 2012). Para los participantes, todos estos casos ejemplifican sus razones y argumentos sobre la falta de confianza. Estos resultados son nuevamente congruentes con los hallados en la encuesta de 2010 en donde a mayor porcentaje de jóvenes que saben usar Internet, los grados de confianza política tienden a la baja.

Efectos de los spots: confianza

La mala opinión sobre la clase política no anula los efectos de los spots negativos. Sin embargo, al ser tan negativa la imagen de esta clase política entre los encuestados, la exhibición de videos que atacan a los partidos tiene un efecto relativamente limitado entre los participantes. Para 79.4 % de los participantes, su opinión sobre los políticos se mantuvo “igual de negativa” tras ver los spots, mientras que 15.3 % reconoció que “había empeorado”.

Tabla 12
Tras ver estos spots, tu opinión sobre los políticos:

Ha mejorado	1.8%
Se ha mantenido igual de positiva	3.5%
Se ha mantenido igual de negativa	79.5%
Ha empeorado	15.3%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia.

Entre quienes parece haber existido un mayor efecto de los spots están las personas de altos ingresos: para el 19.1 % de los encuestados con un ingreso familiar mensual sobre 10 salarios mínimos, la imagen que tenían sobre los políticos empeoró tras ver la propaganda negativa. Ellos fueron seguidos por los que gozan de un ingreso entre 5 a 7 salarios mínimos: 17.6 % de este grupo reconoció haber empeorado su opinión sobre los políticos.

Tabla 13
Tras ver los spots, ¿cuál es su opinión sobre los políticos? Por Rango de ingreso familiar mensual

		Rango de ingreso familiar mensual					
		0-1 Sal. Mín. (0-\$1,033.50)	1-3 Sal. Mín. (\$1,033.55- \$3,100.50)	3-5 Sal. Mín. (\$3,100.55- \$5,167.50)	5-7 Sal. Mín. (\$5,167.55 - \$7,234.50)	7-10 Sal. Mín. (\$7, 234.55- \$10,335.00)	10-+ Min. (\$10,335.05+)
Tras ver los spots, su opinión sobre los políticos ha:	Ha mejorado			4.8%		4.0%	1.1%
	Se ha mantenido igual de positiva			9.5%	5.9%	4.0%	2.1%
	Se ha mantenido igual de negativa	100.0%	100.0%	76.2%	76.5%	80.0%	77.7%
	Ha empeorado			9.5%	17.6%	12.0%	19.1%
	Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Fuente: Elaboración propia.

Lo mismo sucede en el caso de los partidos políticos: 83.5 % señaló que su confianza se mantuvo igual de baja y sólo 11.8 % comentó que “había empeorado”.

Tabla 14
Ahora, ¿tu confianza hacia los partidos políticos?

Ha mejorado	8.8%
Se ha mantenido igual de alta	2.4%
Se ha mantenido igual de baja	83.5%
Ha empeorado	11.8%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia.

Participación en política

Un hallazgo importante que coincide con los resultados de la encuesta es que pese a la desconfianza, la mayoría de los encuestados son activos participantes de la política en términos de voto. Para empezar, 63.5 % reconoció haber votado en la elección federal anterior (2009), mientras que 36.5% no lo hizo (32% no tenía la edad). Para 2012, 61.2% adelantó que sí votaría, mientras que 22.4% optó por la opción de acudir a anular el voto (Tabla 15). Esto implica que 83.6% de los participantes sí pensaban acudir a la casilla, independientemente de la baja confianza. Este hallazgo coincide de nuevo con el “votante desencantado” –el individuo que, a pesar del alto grado de desconfianza frente a la política y sus actores, al final vota (Hughes y Guerrero 2009).

Tabla 15
¿Piensas votar en esta elección?

Sí.	61.2%
No. Ni siquiera pienso acudir.	11.2%
Acudiré a la casilla, pero anularé mi voto.	22.4%
NS/NC	5.3%
Total	100%

Fuente: Elaboración propia.

Efecto de los Spots: participación

Haber visto los spots negativos sí parece haber afectado los altos niveles de participación original (83.6% entre quienes afirmaban que irían a votar o a anular su voto en la casilla). Nuevamente preguntados al respecto, 72.6% afirmó que iba a acudir a votar o a anular su sufragio, lo cual implica un descenso de 11% en relación con la opinión de participar antes de ver los videos. Asimismo, quienes adelantaron que no iban a votar repuntan de 11.2% a 15.8% y se detecta un aumento significativo en el número de indecisos respecto de si ir a votar o no, de 5.3% a 11.6%. Por tanto, al menos en el plazo inmediato, los spots sí tuvieron un efecto desmovilizador, que por desgracia no se pudo corroborar luego de la

elección debido al bajo número de respuestas recibidas por parte de los participantes acerca de si acudieron o no a votar.

Tabla 16
Tras ver los spot, ¿piensas votar en esta elección?

Sí.	50.8%
No. Ni siquiera pienso acudir.	15.8
Acudiré a la casilla, pero anularé mi voto.	21.8
NS/NC	11.6
Total	100%

Fuente: Elaboración propia.

En términos de edad, en el segmento de 41 a 50 años (10% de participantes) se detectan los mayores niveles de participación (88.9% de ese grupo afirmó que pensaba ir a votar). En tanto, los jóvenes son quienes parecen haber tomado más en cuenta la idea de anular el voto, pues 29.7% de los encuestados de 21 a 30 años reconoció que planeaba anular el sufragio. Por género, en cambio, no se detectaron diferencias significativas entre hombres y mujeres. Sin embargo, al final, una vez pasada la jornada electoral, sólo 46.4% (79 personas) se pudieron contactar para informar sobre si votaron o no. De ellos, 52 participantes sí votaron, 9 anularon su voto y 18 no votaron por diferentes razones.

Consideraciones finales

Este trabajo pretende aportar elementos de discusión acerca del posible impacto del uso de Internet en las actitudes políticas. Una vez mostradas las correlaciones entre uso de Internet y mayor grado de confianza y de participación en la política con base en datos de las encuesta del IMJUVE 2010, se ha llevado a cabo un estudio de tipo experimental que combina la encuesta y el seguimiento con 170 participantes en la Ciudad de México que utilizan Internet como su principal medio para informarse sobre la vida pública.

Al respecto, se puede señalar lo siguiente:

- 1) Entre los participantes, el uso de Internet no mejora, ni favorece los grados de confianza en la política como espacio de negociación, ni tampoco en los políticos, los partidos, o el Congreso. En este sentido, se mantienen grados de confianza muy bajos que son comparables con los que muestra la población joven según la encuesta de IMJUVE 2010.
- 2) Los spots negativos tienen un efecto relativamente menor en la opinión —ya de entrada muy negativa— que se tiene sobre políticos y partidos.
- 3) Los spots negativos sí parecen tener “ciertos efectos desmovilizadores”, al menos en lo inmediato. Por desgracia, al contar sólo con un tercio de las respuestas no permite verificar el posible efecto de los spots más allá del tiempo inmediato de exposición, por lo que no se pudo comprobar la posible desmovilización. Dado que sólo 61 acudieron a la casilla, cabe destacar que las respuestas de quienes contestaron a la solicitud del correo electrónico concuerdan con los porcentajes de participación que se tenían antes de haber visto los spots. En este sentido, de acuerdo con estos datos marginales, no habría habido efecto registrado de los spots en la participación. Pero esto no está resuelto con los datos que se tienen.
- 4) Quizá un hallazgo interesante es que este trabajo refuerza los resultados de otros trabajos acerca de la existencia en México de un “votante desencantado” (Hughes y Guerrero, 2009), quien a pesar de los muy bajos grados de confianza en la política, en los actores y en las propias instituciones, decide acudir a votar y participar. Algo que el uso de Internet intensifica, tanto en la baja confianza como en la mayor participación.

Referencias bibliográficas

- Amaral, R. y C. Guimaraes. (1994). "Media monopoly in Brazil", *Journal of Communication*, vol. 44, (4), Otoño.
- Boulianne, S. (2009). "Does Internet use affect engagement? A meta-analysis of research", en *Political Communication*, vol.26, núm.2, pp.193-211.
- Castells, M. (2010), *Communication Power*, Oxford: Oxford University Press
- Coleman, S., D. Morrison y M. Svennevig. (2008). "New Media and Political Efficacy". *International Journal of Communication*, Vol.2 , pp. 771-791.
- Colombo, C., C. Galais y A. Gallego. (2009). "Internet use and political attitudes: Qualitative and quantitative evidence from Spain". Trabajo preparado para presentarse en la Conferencia General del Consorcio Europeo de Investigación Política en Postdam, Alemania, septiembre 10-12.
- Rogers, E.M. (1995). *Diffusion of Innovations*. 4ª Ed. NY: Free Press.
- Hughes, S. y M.A. Guerrero (2009). "The disenchanted voter: Emotional attachment, social stratification & mediated politics in Mexico's 2006 Presidential Election", *International Journal of Press/Politics*, vol.15, núm.3.
- IMJUVE (2011). *Encuesta Nacional de la Juventud 2010*, México, Instituto Mexicano de la Juventud.
- De Sola Pool, I. (1983). *Forecasting the Telephone*, Nueva York, Ablex.
- Dalton, R. (2002). *Citizen Politics. Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies*. NY-Londres: Chatam House Publishers.

- Drew, D. y D. Weaver (2006). “Voter learning in the 2004 Presidential Elections: Did the Media matter?”, en *Journalism and Mass Communication Quarterly*, vol.83, pp.25-42.
- Gray, M. y M. Caul. (2000). ‘Declining Voter Turnout in Advanced Industrial Democracies, 1950–1997: The Effects of Declining Group Mobilization’, *Comparative Political Studies*, vol. 33, pp.1091–122.
- Jian, G. y L. Jeffres. (2008). “Spanning the boundaries of work: workplace participation, political efficacy, and political involvement”, *Communication Studies*, vol.59 (1), pp.35-50.
- Margolis, M. y D. Resnick (2000). *Politics as Usual: The Cyberspace “Revolution”*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Negroponte, N. (1995). *Being Digital*. NY: Random House.
- Norris, P. (2004). *Electoral Engineering: Voting Rules and Political Behavior*. Nueva York: Cambridge University Press.
- Putnam, R. ed. (2002). *Democracies in Flux: The Evolution of Social Capital in Contemporary Society*, Oxford, Oxford University Press.
- Rheingold, H. (2000). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Boston: MIT Press.
- Sheufele, D. y M.C. Nisbet (2002). “Being a citizen Online: New opportunities and dead-ends”, en *International Journal of Press/Politics*, núm.7, pp.55-75.
- Wellman, B. (1997). “An electronic group is virtually a social network”, en S. Kiesler (ed). *Cultura of the Internet*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

La lucha por el sentido: entre los sistemas pre-reflexivos y el espacio público¹

Raúl A. Rodríguez

El concepto de “industrias culturales” incorporado a los estudios sobre la comunicación social, trasciende el sentido con el cual fue delimitado por Adorno y Horkheimer en la década de los años 1940 en *Dialéctica de la Ilustración* (Horkheimer & Adorno, 1998). Mi intención no es centrar esta exposición en la conceptualización original ni en las reelaboradas posteriormente, dentro y fuera de la tradición de la Teoría Crítica. Sólo voy a señalar que esta expresión, originariamente, es descriptiva y, al mismo tiempo, valorativa: encierra dentro de sí una teoría de la modernidad y una filosofía de la historia centrada en la evolución de la razón. El núcleo de la teoría de la “industria cultural”, *mutatis mutandis*, se refiere a la cultura y, más particularmente, al arte, en relación con el fenómeno observable de cómo la tecnología pasa del ámbito fabril al arte e incide en ésta, constituyendo formas de creatividad subordinadas a la lógica de la masificación y el mercado.

Esta perspectiva crítica de la modernidad en el contexto del desarrollo del capitalismo entre fines del siglo XIX y comienzos del XX ya había tenido su expresión más ostensible y con pretensiones normativas como crítica a la cultura urbana, en la denominada *Kulturkritik* - observada críticamente por Adorno (Adorno, 1962) - inaugurada por Nietzsche sobre la cultura tensionada entre lo dionisiaco y lo apolíneo, pero también en Baudelaire, Simmel, Kracauer, Benjamin; aunque en éstos, con menos pretensiones normativas que la *Kulturkritik*.

La expresión “industrias culturales” conlleva, además, la impugnación de una cultura que inexorablemente se hace ajena a los

¹ Versión proporcionada por su autor

hombres, no obstante ser emergente de ellos; se cosifica como una dimensión social que inhibe la realización del hombre autónomo, es decir, la de cumplir la promesa emancipadora que alienta el espíritu de la modernidad. Más allá de estas connotaciones, el concepto de “industrias culturales” se ha popularizado y transformado en una metáfora de la idea de cultura en la sociedad capitalista. Con esto, de modo automático, se alude a que la producción masiva de una cultura (y no necesariamente el arte) conforma, formatea, las creencias de un sujeto cuya consciencia es una suerte de naturaleza pura o tabula rasa donde la cultura escribe y delimita el sentido. Aún más, este fin se logra porque tal cultura, asimilada a las formas de la producción capitalista, se ha transformado en un dispositivo mecánicamente organizado e inscripto en los engranajes del sistema social. Tal visión contrapone la idea de una cultura con energía emancipadora, *per se*, a una cultura-factoría asimilada a la producción capitalista. Así se subraya la nostalgia de un momento idealizado del arte que, por cierto, en Europa, ya desde el Renacimiento, los Medici, Miguel Ángel y otros, evidencian los límites del arte autónomo y el arte subsidiado por el poder.

No comparto esta opinión negativa del arte y la cultura en la sociedad de masas que no deja de ser, desde otro punto de vista, una sociedad de clases. Me quiero referir a la cultura, en un sentido amplio, que va más allá del arte y que nos comprende a todos los sujetos sociales en tanto dadores y reproductores de sentidos; y a cómo en el ámbito cultural, al desplegar sus prácticas profesionales, los comunicadores sociales se involucran en una lucha por el sentido, sin ser ellos los exclusivos agentes productores de éste.

La cultura vivida, producida y reproducida articulada en la vida social implica cosmovisiones, mentalidad colectiva, sistema de normas y de valores. Esto no es estático; su dinámica está impulsada por crisis de sentido, o sea, de razonabilidad. Estas crisis de sentido, cuando suceden, reflejan un desajuste generalizado entre (1) sustratos pre-reflexivos y (2) proyecciones de mundos imaginados, tan heterogéneos como (3) imágenes de mundo se dan en el interior segmentado de las sociedades. Así, las categorías que voy a usar son: (a) mundo vivido, (b) imágenes de mundo e (c) imaginarios sociales o de mundos posibles. Junto a estas, veremos cómo se aplica la noción de (d) plexo pre-reflexivo para poder acercarnos a una comprensión teórica sobre cómo sucede una construcción discursiva desplegada en el espacio público que participa en la lucha por el sentido, por ejemplo, como las que suceden en la comunicación masiva de la información. Para ello, debemos partir de la idea ya desarrollada en las

teorías de la sociedad según las cuales una sociedad articula, a través de la cultura, la integración sistemática e instituida de una heterogeneidad de posicionamientos de segmentos sociales. Estos segmentos no se delimitan acabadamente como clases sociales; o sea, a partir de un punto de vista económico. Al decir esto quiero subrayar que se dan culturas y subculturas en las que se pueden reconocer diversas formas de luchas por el sentido. Tales culturas y subculturas no se identifican estrictamente con las clases sociales (Rodríguez, 1998). Estas luchas no las interpreto como disputas estratégicas por la hegemonía de poder, sino como luchas por la razonabilidad del punto de vista que tiene una pretensión de razonabilidad universal homogénea para todos los segmentos sociales. El sentido o razonabilidad de un discurso con pretensiones normativas, por ejemplo, como es el discurso del periodista-político, necesita estructurar la consistencia del mismo articulando convicción y argumentación, tomadas ambas como convicción y argumentación colectiva. La convicción, entiendo, se afina en una dimensión pre-reflexiva, a-crítica, dadora del sentido último que sostiene lo que consideramos obvio; la argumentación, por otra parte, es reflexividad discursiva que se manifiesta en el espacio público. Tal argumentación encuentra su legitimidad en elementos de juicios tomados de las circunstancias que la rodean (Toulmin, 2007) (Toulmin, 2003).

Para no extenderme en consideraciones teóricas, apelo a ejemplos que, posiblemente, puedan facilitar una economía argumentativa sobre el tema con cuyo título aludo a: sentido, pre-reflexividad y espacio público.

Partamos de una observación empírica que pueda ejemplificar estas dimensiones a las que me refiero: el triunfo de los EEUU sobre el campo socialista a fines del siglo XX no es el triunfo de la “dialéctica de la Ilustración” (Horkheimer & Adorno) o la historia inexorable en su marcha hacia el Espíritu Absoluto (Hegel). Son condiciones históricas, y por lo tanto contingentes, las que favorecen la hegemonía cultural, política, económica y militar de los EEUU. La derrota del socialismo europeo no es militar. Que los EEUU tengan una fortaleza militar superior capaz de doblegar cualquier país que pretenda construir el socialismo quedó en duda en Asia en la década de los años ‘70, con el fracaso militar que sufrieron en Vietnam, Laos y Camboya. La derrota del comunismo europeo ha sido, sobre todo, en el campo cultural, al imponer un estilo de vida, es decir, una imagen de mundo, como apetecible y adecuada para la realización de nuestra felicidad. Pensemos en el *American way of life* y todos sus accesorios culturales. Esto fue carcomiendo la forzada cultura de la

solidaridad y austeridad que el Estado socialista quería direccionar en sus respectivas sociedades. Surge, entonces, el interrogante acerca de si la dominación cultural de los EEUU es consecuencia de la imposición sutil de prácticas discursivas con un claro contenido anticomunista, que promovieron una forma de cultura extraña al ideal del hombre solidario y, todo esto, a través de recursos estratégicos, tecnológicos y de mercadeo. Afirmamos entonces que la cultura norteamericana se impone más por atractivos propios que por una acción militar.

Creo que analizar las transformaciones culturales nos exige una focalización del problema en distintos estratos conceptuales, que delimiten una ontología de la cultura y de la sociedad en esta porción del siglo XXI.

Cuando llegamos a la segunda mitad del siglo XX, con mayores certezas teóricas que abonan la idea de que los hechos sociales son significantes, se supera la certeza epistemológica de tomar a los hechos sociales como cosas (Durkheim) que, junto a una visión positivista de estos fenómenos, había menguado el campo de investigación en ciencias de lo social. Postular el carácter de significante semiótico de los acontecimientos sociales, no quiere decir que se prescinde de su materialidad empírica, pero tampoco se reducen a una descripción de la experiencia sensible: debemos considerar también y, fundamentalmente, que son objetivaciones de significaciones sociales compartidas por algunos individuos y por algunos medios.

Para comprender el carácter semiótico de los fenómenos u objetos sociales - cultura, acciones sociales y discursos-, bien nos puede ayudar en nuestra argumentación la sociología fenomenológica con el concepto husserliano de “mundo de la vida / mundo vivido [*Lebenswelt*]” (Husserl, 1991) y junto a esto, desde otra perspectiva, la noción de “imaginario social” (Cristiano, 2012), tomado aquí *tout court*.

El sentido o razonabilidad de los discursos expuestos en el espacio público, cuando se orientan hacia la postulación del cambio social, tienen la pretensión de reorientar el sentido hacia la aceptación de nuevos mundos posibles (Elster, 1994). Esta intención discursiva que promueve el cambio social implica un momento de crítica o negatividad valorativa que estalla en el interior de la imagen del mundo actual que tenemos, y al mismo tiempo, un momento positivo, prospectivo, como *telos* del ordenamiento social, es decir, un mundo posible imaginado. La acción discursiva es praxis política, en el sentido de producción de sentido para la organización y auto-organización social.

Tanto la idea de que somos actores y autores de nuestra propia historia, como también la idea según la cual el obrar humano se endereza en una dirección que es la realización de su autonomía y libertad, es el ideal social, el imaginario social de la Modernidad. La condición para el logro del progreso hacia la autonomía y la libertad esta señeramente representado por Kant: la razón humana tiene el don de la posibilidad de la realización plena del hombre a través de la auto-reflexión, sin tutores. En su famoso artículo *¿Qué es la Ilustración?* (Kant & al, 1988) Kant ubica la dimensión de la auto-reflexividad no en la relación dialógica entre dos, como podría caracterizarse en la teología católica la relación en la confesión, sino en el espacio público social donde se despliega la razón discursiva que allana el camino para la razón universal autónoma.

Habermas, tras un largo recorrido teórico a través de este recurso kantiano, desemboca en una filosofía de la democracia y en la postulación de una ontología del espacio público (Habermas, 1999). Este espacio es al mismo tiempo formal e informal y es allí donde se despliega la acción transformadora social: condición de posibilidad para la realización personal. La vida pública democrática es el escenario de prácticas discursivas que reproducen las instituciones y la cultura. También, donde tales prácticas se proponen alterar las instituciones y la cultura encausándolas hacia una dirección: el imaginado mundo posible.

Las prácticas discursivas expuestas en el espacio público a través de la crítica significan (1) al mundo presente por medio de una imagen del mundo actual asumida por el crítico. Al mismo tiempo, (2) con la crítica se promueve un mundo imaginado como posible. Pues bien, la razonabilidad o sentido de determinadas formas discursivas – como es el caso del discurso periodístico- logran sus cometidos performativos en la medida que tienen un engarce con convicciones socialmente compartidas (imagen del mundo actual e imagen de un mundo posible). Tales convicciones no sólo dan cuenta de intereses económico-estratégicos sino también, de cosmovisiones susceptibles de generalización. Estas cosmovisiones o cosmologías generalizadas (Gonnet, 2013) implican creencias compartidas. Aquí habría que distinguir entre creencias razonadas -que son conocidas reflexivamente por los sujetos (argumentadas)-, y creencias naturalizadas -que hacen a un horizonte pre-reflexivo-.

En el espacio público las discusiones que se sostienen apelan a la racionalidad argumentativa o discursiva inscripta socialmente y, así, escenifican la lucha entre imaginarios de mundos posibles. El recurso argumentativo en que se asientan esas discusiones no deriva de una razón

“pura”, desinteresada, sino, una razón ontológicamente modelada por cosmovisiones previas, acríicas y naturalizadas. De esta manera, cuando se da la crítica como reflexividad normativa, sus nutrientes no provienen de una razón incondicionada sino, más bien, de un horizonte de sentido no verbalizado, de una cosmología pre-reflexiva. Esta cosmología es la que legitima y naturaliza los imaginarios de mundos posibles que aparecen como correctivos de las imágenes actuales de mundo. En ningún caso estamos ante creencias individuales ni de información de cosecha propia: son las “formas generalizadas de comunicación” (Habermas, 1987) las que configuran los lenguajes con los cuales creemos, pensamos, nos comunicamos y damos formas a nuestras críticas y expectativas.

Sentidos y significaciones generalizadas, como también normas, valores y sistemas pre-reflexivos, son destacables en una disección de la que se sintetiza como “la cultura”.

Resumiendo, tenemos por una parte (a) las imágenes de mundo y, por otra parte, (b) los mundos posibles imaginados como sentidos prospectivos que orientan las acciones. En consecuencia, la lucha social y política representa esta dicotomía entre formas de mundo vividos y construcción de un mundo posible que, desde un principio de esperanza, realice la promesa de felicidad. Hacia esto apunta, en última instancia, el sentido o razonabilidad de lo que se postule.

La racionalidad implicada en el espacio público es reflexiva, argumentativa, discursiva. No se reduce a una racionalidad dialógica entre individuos bien intencionados; en sus “aparentes diálogos” se pone en juego la auto-reflexión social, colectiva, que es la que les dará razonabilidad a las argumentaciones expuestas. Toda argumentación pública refleja, así, la heterogeneidad de horizontes de sentido.

Esta preocupación teórica atravesó a las ciencias sociales por medio de las teorías de la ideología, primero, y, luego, desde el pragmatismo, superando la escisión entre conciencia y mundo al ubicar al hombre como signo de un mundo social intersubjetivo que nos preexiste y nos constituye como sujetos hablantes: “La palabra o signo que el hombre usa es el hombre mismo” (Peirce, 1987: 7).

El espacio pre-reflexivo que sostiene las cosmovisiones e implica un mundo vivido, se pone en evidencia en las crisis de los sentidos naturalizados que repercuten en la identidad personal y la identidad social, cultural.

En suma, se configura una ecuación social que relaciona mundo vivido, pre-reflexivo, más cultura como sistema de valores y normas

susceptible de argumentación. Junto a esto, la crítica, como evaluación de los desajustes entre la imagen de mundo que nos contiene y el imaginario de un mundo mejor y posible desde un principio de esperanza (Bloch, 2007) que confía en la felicidad.

Ahora bien, ¿cómo se evidencia la diversidad de horizontes pre-reflexivos que dan sentido a las luchas por la realización de esa esperanza en un mundo mejor?. Retomo una situación empírica: las denominadas crisis de la identidad argentina o bien, latinoamericana.

Los desajustes, rupturas y paradojas de la identidad combinan esos estratos conceptuales que hemos delimitado. Las grandes perspectivas de cambios sociales que se pueden narrar en América entre el siglo XIX y el XXI, van desde de la configuración de un ideario “nacional” de sectores sociales de origen europeo que bregan por la independencia de las metrópolis coloniales (Anderson, 1993); más tarde, por un imaginario social de “luchas por la liberación nacional y social”, en paralelo a la denominada “Guerra Fría” y, por último, en nuestro tiempo, el planteo de la “recuperación de la identidad de los pueblos originarios” con un hito significativo: la conformación en el año 2009, del primer estado plurinacional, Bolivia, con el primer presidente indígena de América. Todos estos imaginarios de mundos posibles que orientaron luchas sociales no escapan al ideario de la Modernidad sobre la autonomía. De este modo, la promesa de felicidad implica la realización de los hombres concretos, históricos, sociales, culturalmente heterogéneos en una perspectiva nunca concluyente ni nunca síntesis de la diversidad. La realización, inevitablemente, sólo es posible a través de la praxis política. En definitiva, la realización individual es social-política, la autonomía, la indeterminación y la libertad, el norte de su brújula.

Referencias bibliográficas

- Adorno, T. (1962). *Prismas. Crítica cultural y sociedad*. Barcelona: Ariel.
- Anderson, B. (1993). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Bloch, E. (2007). *El principio esperanza*. Madrid: Trotta.
- Cristiano, J. (2012). Lo imaginario como hipótesis sociológica: entre la revolución y el reencantamiento del mundo. *Intersticios*, <http://www.intersticios.es/article/view/8884>.
- Elster, J. (1994). *Lógica y sociedad*. Barcelona: Gedisa.
- Gonnet, J. P. (2013). *La interpretación simbólica del orden organizacional*. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales- Universidad de Buenos Aires.
- Habermas, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa, vol 2*. Madrid: Taurus.
- Habermas, J. (1999). *La inclusión del otro*. Barcelona: Paidós.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. (1998). *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Trotta.
- Husserl, E. (1991). *Crisis de las Ciencias Europeas y la Fenomenología Transcendental*. Barcelona: Crítica.
- Kant, I., & al, e. (1988). *Respuesta a la pregunta: ¿Qué es la Ilustración?*. Madrid: Tecnos.
- Peirce, C. S. (1987). *Obra lógico semiótica*. Madrid : Taurus.
- Rodríguez, R. A. (1998). *El significado en los objetos sociales*. Córdoba: Pub UNC.

Toulmin, S. (2003). *Regreso a la razón. El debate entre la racionalidad y la experiencia y la práctica personales en el mundo contemporáneo*. Barcelona: Península.

Toulmin, S. (2007). *Los usos de la argumentación*. Barcelona: Península.

Posibilidades y límites de las industrias culturales¹

Roberto Follari

1. La noción de “industrias culturales” deviene de la Escuela de Frankfurt. Sin duda, es imperativo recuperar a dicha escuela ante la banalización que ha sufrido en cierta parte de las carreras latinoamericanas de Comunicación Social, especialmente a partir del auge de los llamados “estudios culturales” (Martín-Barbero, García Canclini)². Se trivializó a una densa escuela teórica, considerándola a la rápida como “pesimista”, “elitista” y “apocalíptica”; es de destacar que los teóricos de Frankfurt no eran comunicólogos sino teóricos sociales con fuerte carga filosófica, y que todo juicio ponderado a su respecto no puede pasar por la sola referencia al rechazo hacia el jazz o la cultura de masas en general. Por cierto que recurrir al arte frente a la masificación es una apuesta, con sus peligros pero también sus posibilidades; y si se deja a la mediocrización televisiva imponerse sin más (o, peor aún, se aplaude indiscriminadamente la cultura de masas) no estamos colaborando a una mejora de la conciencia social o cultural colectivas. Por otro lado, nada más obtuso que el optimismo ciego y primario; frente al drama o el sufrimiento, no caben la sonrisa o el aturdimiento: no en vano habló Gramsci de “pesimismo de la inteligencia”. Lo real es que cierta aceptación -discutible pero impuesta- de la cultura de masas por parte de los estudios culturales, dejó malparados a los autores de la Escuela de Frankfurt, acorde al espíritu “light” propio de la cultura posmoderna. Hubo, ciertamente, una extraña apropiación de Benjamin por parte de autores como Martín-Barbero, que pretendieron desgajarlo del resto de la Escuela frankfurtiana, oponiendo sin más su figura a la de Adorno. Esto implicó desconocer que Benjamin no fue un aceptador de la cultura hegemónica y menos aún de la masiva, y que fue

¹ Versión proporcionada por su autor

² He realizado la crítica de la obra de estos autores en el libro **Teorías débiles (para una crítica de la deconstrucción y de los estudios culturales)**, Homo Sapiens, Rosario, 2002.

una figura intelectual muy cercana a la de su amigo Adorno, con quien sostuvo diferencias dentro de una problemática en común³.

2. Son la banalidad, la repetición sin cesar de los estímulos, la llegada de éstos en condiciones de recepción carentes de atención específica y centrada, el entretenimiento como única finalidad, la unidireccionalidad de los mensajes, aquello que estos autores criticaron a la cultura de masas. Nada de ello es falso, si bien podría ser matizado por la posición gramsciana: para ésta la percepción frankfurtiana sería sólo parcial, en la medida en que la cultura de masas puede ser re-significada socialmente; en todo caso, es un espacio de constitución de sentido social muy fuerte que no cabe simplemente desechar, a pesar de todo lo desechable que ella acarrea. Y es, por tanto, un campo posible de intervención política en la medida en que en esa cultura se reconocen amplios sectores de la población, por cierto también buena parte de los sectores populares y de clases no-hegemónicas. En este punto, creemos que la posición gramsciana trasciende a la de Bourdieu, quien aconsejó a los intelectuales no concurrir a emisiones de televisión donde se los convocara para participar⁴. Desde la crucial cuestión de la *hegemonía*, el militante italiano destacó a los intelectuales como precipitadores necesarios de sentido “agregado”, desde la dispersión de la experiencia cotidiana propia de los sectores sociales subordinados. Atentos a ello, entendemos que la función de *hacer concepto de las prácticas* que pueda adscribirse a los intelectuales, es una tarea central en pro de la hegemonía de clase, que debe realizarse en diversos espacios de la discusión sobre lo público, muy centralmente en los medios de comunicación de masas, dado el peso que actualmente guardan en la constitución social de puntos de vista y opiniones. Por supuesto, asumimos con Marx que la ideología dominante es la de la clase dominante, y que la lucha por el sentido se hace, en el capitalismo y también cuando se le quiere hacer resistencia, desde una posición de subordinación estratégica. Pero ello no impide la necesidad de una lucha que si no se sostiene, no permite pasar a la ofensiva en esos momentos cruciales de la historia en que la grieta de la lucha social del campo popular, se abre paso como relámpago sobre la dominancia

³ Ver lo que desarrollé en “Adorno y Benjamin sobre la cultura: acerca de un equívoco persistente”, en Rev. Iberoamericana, núm. 215-216, año 2006, University of Pittsburgh

⁴ Bourdieu, P.: Sobre la televisión, Anagrama, Barcelona, 1998

semiperenne de quienes hegemonizan la sociedad. Para ello se requiere de lo que una voz ilustrada ofrece, no para inventar desde la nada, sino para *precipitar significación* desde los núcleos de sentido difusos que son proveídos desde las prácticas sociales, y desde el magma de estímulos que los medios masivos lanzan cotidianamente sobre la sociedad. A la banalización sólo se la puede combatir con conocimiento, con aquello que puede ser aportado desde la tarea intelectual.

3. Hoy, el medio es la TV. Como bien se señalara hace ya más de medio siglo, estamos en “la época de la imagen del mundo”⁵: todo está ofrecido a la subjetividad como “puesto a la vista”, y en estos últimos años, como puesta en espectáculo. Por cierto que la visión ofrece una falsa seguridad, problemática pero convincente: “Ud. lo está viendo”. Aparece la imagen como la muestra de la evidencia misma, como una especie de Verdad Revelada indisputable. De tal manera, quedan disimulados los mecanismos de producción del efecto de verosimilitud. No se advierte cómo se produce la noticia, cómo se elige la imagen, cómo se elude lo que pueda resultar perturbador o contradictorio respecto del efecto que se busca producir. En la lógica de la primicia y del impacto que predominan en la TV, sólo lo que es excepcional “vende”. Sólo eso puede motivar interés y sostener la hegemonía en el *rating*. De tal modo, si hay un secuestrado y cuarenta millones de personas que transitan sin problemas importantes por la calle, es el secuestrado la noticia, no los otros cuarenta millones. Sólo lo espectacular vende, y por cierto que se puede hacer espectáculo de la desgracia, el dolor, el hambre o la miseria. Lo cierto es que incluso las elementales trampas que pueden cometerse por televisión, como estar hablando de un sitio y mostrar otro (¿cómo podría el receptor saber cuál es, excepto que lo conozca muy bien personalmente?), no suelen ser detectadas por la gran mayoría de los televidentes, quienes creen participar de una orgía de demostración fehaciente de los hechos “narrados” por la TV y presentados por la pantalla. Nada más pretendidamente evidente que la imagen.

⁵ Heidegger, M.: “La época de la imagen del mundo” en su libro **Sendas perdidas**, Losada, Buenos Aires, 1962.

4. Sin embargo, G. Bachelard (1979) centró toda su vasta epistemología en señalar la mirada como obstáculo para el conocimiento y la abstracción⁶. Si se quiere pensar hay que olvidarse del mirar, proponía el autor francés. Cuando miramos parece que el Sol gira en derredor de la Tierra, y bien sabemos hoy que es al revés. Si miramos a ojo directo, parece que la materia está quieta y es compacta, pero hoy sabemos por la microfísica que las partículas están en constante movimiento, y que consecuentemente los límites de la materia no son discretos y fijos. Incluso dentro de lo social, está extendida en sectores medios latinoamericanos la idea de que los sujetos más pobres no trabajan simplemente porque no quieren hacerlo, no porque no tienen suficientes opciones, o porque fueron sometidos a tal tipo de prácticas, que carecen de motivación y expectativa para hacer el esfuerzo que esa búsqueda conlleva. Lo cierto es que toda la obra bachelardiana muestra sobradamente cómo el pensamiento debe construirse contra el facilismo de la imagen, en cuánto pensar es sustraerse a la representación y –consecuentemente– en cuánto el vértigo de abandonarse a los placeres de la mirada y a su facilidad congénita, lleva a la imposibilidad de la crítica y de la toma de distancia respecto de sentidos comunes sedimentados y establecidos, así como de las ideologías dominantes, devenidas en esos sentidos comunes aceptados.

5. La imagen provee la pretendida certidumbre; desde ese punto de vista es una forma de negación de la castración, hablando desde el psicoanálisis. Es decir, a la mirada le falta *la falta*, es una obturación de la misma. En tanto lo que aparece satura el campo de los sentidos, a menudo satura también el del sentido, el de los significados atribuibles a una situación determinada que se nos ofrece. De esa manera, no se advierte a la realidad como un “no-todo”, según la feliz expresión de Lacan. La lógica de la mirada es excluyente de aquella en la que caben la angustia, la duda, la incertidumbre; desde la saturación visual, no se deja espacio para la toma de distancia respecto de lo visualizado. Así, la imagen niega ese aspecto fundamental de la subjetividad que es advertirse en grieta, asumir la *hiancia* con lo real y al interior de la propia subjetividad. Por el contrario, se da una especie de mismidad tautológica que niega el espacio de la escansión y de la diferencia, proponiendo una autoafirmación permanente

⁶ Bachelard, G.: La formación del espíritu científico (para un psicoanálisis del conocimiento objetivo), Siglo XXI, México, 1979

de lo que se brinda a los ojos. La imagen convence, la imagen llena, la imagen –acompañada de los sonidos televisivos- produce saturación del significado, y por ello también clausura/saturación del mismo. No apertura a la diáspora de lecturas que cualquier situación abre necesariamente a las diferentes subjetividades, sino por el contrario una especie de *fijación dura* del significado, de anclaje del mismo, generalmente en un campo de banalización extrema, donde se entierra las ideologías alternativas, las lecturas originales, las posibilidades expresivas multívocas.

En esta asunción simplificada de lo que pretende pasar por autoevidente, hay una instalación en la seguridad de lo previamente conocido, de aquello que aunque sea diferente desde el punto de vista del contenido, jamás lo es desde el punto de vista de la perspectiva de lectura, de la ideología, de la toma de partido. De tal manera, se sigue una sinfonía homogénea y monótona de ejercicio de la ideología dominante, con las características sutiles que la caracterizan. Como la teoría demuestra –desde Althusser con mucha claridad- la ideología dominante *no se nota*, no se advierte como tal. Cualquier ideología alternativa a lo existente queda automáticamente denunciada por serlo, en tanto y cuanto entra en ruptura con las modalidades de ejercicio ya impuestas en el campo de la significación. Por lo tanto, es percibida como “una rareza”, como un criterio heterogéneo con el dominante ya establecido y –en cuanto tal- visto como problemático, cuando no como *exógeno* a lo dado previamente por aceptado.

Las ideologías dominantes, en cambio, pasan desapercibidas. Están naturalizadas, de modo que no son advertidas como tales, a menudo ni siquiera por sus directos portadores. La ideología dominante repite lo existente, y la mirada hegemónica a su respecto: por lo tanto se presenta como la Verdad misma, como una especie de lectura inocente y virginal sobre la realidad, que no estaría enclavada en algún punto de vista determinado. Siendo así, se hace difícil de detectar y denunciar, pues quienes la sostienen, a menudo *no creen sostenerla*. Muchas veces quien está dominado por la ideología dominante, cree simplemente leer el libro natural del mundo, cree estar haciendo una versión que sería automáticamente representativa de lo que las cosas son cuando nadie quiere “deformarlas” por la interpretación (la cual, bien se sabe en ciencias sociales, siempre está acaeciendo).

Por esto es que las ideologías dominantes tienen amplia ventaja a la hora de sostenerse, en tanto pasan por inexistentes. Están ocultas, y por ello hacen totalmente esclavos de ella a sus portadores. Quien sostiene una

ideología alternativa está obligado a hacerse cargo de ella, a saber que la porta; por tanto, guarda un espacio de reflexión en torno de esa ideología. Quien está poseído por la ideología dominante, no sabe que lo está, y por ello carece de la más mínima defensa frente a ésta; es incapaz de distanciarse y de diferenciar esa ideología de otra u otras posibles, de modo que, en tanto no reconoce los lentes con los cuales lee la realidad, está en total imposibilidad de distinguirlos, y menos aún de analizarlos y/o de someterlos a crítica. Quien está en la ideología dominante (hemos antes dicho *ideologías* en plural, como los modos diferenciados de ejercicio y vigencia de la ideología dominante), sufre el efecto de *naturalización* que Kuhn (1980) estudió por vía de la categoría de *paradigmas* en las ciencias físico-naturales⁷: alguien que toma sus impresiones por la Verdad directa, que confunde sus datos con la realidad como tal, y que es incapaz de advertir la *mediación* que la significación propone entre las cosas en sí, y las formas en que ellas son aprehendidas por los sujetos humanos.

De tal manera, ninguna ideología peor que la que es incapaz de asumirse como tal, es decir, que la dominante. Esto propone una curiosa paradoja, que se ha advertido en los últimos tiempos en la discusión que sobre periodismo y medios se ha dado en la Argentina. Quienes han adscripto a una posición cercana a la del gobierno, han tenido que hacer una ruptura –quizá sólo parcial, pero no por ello menos real- con la ideología dominante⁸. Han tenido que abandonar la idea de que el libre mercado resuelve automáticamente los problemas económicos y sociales, y de que la diferencia de clases es más o menos natural y relativamente admisible, cuando no beneficiosa (entendida como premio diferente según diferentes aptitudes o actitudes). Por esto, se han asumido por sí mismos –cuando no han sido así apostrofados por sus adversarios- como *periodismo militante*. Es decir, se trata de un periodismo que explícitamente toma partido en el conflicto político y social, y que lo hace en la medida en que cree que es imposible dejar de hacerlo si es que se está expuesto dentro de una actividad que exige palabra pública, como es la del periodista.

Los adversarios de este sector se presentan como *impolutos amantes de la verdad*, y achacan parcialidad a sus adversarios, mientras ellos se exhiben como paladines de “intereses universales” y de una palabra

⁷ Kuhn, T.: La estructura de las revoluciones científicas, F.C.E., México, 1980.

⁸ Decimos que se requiere al menos una distancia “parcial” de la ideología dominante porque si bien el gobierno no es anticapitalista, propone un notorio enfrentamiento al establishment dentro del capitalismo.

pretendidamente neutra. Quienes así se autodefinen quizá no siempre lo crean íntimamente, pero seguramente hay muchos que sí lo hacen. La apariencia de neutralidad es parte del velo que la ideología dominante teje sobre la percepción de los sujetos sociales, de manera que nada hay de raro en que aquellos que son periodistas que se auto-asumen como *contra-militantes*, como periodistas genuinamente “profesionales”, sean aquellos más manejados por una ideología a la cual desconocen y no pueden desenmascarar, así como –por esto- sean absolutamente parciales y tendenciosos, pues lo peor en su tendenciosidad recae en la incapacidad para advertirla y, por ello, en la “inocencia” con la cual se toma el punto de vista de los poderes hegemónicos sin tener idea de estar haciéndolo.

6. De allí a creer que *los medios todo lo pueden* hay todavía bastante distancia. Con los grandes medios decididos y unánimemente en su contra, el chavismo ganó 15 elecciones en tres lustros. Notoriamente los medios son un poder que es mayor que lo que se deja notar en aquella vieja noción de ser el poder “número 4”, por detrás de los tres del Estado dentro del *capitalismo democrático*. Su peso actual es mucho más fuerte que el de la época de “El ciudadano” de Welles. De tal manera, constituyen un poder fáctico decisivo, con penetración permanente en las opiniones de la ciudadanía.

Pero ello no significa que puedan imponer sin límites su punto de vista. En algún trabajo hemos delineado, a partir de las nociones de Stuart Hall acerca de la posibilidad de lecturas negociadas o adversativas de un texto o un discurso en general, un acercamiento a la idea de en qué casos los mensajes no convencen a quien los recibe⁹. Es notorio que hay *comunidades de interpretación* diversas que re-significan los mensajes recibidos desde los medios, y que esos mensajes no convencen –al menos en una primera aparición- si están en disonancia con nuestras creencias o nuestras expectativas, especialmente si se relacionan con campos de significación que valoramos subjetivamente como importantes (para el religioso su religión, el que está en política su militancia, el que ama el deporte el de su club, etc.).

De tal manera, los mensajes no nos convencen en cualquier caso, sino sólo bajo ciertas circunstancias. Pero es cierto que si van en relativa

⁹ Ver nuestro artículo “Los grandes medios como oposición encubierta”, en Salazar, Melissa (comp.): **Los medios y la política: relación aviesa**, ElAleph.com, Buenos Aires, 2011.

consonancia con nuestra ideología y expectativas previas, y sobre todo si se repiten de manera tal de naturalizar sus puntos de vista, pueden tener márgenes fuertes de eficacia sobre los receptores.

Queda espacio, a la vez, para que *fuera de los medios* se dé la re-significación de lo que se ha captado en ellos, y que tal re-significación opere en torno de esos regímenes diferenciados de legitimación que señalábamos en un párrafo anterior (acorde a legitimación científica, religiosa, filosófica, de familia, de grupo de amigos, de grupo político, etc., según sea el caso y el interés de la persona de que se trate).

7. Los medios tienen una enorme ventaja en la lucha por la significación, si los comparamos con la condición de los partidos y agrupaciones políticas: estos son vistos inmediatamente como “políticos” – con el consecuente desprestigio que desde el neoliberalismo se logró forjar hacia tales sectores-, a la vez que, en consonancia, como “parciales”. En cambio hacer política desde los medios, es hacerlo *subrepticamente*: se goza del crédito de que estamos ante actores neutrales, cuyo interés no es la política, sino sólo informar; en el peor caso se los percibe como parte de “el negocio” de informar, pero a tal negocio se lo suele caracterizar como legítimo. Es más: si se advierte la parcialidad, es entendida a veces como una ventaja o el ejercicio de alguna condición virtuosa, pues se estaría haciendo uso de la *libertad de prensa* para sostener la opinión que se quisiera. El adueñamiento por parte de unos pocos propietarios de medios, del espacio de la propalación hacia el conjunto y la discusión del discurso público, a menudo no es percibido como problemático sino como la asunción de una prerrogativa que sería parte de las libertades inherentes al régimen democrático. De tal modo, que unos pocos puedan opinar y millones de habitantes no puedan hacerlo es percibido como *natural*, tanto como el hecho de que algunas personas tienen casa de fin de semana y otras no, algunas tienen propiedades fuera del país en que viven y otras no, etc. Incluso el demérito del Estado o de la posición política que está administrándolo en un momento determinado, conduce a frases como “yo veo canales de TV privados porque los públicos son del gobierno, en cambio estos *dicen la verdad*”. Esto lo hemos escuchado muchas veces en la Argentina, y patentiza en cuánto buena parte de la población ofrece un *handicap* especial de credibilidad a los propietarios privados, pues estos no aparecen inmediatamente investidos como agentes políticos.

Pero no todo son buenas noticias para los medios privados: éstos no pueden operar en política sino *por medio de sus representantes*

directamente políticos. No hay un “partido de los medios”, por más que sí lo haya, y a veces haya más de uno a la misma vez. Pero queremos decir que los medios no pueden, sino deslegitimándose por completo, aparecer como contendores políticos directos en vez de como medios. Lo mismo que los legitima para emitir información (casi siempre sesgada) y opinión, es lo que los deslegitima para aparecer directamente en política. Ello les permite servir al desgaste de un gobierno, a apoyar a otro, a presionar a ambos, pero les impide la opción de gobernar directamente. Y aunque ello parezca una obviedad no lo es tanto, en países donde la lucha de un grupo multimediático como Clarín contra el gobierno kirchnerista –tal es el caso argentino-, se ha hecho en los últimos años frontal y abierta.

De modo que la legitimación política de los partidos y movimientos se muerde la cola, porque es dejada de lado en la emisión de información; pero la legitimación de los medios se muerde la suya cuando quieren entrar directamente a la política. Hay un cierto e implícito “zapatero, a tus zapatos” en la percepción de la población. Y esto, si bien se constituye desde sentidos comunes a-reflexivos, propone una cierta limitación sana a los poderes de cada uno dentro de la lucha por las hegemonías políticas y culturales. Por supuesto, con una disimetría entre ambos actores: un gobierno que enfrente poderes establecidos, cuenta con el voto popular como su legitimación primera; los medios, generalmente no cuentan con más legitimidad inicial que la del capital que permitió fundarlos, y están carentes de cualquier representación de la población que –forzadamente- pretendan asumir para justificar sus propias posiciones.

Parte III

Estructura y regulación de medios en el marco de
nuevos procesos políticos

**Transgresión, propaganda, convergencia y
concentración. El sistema de medios en el kirchnerismo¹**

Martín Becerra

Esta presentación analiza, desde la perspectiva de las políticas de comunicación, el ciclo kirchnerista en curso (período 2003-2013) a partir del examen de variables de análisis clave del sistema de medios. Estas variables son la estructura del sistema y su régimen de propiedad; la lógica de funcionamiento económico del sector; la triple función del Estado como autoridad de aplicación de la normativa, operador de emisoras y financiador de emprendimientos; el tipo de acceso social a los medios (tanto a su propiedad como a su programación); y la regulación de los contenidos.

Los (hasta ahora) diez años de ejercicio de gobierno por parte de Néstor Kirchner (2003-2007) y Cristina Fernández de Kirchner (2007-2011; 2011-2015) constituyen la continuidad constitucional más extendida de los últimos cien años en el ejercicio de la Presidencia. En este ciclo, las políticas de comunicación alcanzaron un protagonismo inédito en la agenda política y trascendieron el debate especializado de los profesionales y analistas de los medios para nutrir la discusión en el espacio público.

¹ Versión proporcionada por su autor

Se pretende ofrecer un sintético panorama de los hitos en materia de políticas de comunicación desde diciembre de 1983 como encuadre en el que se inserta el ciclo kirchnerista, que por ser el objeto de análisis del presente texto requerirá una exploración más detallada.

Medios y democracia post 83

Los 30 años que separan al presente de la recuperación del régimen constitucional exhiben cambios significativos en el sistema de medios. Sus contenidos, su estructura de propiedad, su propia definición desafiada por nuevos contornos tecnológicos y su discusión por parte de la sociedad presentan modificaciones notables. Si bien la adscripción al lucro moldeó buena parte de las últimas tres décadas como principio rector del funcionamiento de los medios, en los últimos años la discusión sobre la comunicación introdujo un complemento innovador.

El estudio de las mutaciones del espacio público en la Argentina no puede prescindir de la consideración de las condiciones en que se producen y circulan masivamente la información y la comunicación, por ser recursos esenciales de la socialización. Esas condiciones fueron transgredidas por las políticas del kirchnerismo, fundamentalmente durante las presidencias de Cristina Fernández.

El análisis de los medios, hoy, no puede sustraerse de la consideración de ese complemento político que polariza a los actores (políticos, económicos, periodísticos) en dos posiciones.

En materia de contenidos el cambio más sobresaliente desde la recuperación del régimen constitucional es el destierro de la censura directa ejercida hasta los años 80's no sólo por gobiernos militares, sino también por civiles en el siglo pasado (por ejemplo, los cierres de diarios y revistas en los dos primeros gobiernos de Juan Perón; el manejo discrecional de las cuotas de importación de papel en varios gobiernos o el decreto 1774 que inauguraba las listas negras en 1973, firmado por el presidente provisional Raúl Lastiri a dos días de la tercera asunción de Perón). Es decir, la censura no era un fenómeno efímero o reducido a dictaduras sino que formó parte de la normalidad de la actividad política en el país antes de 1983. Y si bien hubo episodios aislados de censura en los medios durante el gobierno de Raúl Alfonsín y casos esporádicos en las presidencias de Carlos Menem, la progresiva conquista de la libertad de opinión fue una constante en los

últimos 30 años. Las últimas décadas atestiguan además el cambio de la relación entre medios y práctica/discurso político (ver Vommaro, 2008).

A la vez, el proceso de convergencia tecnológica en curso que une soportes de producción, edición, distribución y consumo de medios audiovisuales, gráficos, telecomunicaciones y redes digitales (Internet) es una fuerza transformadora del sector, pues la referencia a los medios de comunicación en sentido estricto debe mutar para comprender parte de su actual desempeño social. Es preferible aludir al sector “infocomunicacional²” para dar cuenta así de la convergencia.

La digitalización de las tecnologías de producción y la competencia de nuevas pantallas (Internet, televisión por cable) afectó los lenguajes tanto audiovisuales como escritos (ver Becerra, Marino y Mastrini, 2012). Los diarios y revistas agilizaron sus ediciones con diseños que jerarquizaron el valor de las imágenes y redujeron la extensión de los artículos. La fundación del diario **Página 12** en 1987 oxigenó al sector gráfico al introducir una edición desacartonada, sin los prejuicios políticos y culturales de los diarios más consolidados del sector (que en ventas encabezaba **Clarín**, seguido por **Crónica** en sus distintas ediciones y luego por **La Nación**). **Página 12** nunca logró una posición importante en el mercado, pero su presencia operó como un revulsivo para la competencia. Además, desde inicios de la primera presidencia de Menem, **Página 12** pulió un estilo narrativo propio del *non-fiction*, potenció el periodismo de investigación y editó denuncias de corrupción del gobierno. Estos rasgos se generalizarían desde entonces.

Los medios audiovisuales se remozaron tecnológicamente y reorganizaron sus procesos productivos a través de la *tercerización* de su programación, lo que habilitó el surgimiento de una gran cantidad de productoras independientes que por un lado revitalizaron estéticamente a la televisión y la radio, y por el otro significaron un ahorro de costos fijos en las emisoras, que delegaron el riesgo en las productoras. Varias de éstas fueron más tarde absorbidas por los grandes grupos. La delegación del riesgo tiene dos dimensiones: por un lado, la posibilidad de los canales y las radios de nutrirse con nuevas ideas que contraen riesgos en términos de programación, tanto en la ficción (ver Carboni, 2012) como en los

² La noción de infocomunicación es útil analíticamente para aludir, en un mismo concepto a todas las industrias y actividades de información y comunicación (por ejemplo, industria gráfica –libros, revistas, diarios–; industria audiovisual –televisión, cine, radio, fonográfica–; industria de telecomunicaciones; industria de informática y microinformática, etcétera).

contenidos periodísticos; por otro lado, la derivación a terceros de costos fijos en propuestas cuya realización mercantil es, en su fase de concepción, incierta.

La organización del trabajo en los medios fue atravesada por los procesos mencionados, en un contexto de precarización creciente desde fines de la década de 1980 en adelante, lo cual fue acompañado por la explosión de carreras de comunicación social y tecnicaturas de periodismo que institucionalizaron la formación profesional y proveyeron de ex alumnos no sólo a los medios sino también a oficinas de relaciones públicas y comunicación institucional del Estado, las empresas y las organizaciones de la sociedad civil.

Pero no todo es novedad, ya que se mantuvo inalterada la centralización geográfica de la producción de contenidos en los medios: la zona metropolitana de Buenos Aires sigue proveyendo más del 80% de la programación televisiva originada en el país y, en los medios gráficos, el cierre o la absorción de diarios locales por conglomerados mediáticos con sede en Buenos Aires restringió la producción local. Además, sigue siendo extendida la práctica de alquiler y subalquiler de espacios, añadiendo complejidad al peso del licenciatario en el control de los contenidos que emite. Esta práctica, compartida por emisoras del interior del país y del Área Metropolitana de Buenos Aires, conduce a reformular los esquemas rígidos de vinculación entre propiedad del medio e ideología, toda vez que la inserción de intermediarios (productoras que comercializan espacios, que en algunos casos son productoras directamente vinculadas con conductores radiales y televisivos) añade complejidad acerca del control final de cada producto emitido y pone en conflicto la idea misma de “propuesta de programación”.

Otro proceso insoslayable por ser distintivo del período es la concentración de la propiedad de los medios. Esta concentración, alentada por uno de los cambios con los que en democracia se empeoró la Ley de Radiodifusión de la Dictadura (Decreto 22285 de 1980), se desplegó en dos fases: la primera expansiva, la segunda defensiva.

Los gobiernos de Carlos Menem (1989-1995 y 1995-1999) estimularon la fase expansiva de la concentración del sistema de medios, primero con privatizaciones que beneficiaron a grupos nacionales (Clarín, Editorial Atlántida) y luego permitiendo el ingreso de capitales extranjeros, en algunos casos ajenos a la economía de los medios, y la progresiva inserción de capitales financieros.

A partir del segundo gobierno de Menem se produjo el ingreso de conglomerados como Telefónica, Prime o, más tarde, Prisa, y se *financierizó* el sistema, con la llegada del Citibank asociado al banquero Raúl Moneta, del fondo de inversión HTF&M, o de la sociedad entre Clarín y Goldman Sachs. La cualidad extranjerizada y *financierizada* de la concentración fueron indicadores de que los medios cotizaban tanto por su influencia político-cultural, como por su función económica. Esta doble cualidad de la comunicación (simbólica y económica) fue analizada por la Escuela de Frankfurt a partir de la década de 1940 (Adorno, 1967), pero la centralidad de las industrias de la cultura y en particular de los medios de comunicación como vehículos de valorización de otros capitales, además de ser en sí mismos un sector dinámico y económicamente creciente, se corresponde con la globalización de las últimas décadas del siglo XX (ver McChesney, 2002; Arsenault y Castells, 2008). En la Argentina la concentración del sector, su movilidad, extranjerización y *financierización* están contenidas en tendencias globales que, sin embargo, no alcanzan para explicar las peculiaridades locales.

En esta fase expansiva de la concentración, el Estado autorizó la constitución de multimedios (vía Reforma del Estado de 1989), otorgó privilegios impositivos, amplió el límite de licencias acumulables por parte de un mismo operador y legalizó las redes (esto último a través Decreto PEN 1005/99). Con la asunción de Fernando de la Rúa (Alianza UCR-Frepaso) en 1999, el sistema de medios estaba protagonizado por los grupos Clarín y Telefónica. Clarín basó su estrategia en la expansión *conglomerada* (tiene posesiones en casi todas las actividades de las industrias mediáticas) y en particular en su dominio del apetecible mercado de televisión por cable, que al finalizar la década de 1990 le aportaba ya más de la mitad de sus ingresos totales. Telefónica, en cambio, domina el mercado de telefonía básica y móvil y gestiona nueve canales de televisión abierta (Telefé en la Ciudad de Buenos Aires y ocho en el interior del país).

De la Rúa, al igual que sus antecesores Raúl Alfonsín y Carlos Menem, promovió en el interior de su gobierno la redacción de un proyecto de ley sobre radiodifusión que reemplazara el Decreto-Ley dictatorial, pero

este intento fue abortado a raíz de la resistencia de los principales grupos de medios (ver Mastrini et al., 2005).

La salida de la crisis de 2001 encontró un Estado dispuesto a ayudar a las empresas periodísticas a través de la sanción de una ley denominada “de preservación de bienes culturales”, que fue, en rigor, una salvaguarda de las condiciones patrimoniales, concentradas y centralizadas en pocos grupos, que caracterizaba al sistema de medios. Esa ley, conocida como “Ley Clarín” por la centralidad del grupo en el sistema de medios, benefició a todas las empresas endeudadas y cuenta con cláusulas específicas para proteger también a competidores del principal multimedio, como Telefónica.

Así, se inició la segunda fase del proceso de concentración, en el que los gobiernos de Eduardo Duhalde (2002-2003) y Néstor Kirchner (2003-2007) respaldaron una estrategia defensiva con políticas diseñadas a la medida de los grupos más importantes del mercado local. Si la década de 1990 fue expansiva y la concentración avanzó en una dimensión que Miguel de Bustos (2003) denomina *conglomerada*, el lustro tras la crisis de principios siglo atestigua el despliegue de una defensa de los grupos concentrados para evitar la pérdida del control de los sectores que dominan.

La definición de la etapa 2002-2008 como de “concentración defensiva” del sistema de medios explica, por ejemplo, que se auspiciara la apertura a la competencia del lucrativo mercado de televisión por cable, que en la regulación heredada de la Dictadura era considerado “servicio complementario”. Este período de “concentración defensiva”, finalizó con la presidencia de Néstor Kirchner. En las presidencias de Duhalde y Kirchner la administración de la autoridad de aplicación audiovisual (el COMFER), fue funcional a los intereses de los grupos comerciales que operaban en el sector.

La crisis de inicios de siglo operó como pretexto para esta segunda fase, que fue defensiva justamente porque el argumento de empresarios y gobiernos fue que sólo un blindaje al ingreso de otros operadores podría permitir la recuperación de sus niveles de actividad. La protección ante la competencia ha sido una estrategia utilizada en otras fases de concentración en la historia de los medios en la Argentina, y habilitaría una reflexión fundamental acerca del vínculo necesario con la regulación estatal que precisan los actores concentrados del sector para poder funcionar. Esta vinculación, en la que el Estado constituye un dinamizador económico insoslayable del mercado infocomunicacional, excede la actual coyuntura en la que la disputa entre el gobierno de Cristina Fernández y Clarín ayuda

a entender algunos procesos centrales pero obtura la comprensión de continuidades históricas.

En esta revisión de las políticas aplicadas en el sector de medios se constata que las últimas décadas se concentró fuertemente la propiedad, el capital y la producción. Ello produjo la desaparición de empresas de comunicación medianas y pequeñas y deterioró la diversidad de perspectivas.

Un ciclo, dos etapas. Política de medios del kirchnerismo (2003-2013)

Como se infiere de los párrafos precedentes, el examen de las políticas de medios del kirchnerismo arroja un panorama que dista de ser homogéneo, a menos que se parta del juicio de que todo lo actuado en el período debe reivindicarse o repudiarse a libro cerrado. El análisis no preinscripto en la condena o la celebración advierte que en la política de medios desplegada por el kirchnerismo entre 2003 y 2013 se distinguen dos etapas. El punto de ruptura se ubica tras la asunción de Cristina Fernández de Kirchner como presidenta, quien disolvió los buenos vínculos que su antecesor, Néstor Kirchner, cultivó con el Grupo Clarín y con el resto de los grupos concentrados durante el lapso 2003-2007.

Como se mencionó, cuando Kirchner llegó a la presidencia en 2003, el sistema de medios había sufrido una importante transformación y modernización, pero estaba en quiebra. El sector se había concentrado en pocos grupos, nacionales y extranjeros, algunos de ellos asociados a capitales financieros; la concentración era de carácter *conglomerado*, es decir que los grupos desbordaban en muchos casos su actividad inicial y se habían expandido a otros medios (multimedios) y también a otras áreas de la economía, lo que en varios mercados se traducía en actores dominantes; se había remozado tecnológicamente el parque productivo; la organización de los procesos de creación y edición había mutado por la tercerización de la producción de contenidos lo que, a su vez, había estimulado una dinámica base de productoras de diferente tamaño; se forjaron nuevos patrones estéticos tanto en la ficción televisiva como en los géneros periodísticos; había resucitado la industria cinematográfica por la Ley del Cine de 1994 (ver Marino, 2013); y se había incrementado la centralización de la producción en Buenos Aires, algo que en su último gobierno Menem legalizó a través de la autorización para el funcionamiento de redes de radio y televisión.

Estructuralmente, la masificación de la televisión por cable de la década de 1990 cambió por completo el sector audiovisual (que en la actualidad parece incubar otra transformación de gran calado), que es la principal forma de acceso a informaciones y entretenimientos. Señales de noticias, series y cine, deportes e infantiles se añadieron a la dieta comunicacional de los argentinos, en algunos casos a expensas de otros consumos. En lo económico, la TV por cable disputó a la TV abierta el cetro de la facturación, lo que atrajo la atención de grandes grupos.

Como se anticipó, la crisis de 2001 causó una importante retracción de los mercados pagos de industrias culturales (cayeron los abonos a la televisión por cable, la compra de diarios, revistas, libros y discos y las entradas de cine), redujo dramáticamente la inversión publicitaria y, en consecuencia, alteró todo el sistema. La televisión exhibió en sus pantallas envíos de bajo costo, *talk-shows* y programación de formato periodístico que a su vez comulgaba con la necesidad social de reflexionar acerca de las causas y las consecuencias del colapso socioeconómico. La institución mediática se interrogaba acerca de la crisis de legitimidad de las formas de institucionalidad política (partidos, Estado) y económicas (bancos), sin comprender todavía que la extensión de esa crisis alcanzaba, también, a los propios medios de comunicación.

Las empresas de medios, que en muchos casos habían contraído deudas en dólares en la década anterior, registraban ingresos menguantes y en pesos. Ello motivó al gobierno de Eduardo Duhalde a impulsar una ley aprobada ya en la gestión de Kirchner: la de Preservación de Bienes Culturales que, al establecer un tope del 30% de capital extranjero en las industrias culturales argentinas, impedía que acreedores externos reclamaran los activos de las empresas locales endeudadas como parte de pago y tuvieran que negociar quitas y planes de financiación del pasivo. La Ley de Bienes Culturales fue un salvataje estatal a las empresas de medios que impregnó, como lógica de intervención, la primera etapa del ciclo kirchnerista. La renovación automática de las licencias televisivas más importantes de los dos principales grupos de medios, Clarín y Telefónica, en diciembre de 2004, y, sobre todo, la firma del Decreto 527 en 2005 mediante el cual Kirchner suspendió el cómputo de diez años para las licencias audiovisuales, constituyen indicadores explícitos (hay otros) de un Estado que socorrió a los magullados capitales de la comunicación. Mientras tanto, las organizaciones sin fines de lucro continuaban proscriptas del acceso a licencias audiovisuales, lo que contravenía el derecho a la comunicación y la tradición que vincula la libertad de

expresión con los derechos humanos contenida en la Declaración Universal de DDHH, en la Convención Americana de DDHH y en el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos. Ese mismo año 2005, a instancias de la Corte Suprema de Justicia, el Congreso sancionó la ley 26.053 por el que modificó el artículo 45 de la entonces vigente ley de radiodifusión 22285 de 1980 y se habilitó el acceso a licencias de radio y televisión para personas y entidades sin fines de lucro. No obstante, este avance legal no se tradujo en la apertura de concursos para materializarlo y por lo tanto, no afectó la lógica concentrada del sector.

El oficialismo justifica su intervención a favor de los grandes grupos mediáticos en la débil legitimidad de origen del gobierno de Kirchner, que accedió a la presidencia con el 22% de los votos, habiendo sido superado en la contienda de marzo de 2003 por Carlos Menem (24,3%), quien desistió de presentarse al balotaje. Esa débil legitimidad fue conjurada por un programa de acción transgresor en varios aspectos. Así, la recomposición de la autoridad estatal a través de la designación de una Corte Suprema de Justicia independiente del gobierno, el impulso a los juicios por violaciones a los derechos humanos, la reapertura de las negociaciones paritarias (fundamental pero no únicamente salariales) y la recuperación macroeconómica ampliaron el apoyo social y político al presidente.

La justificación que ensaya la militancia oficialista sobre las medidas trascendentes que adoptó Kirchner potenciando la concentración del sistema de medios y su alianza con el Grupo Clarín y otros conglomerados mediáticos no basta, sin embargo, para explicar cómo fue que, tras las elecciones presidenciales de 2007, cuando Cristina Fernández fue electa con una diferencia de más de 20 puntos sobre sus adversarios, es decir, con enorme legitimidad electoral y capital político, Néstor Kirchner autorizó en su último día de mandato la fusión entre Cablevisión y Multicanal (Grupo Clarín). El cable representa más del 80% de los ingresos del conglomerado conducido por Héctor Magnetto³.

La presidencia de Kirchner respaldó la estructura de medios heredada, estimulando su estructura, en especial la concentración. Evitó en los hechos habilitar el acceso a los medios por parte de sectores sociales no lucrativos, concibió un esquema de ayuda estatal a cambio de apoyo

³ Según los balances informados por el Grupo Clarín a la Bolsa de Comercio, el 89% de sus ganancias proviene de las actividades “televisión por cable e Internet” (Cablevisión y Fibertel).

editorial, incentivó la mejora en la programación de Canal 7, creó la señal Encuentro. El sector se recompuso económicamente y experimentó una primavera exportadora de contenidos y formatos facilitada por la competitividad del tipo de cambio. A muchos periodistas les fastidiaba la desintermediación que Kirchner ejercitaba prescindiendo de conferencias de prensa y entrevistas, pero al no promover grandes cambios en el sector, convivió amablemente con los accionistas de los grandes grupos.

El clásico descuido de las emisoras de gestión estatal comenzó a revertirse a partir del gobierno de Fernando de la Rúa, pero con las presidencias de Kirchner y Cristina Fernández de Kirchner se crearon nuevas señales (Encuentro, Paka-Paka, IncaaTV) y se potenció la función del Estado como emisor. La creación del Programa Fútbol para Todos, desde 2009 (meses antes de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual), reforzó la evolución de una pantalla que hasta entonces no disputaba el interés de las audiencias. El Estado incide en el *rating* produciendo contenidos de calidad, si bien en el segmento de la información política acentuó su sesgo gubernamental e intemperante con las opiniones que no reproducen la posición del Poder Ejecutivo Nacional. Es importante recordar que en la historia argentina los medios estatales siempre fueron oficialistas, tradición con la que colaboraron gestiones (nacionales y provinciales) de distinto signo político, no obstante el nivel de confrontación promovido por las emisoras estatales en el último lustro tiene pocos antecedentes en los gobiernos civiles del siglo pasado: uno de ellos es el de los dos primeros gobiernos de Juan Perón. (Ver Varela, 2005; Sivak, 2013).

Cuando el presidente de Radio y Televisión Argentina, Tristán Bauer, afirma que Canal 7 “es plural porque arrancamos la programación con el noticiero del tiempo en todo el país” (entrevista de Emanuel Respighi en Página 12, el 28/4/2013), resume una noción de lo público y que potencia el sesgo oficialista representado en la grilla de programación de la emisora. Para Bauer “si por plural se entiende ser neutral, digo que no es neutral, como no lo es ningún medio (...) Nadie puede discutir la pluralidad de contenido de Canal 7”.

La política conducida por la actual presidenta Fernández de Kirchner es la fuerza gravitatoria de los contenidos periodísticos de Canal 7 y Radio Nacional, aunque en este caso el informativo incluye una participación de las emisoras del interior del país y su acento es, pues, más federal. La radio se permite además matices críticos que no se observan en la televisión.

La grilla de Canal 7 incluye noticieros nacionales (Visión 7 en su versión matinal, de mediodía, matiné y nocturna), un programa semanal de noticias internacionales que introduce análisis e informes con tratamientos más complejos (Visión 7 Internacional, los sábados al mediodía) y un programa estelar, *678*, que se emite desde marzo de 2009 producido por la productora PPT (Pensado para Televisión, de Diego Gvirtz). Con la excepción del fútbol, *678* tiende a devorar el resto de la programación, tanto por su contenido, por el horario central en que es emitido, por su frecuencia diaria (salvo los sábados), como por los invitados. El panel de *678* referencia su intervención en informes editados con lógica binaria y estilo paródico. El objetivo es desmontar el discurso de Clarín y otros medios críticos con el gobierno. La pretensión didáctica del ciclo se basa en reiteraciones y guiños a una audiencia identificada con el kirchnerismo para reforzar sus certezas e impresiones. La reproducción del discurso oficial en el programa genera una circularidad que evita matices e ignora la crítica, construyendo un diseño endogámico que, en este aspecto, resulta semejante a la caracterización del discurso de los grandes medios comerciales con los que *678* confronta.

Otro factor decisivo en la metamorfosis del sistema de medios desde la recuperación del régimen constitucional, fue el surgimiento incesante de nuevas plataformas de emisión. Primero fueron las radios FM que desde 1980 modificaron el lenguaje radiofónico y segmentaron públicos y géneros. Además, en la salida de la dictadura, el dial se nutrió con la movilización social a través de experiencias comunitarias y barriales que, si bien se hallaban proscriptas, lograron en 2009 su reconocimiento legal (excepción hecha de la ley 26053/05 mencionada). La combinación de un proceso social de expansión de las libertades individuales y colectivas con la disponibilidad de tecnologías de la comunicación (FM's) y un Estado que desde 1981 carece de un plan técnico que ofrezca información pública sobre la cantidad de frecuencias radiales y televisivas en cada localidad del país, arrojó un resultado que modificó el panorama de las radios desde comienzos de los ochentas y hasta el presente (ver al respecto Vinelli, 2013). Para Fernando Ruiz, "lo distinto en América Latina en relación a otras zonas del mundo, es que el rotundo proceso de democratización

política que se produjo en el continente durante los ochenta, impulsó un crecimiento enorme de la libertad de emisión en el mismo momento en que los medios estaban embarcados en un fenomenal cambio tecnológico” (2010: 34).

La convergencia entre tecnología y sociedad es un eje medular para comprender cambios del pasado reciente, ya que el desempeño de los medios se realiza en una sociedad con necesidades y expectativas cambiantes. El control remoto y la migración de los receptores al color tonificaron las formas de ver televisión, pero a partir de 1990 la paulatina masificación de la televisión por cable y su menú multicanal introdujo una oferta de decenas de canales, muchos de ellos temáticos, en una pantalla que sólo en las grandes ciudades contaba con más de un canal de aire hasta entonces. La aludida concentración en su etapa expansiva complementó la masificación de la televisión por cable (y en medida más moderada, del satélite).

El paisaje mediático tendría luego un revulsivo extraordinario con Internet y más adelante con las conexiones ubicuas a través de dispositivos móviles, la diseminación de redes digitales y de espacios que alternativizan el flujo unidireccional con soportes analógicos propios de los medios tradicionales. El peso de los nuevos medios se siente en los balances de las empresas que acusan una merma de ingresos publicitarios, ya que las campañas se canalizan también a través de los medios digitales, y una disminución de sus audiencias seducidas por la multiplicación de la oferta. Genéricamente, estos procesos son aludidos con el término “desintermediación”.

A su vez, las nuevas plataformas de información y entretenimiento favorecen la extensión de la discusión social sobre la función que desempeñan los medios, cuestionando su immaculada concepción y la ideología de la objetividad. La centralidad de las industrias culturales y de los medios en particular convoca el interés, la curiosidad y la reflexión de grupos sociales sobre cuáles son las reglas de juego de este sector estructurante del espacio público. En este marco de secularización de los medios, algunos actores de la sociedad civil promovieron una discusión sobre la regulación mediática que logró articular demandas ciudadanas y de grupos organizados (sindicatos de trabajadores de medios, el movimiento de radios comunitarias, organizaciones de derechos humanos y ONG’s, investigadores universitarios) con las de mayor inclusión para actores sociales postergados en los medios (ver Segura, 2011). En 2004 muchos de esos actores se dieron forma organizativa a través de la “Coalición por una

Radiodifusión Democrática”, que acordó una plataforma de 21 puntos con los que postulaban un cambio de paradigma regulatorio en el sector. Entre otros puntos, se destacaba el derecho al acceso a licencias de radio y televisión por parte de actores no lucrativos en el marco de una concepción de la comunicación como derecho social, la promoción de la diversidad, la no gubernamentalización de los contenidos ni de la gestión de los medios del Estado, la necesidad de restringir los niveles de concentración de la propiedad, la no discriminación de la asignación de la publicidad oficial.

La “Coalición por una Radiodifusión Democrática” representó, en el período previo a 2008, una fuerza de perspectivas múltiples, plurales y abiertas a la discusión. Su plataforma tuvo eco en varios partidos políticos y en otras organizaciones no ligadas al campo de la infocomunicación. Pero la discusión, inédita, se amplió recién a partir de 2008 cuando el gobierno de Cristina Fernández elevó la cuestión de los medios al centro de la agenda política.

Con diferencias, otros países de la región también atravesaron procesos similares, donde un grupo activo en la producción de debates sobre el rol de los medios teje propuestas de reformas que son luego aprovechadas por el poder político cuando éste evalúa que esas propuestas resultan funcionales ante una coyuntura conflictiva con actores concentrados del sistema de medios.

Las nuevas regulaciones en América Latina (en países con gobiernos tan diferentes como el venezolano, uruguayo, argentino, boliviano, ecuatoriano o mexicano) refieren, fundamentalmente, a cambios en la estructura de propiedad y en contenidos. El respaldo de algunos gobiernos de la región a esta discusión es citado con frecuencia por quienes resisten la apertura del debate sobre la función de los medios, alegando que, puesto que la intención de los gobiernos suele distar de ser consistente con la pretendida ampliación del derecho a la comunicación, entonces la discusión misma carece de valor. Este argumento, que representa una variación de la lógica *ad hominem*, resulta una falacia dado que esconde la intención de colocar un dique a la consideración pública sobre el desempeño de un campo clave como el de los medios de comunicación.

La afirmación de que las intenciones de los gobiernos distan de ser prístinas al impulsar la inédita discusión y regulación sobre medios en varios de los países de Sudamérica tiene asidero en el caso argentino si se analiza en detalle el comportamiento del Poder Ejecutivo en la aplicación discrecional de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26522 tras su sanción por el Congreso en 2009. Esta ley, fruto del inédito debate

social sobre las funciones de los medios (que desborda el contenido concreto de la norma), es un giro copernicano en la intervención estatal en el sector ordenado por Cristina Fernández tras el estímulo a la concentración realizado durante la gestión de Néstor Kirchner.

Giros

A partir de la llamada “crisis del campo” de marzo de 2008 (ver Becerra y López, 2009) la entonces flamante presidenta se enfrentó con el grupo Clarín que sigue siendo, junto a Telefónica, el más poderoso conglomerado comunicacional en el país. El caso Papel Prensa, el cuestionamiento a la firma Fibertel, la gestación del Programa FPT, la adopción de la norma japonesa-brasileña de televisión digital terrestre en un plan que aspiraba inicialmente a restar abonados a la televisión por cable, y luego la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, son manifestaciones de la nueva política de medios. Este listado sería incompleto si no mencionara el incremento de la financiación de medios afines al gobierno con recursos públicos a través de la publicidad oficial, cuyo manejo discrecional fue condenado por la Corte Suprema de Justicia, o si omitiera medidas que protegen el derecho a la libertad de expresión, como la despenalización de las figuras de calumnias e injurias en casos de interés público o la abolición del desacato (ver Bertoni y del Campo, 2012).

La contienda entre la gestión de Cristina Fernández y el grupo Clarín, cuenta con antecedentes en relaciones tormentosas entre gobiernos y medios a lo largo del siglo XX, pero a la vez presenta rasgos novedosos. Varios presidentes podrían suscribir las filípicas de CFK contra “la corpo”. Yrigoyen, sobre todo en su segundo mandato, o Juan Perón desde las vísperas de su asunción como presidente como durante sus primeros años de gobierno, es decir, antes de cooptar radios y diarios y convertirlos al oficialismo, lidiaron con la cerril oposición de grandes medios. También fueron víctimas del acoso mediático Arturo Illia, quien era ridiculizado desde publicaciones en las que emergía como astuto editor Jacobo Timerman, y María Estela Martínez de Perón en los meses previos al Golpe de Estado de Videla, Massera y Agosti. Tras la dictadura, Raúl Alfonsín sufrió el embate de los medios privados en el tramo final de su presidencia y Carlos Menem en su segundo gobierno se arrepentía de haber propiciado la conformación de multimedios. A diferencia de la fábula de la rana y el

escorpión, los multimedios sobrevivieron a Menem sin advertir que el desprestigio de la política que estalló junto a la crisis socioeconómica a fines de 2001 también los alcanzaría porque, en la percepción social, los medios forman parte de una institucionalidad que colapsó a principios de este siglo.

El historial de disputas entre gobiernos y medios no expresa, necesariamente, ausencia de vínculos estrechos entre ambos. En todos los casos mencionados hubo sectores del partido de gobierno que sostuvieron ayudas y permisos generosos hacia los principales empresarios de la comunicación, lo cual redundó en su mayor poderío.

Desde 1989, la creciente concentración de la propiedad de los medios otorgó a los grupos una entidad superior a las empresas periodísticas del pasado. Clarín, Telefónica o Vila-Manzano son conglomerados que abarcan diversas actividades económicas. Los medios son sólo una parte de sus negocios y en muchos casos, es el interés en otras áreas lo que tracciona la línea informativa, subordinándola.

El enfrentamiento entre el gobierno y Clarín produjo una polarización que desborda al sistema de medios, pero que organiza a las empresas periodísticas en dos campos opuestos. Éstos potencian la selección intencional de hechos noticiables al previo cálculo acerca de si un acontecimiento (o una fuente) es o no conveniente para el sector en el que milita. La polarización erosiona la posibilidad de encontrar voces discordantes con la propia línea editorial y exagera un ambiente endogámico en el que cunde la sospecha sobre la mala intención del otro (nunca la propia). El otro, el que piensa diferente, está comprado, sus motivos son espurios, forma parte de una conspiración. Este argumento resulta económico: sostiene la convicción de que lo distinto es corrupto o está corrompido y así se ahorra el laborioso proceso de construir una argumentación coherente. El resultado es que se empobrece la discusión pública porque cada polo se siente eximido de demostrar lo que vocifera.

Para Silvio Waisbord el privilegio de la opinión frente a los datos vuelve dogmático al periodismo. “Si consideramos el caso de la cadena Fox en Estados Unidos, vemos que la tendencia es ignorar datos que contradicen convicciones ideológicas. Se justifica presentar información sesgada para confirmar las certezas militantes y regocijar a los aliados. Cuando la opinión abunda, escasea el periodismo que recaba datos originales y verifica promesas y pronunciamientos políticos. Analizar información o hacer investigaciones propias es más costoso que aplaudir lo que dice el oficialismo o la oposición” (Waisbord, 2011).

Así, aunque en Buenos Aires se editan más de 13 diarios y funcionan seis señales televisivas de noticias, la concentración de su propiedad y sus fuentes de financiamiento condicionan el encuadramiento en torno del eje oficialismo-oposición, resignando matices y subordinando la difusión informativa al previo propósito de adular o atacar al gobierno.

Este panorama se fue componiendo mientras el Congreso aprobaba, por segunda vez en la historia argentina, una ley sobre radio y televisión (la primera había sido en 1953; el resto de leyes y decretos integrales sobre el sector fueron dispuestas por gobiernos militares). La ley audiovisual argentina se distingue de las adoptadas por Venezuela en 2004 y por Ecuador en 2013 ya que es respetuosa, en su letra, de los contenidos y de la libertad de expresión. No obstante, el cambio en las políticas de comunicación es contemporáneo con la discusión instalada en varios países latinoamericanos sobre la regulación de los medios e industrias convergentes (telecomunicaciones, Internet). En el plano local, la derrota en las elecciones de medio término de 2009 precipitó, en éste y en otros ámbitos, nuevos modos de intervención estatal. Desde entonces se incrementó la publicidad oficial con la que se premia a empresarios de medios afines y se castiga a díscolos. Es una lógica inherente a casi todo el arco político: gestiones disímiles como las de Mauricio Macri o Daniel Scioli replican el uso discrecional de recursos públicos con fines propagandísticos y se resisten a regularlo⁴. Más recientemente, el gobierno fue denunciado por presionar a anunciantes privados (supermercados y telefónicas—ambos actores concentrados con la venia gubernamental-) para que retiren sus anuncios de los diarios críticos al oficialismo.

La ley de audiovisual 26522/09 tiene carácter inclusivo al comprender a sectores no lucrativos (cooperativas, medios comunitarios) en la gestión de licencias, establecer límites a la concentración de la propiedad, exigir a las emisoras estatales pluralismo y diversidad, habilitar la participación de minorías políticas y sociales en los flamantes organismos de aplicación y control y disponer cuotas de contenidos locales e independientes.

⁴ Sobre publicidad oficial ver Becerra, Martín, *Quid pro quo: la publicidad oficial en la Argentina y sus múltiples facetas*, Poder Ciudadano, Buenos Aires, disponible en <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:gVG8c7kZdzoJ:poderciudadano.org/wp/wp-content/uploads/2011/12/InformeFinalPublicidadOficiaArgentina20111.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ar>

Sin embargo, ni el gobierno ni los principales grupos respetan la ley a cuatro años de su sanción. Es más, la ausencia de concursos, la falta de información fiable sobre quiénes son los licenciatarios, el guiño del gobierno para que la desconcentración se realice entre accionistas y allegados (estrategia fronteriza con el *testaferrismo*) de todos los grupos incluido Clarín (cuyo pleito por cuatro artículos de la norma fue resuelto a fines de 2013 por la Corte Suprema de Justicia, que avaló la constitucionalidad completa de la norma), el sobreactuado oficialismo de los medios estatales, la inyección de recursos para promover políticas carentes de controles sociales y políticos, se combinan para desatender la democratización prometida.

Además, lejos de concretar la paulatina entrega del 33% de frecuencias del espectro radioeléctrico para su gestión por parte de actores sociales sin fines de lucro (una de las mayores innovaciones de la ley audiovisual), la mayoría de los medios autorizados a funcionar tras la sanción de la ley son emisoras estatales (ver Chequeado, 2013). La ley exige que la política audiovisual se organice tomando como referencia la elaboración de un plan técnico de frecuencias. Esta información, esencial para conocer cuántas frecuencias hay en cada localidad y cuántas están ocupadas y disponibles, no ha sido construida por el gobierno a cuatro años de sanción de la norma. La ausencia de este indicador elemental entorpece toda posibilidad de avance en la concreción del 33% para actores no lucrativos.

La ley audiovisual desde el momento de su sanción por el Congreso

Clarín, el principal multimédios junto a Telefónica, obtuvo tempranamente una medida cautelar que suspendió algunos pocos, pero centrales, artículos. Recién en diciembre de 2012, el juez Horacio Alfonso emitió un fallo avalando la constitucionalidad de los artículos impugnados por Clarín. Esto sucedió después de que la Corte Suprema amonestara a jueces y camaristas por la demora en la consideración del caso, y al Gobierno por la modorra en la aplicación del resto de la ley. En abril de 2013, la Cámara de Apelaciones en lo Civil y Comercial alteró lo dispuesto en primera instancia. En una decisión favorable a Clarín, determinó que la norma audiovisual es constitucional en los límites fijados a la concentración de licencias abiertas (radio y televisión) pero es inconstitucional en los límites establecidos para el cable. Estos son

impedimentos a poseer más de 24 licencias de cable o a superar el 35% del mercado por un lado, a contar con licencia de TV abierta y por cable en una misma zona, por otro, y a que el operador de cable pueda gestionar más de una señal propia.

Así, los camaristas introdujeron la discusión sobre la regulación del cable a la que deberá atender ahora la Corte. Esta discusión toca la médula del sistema de medios, ya que Clarín ejerce una posición dominante en el mercado del cable (obtenida gracias a la autorización del ex presidente Kirchner para que se fusionaran Cablevisión y Multicanal). Para la Cámara, la concentración del cable es condición necesaria para posibilitar independencia y sostenibilidad económica. El fallo descansa en la suposición de que una mayor envergadura confiere a las empresas de medios independencia de los gobiernos y les permite ofrecer mejores servicios y a menores precios a sus clientes. En la historia del cable en la Argentina, ambos supuestos se revelan falsos.

Pero finalmente, la Corte Suprema en octubre de 2013 desmontó la estrategia argumental de Clarín que presentaba su tamaño y rentabilidad como condiciones imprescindibles para el ejercicio de la libre expresión. No asoció desconcentración con derechos constitucionales y diferenció entre renta y sustentabilidad. Enfatizó que la libertad de expresión requiere un debate público robusto y regulación activa para promover el acceso a los medios.

El fallo sostiene que las pautas dispuestas por el Congreso en 2009 se ajustan a criterios de razonabilidad, de proporcionalidad y de idoneidad. Y que no corresponde a la Corte juzgar si los límites a la concentración son adecuados o eficaces o si debió regularse la convergencia tecnológica. La Corte no evalúa la calidad de la norma. Los planteos críticos a la aplicación de la ley tampoco fueron objeto del fallo. El Grupo Clarín tiene derecho a reclamar en la medida en que no reciba un trato justo en el proceso de adecuación en el que deberá desprenderse, inéditamente, de gran cantidad de licencias como cableoperador. Asimismo, la Corte Suprema cuestionó al gobierno nacional en varios párrafos de la sentencia. Apuntó que el Estado puede afectar la libertad de expresión cuando actúa discrecionalmente, por ejemplo en la distribución de publicidad oficial.

El fallo de la Corte excede el caso Clarín y su contienda con el Gobierno. En efecto, si la premisa de la Cámara fuera correcta, habría que asegurar un alto nivel de concentración para que otros actores alcancen la sostenibilidad inherente a la libertad de expresión. Puesto que la concentración significa que muchos recursos son capturados por pocos actores, la premisa resulta irrealizable. A la inversa: en el caso de los medios de comunicación, la doctrina interamericana de Derechos Humanos plantea que disminuir la concentración es un estímulo para que otros actores ejerzan su derecho a la comunicación. Este fue el principal eje de la Corte Suprema.

Se puede argumentar que en un país como la Argentina, donde más del 80% de los hogares accede a la televisión a través del cable, este servicio no puede estar tan concentrado pues los operadores se convierten en verdaderos cuellos de botella que ejercen con el abuso de los precios de abono, con políticas predatorias de la competencia, con la discriminación de contenidos y con la absorción en condiciones privilegiadas de la programación más codiciada (como los derechos de televisión del fútbol durante casi dos décadas). En definitiva, también las *Fin Syn rules* (Financial Interest and Syndication) establecían en EE.UU. límites para las señales de cable y la programación propia que un operador podía incorporar a su grilla, para impedir posiciones anticompelitivas. Las reglas contra la propiedad cruzada de medios en EE.UU. fueron altamente restrictivas hasta 1996 (Ley de Telecomunicaciones), cuando estaba prohibido que las cadenas nacionales de TV (CBS, ABC, NBC) fuesen prestadoras de cable. La Ley de Telecomunicaciones también permitió que las empresas de telecomunicaciones sean operadoras de cable.

La Corte Suprema laudó un conflicto en el que confluyen doctrinas de libertad de expresión, de economía de mercado y defensa de la competencia, de preservación del interés público y de la potestad estatal para regular un sector cardinal en la etapa de convergencia de medios y telecomunicaciones como es el cable. La reacción del multimedio Clarín fue inmediata y presentó un plan de adecuación que desborda las exigencias de la norma votada por el Congreso en 2009 y proyecta cambios radicales en la estructura corporativa del multimedio. El plan se halla en proceso de evaluación por parte de un renovado directorio de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual (Afsca). Si el plan es ejecutado, el Grupo perderá rentabilidad, pero podría ganar flexibilidad y adaptación a la convergencia y digitalización del ecosistema de medios, dotando de mayor autonomía –y alivio– a su producción periodística. Sería

la antítesis de lo que sostuvo el Grupo en la audiencia realizada por la Corte en agosto, que asociaba rentabilidad con vitalidad informativa.

La desagregación de las licencias actuales del Grupo en seis unidades que no podrán tener vínculos societarios entre sí, tiende a la especialización de actividades por parte de un multimedios cuya esencia expansiva fue, hasta el momento, *conglomerada*, es decir, opuesta a la especialización. Además de las unidades incluidas en el plan, el Grupo Clarín posee otros medios que no son regulados por la norma audiovisual, como diarios (Clarín, Olé, Muy), revistas, una agencia noticiosa, portales, productoras. Su reorganización en unidades especializadas será consistente con la estrategia diseñada en el plan de adecuación, y ya comenzó. Además, su separación formal del rubro audiovisual tendría para el resto de las actividades un valor defensivo ante eventuales cambios regulatorios que pudieran cuestionar la concentración de medios gráficos y audiovisuales en una misma empresa.

Esta desconcentración es inédita en la región y enfoca la convergencia tecnológica a partir de una obligación regulatoria. En otro contexto, en Estados Unidos, Viacom y CBS escindieron las actividades de producción de contenidos audiovisuales tradicionales por un lado, y las de gestión de redes convergentes (Internet y cable) por el otro. Con una lógica parecida, el Grupo Clarín propone reagruparse centralmente en dos unidades (identificadas como Unidad 1 y Unidad 2 en el plan). La primera heredaría el núcleo de Arterar (Canal 13, TN), Radio Mitre y otras emisoras, y con varias licencias de cable; la segunda se creará con la médula de Cablevisión y Fibertel. Si la Unidad 1 se compone de medios tradicionales, la Unidad 2 es un anfíbio con vocación de avanzar en el campo de las telecomunicaciones, que es donde migra el socio minoritario en Cablevisión, David Martínez (Fintech), tras la compra de Telecom Argentina anunciada en los primeros días de noviembre de 2013. Aunque el plan no lo señala, es posible que el Grupo busque derivar la propiedad de sus redes a la segunda unidad e intente fundar un modelo de negocios que consista en alquilar esa red a cableros y proveedores de acceso a Internet.

La evaluación del plan deberá tramitar la controversia por la anulación de la fusión entre Cablevisión y Multicanal decretada por el Gobierno en 2009 (tras haberla autorizado en diciembre de 2007) y negociar por la extensión de licencias de cable que Clarín propone en sintonía con las condiciones con las que opera su competencia en el mercado (Telecentro, por caso). Además, por supuesto, el Grupo deberá

develar con cuál de las unidades empresariales se queda y a quiénes propone transferir el resto, en lo que conformará una división accionaria de parte de su núcleo corporativo actual.

Comparado con otras presentaciones, el plan del Grupo Clarín es respetuoso de la ley audiovisual. Pero, en un intento de hacer de la necesidad una virtud, el plan traza una estrategia que, por primera vez desde que el multimedio rompió relaciones con el kirchnerismo en 2008, mira al largo plazo.

Por su parte, el gobierno también deberá adecuarse a la nueva etapa. Hasta ahora, se excusó de cumplir la ley audiovisual acusando como fuente de la distorsión entre sus políticas y la letra de la norma a la suspensión de algunos pocos (aunque centrales) artículos de la ley por parte de la Justicia, pero su atención al resto de la norma fue parca en los últimos años. Cuando quiso respetar la ley obtuvo magros resultados: por ejemplo, el esfuerzo para fomentar la producción local de contenidos televisivos no suscitó, hasta ahora, el interés de las audiencias.

Además, el gobierno se resiste a cumplir el Decreto 1172/03 de Kirchner para garantizar el acceso a la información pública del Poder Ejecutivo, protagonizando litigios en los que defiende posiciones antitéticas a las que inspiraron aquella medida (un caso emblemático es el del PAMI, en el que intervino la Corte Suprema en 2012).

No obstante, hay cambios evidentes que no tienen, necesariamente, a la ley audiovisual como guía aunque tanto el gobierno como la oposición la invocan como justificación. En los últimos años en la Argentina hay cambios significativos en el mapa de medios, con grupos en ascenso (Cristóbal López, Vila-Manzano, Szpolski) y un gobierno que actúa a la vez como operador audiovisual con una destreza infrecuente en el país y como financiador de empresas y productoras. Clarín, empero, ve acechado el dominio que ejerció durante décadas con recientes intervenciones del gobierno en sus mercados de actividad. Telefónica mantiene una política de buena vecindad con el oficialismo y capitaliza su posición dominante en el mercado de las telecomunicaciones, cuya regulación sostiene inalterables varios principios de la Reforma del Estado de 1989.

Se asiste, pues, a una reconfiguración de los nexos entre medios, negocios y política a través de una pugna por llegar a 2015 con una relación de fuerzas empresariales diferente a la que expresó el campo mediático desde fines de la década de 1980. La administración del Estado protagoniza esa puja, por lo que la competencia electoral será definitiva para proceder al análisis de los tiempos que vienen.

Referencias bibliográficas

- Adorno Adorno, Theodor (1967), “La industria cultural”, en Morin, Edgar y Theodor Adorno, *La industria cultural*, Galerna, Buenos Aires, p. 7-20.
- Arsenault, Amelia y Manuel Castells (2008), “The structure and dynamics of global multi media business networks”, en *International Journal of Communications 2*, IJoC, University of Southern California Annenberg, p. 707-748.
- Becerra, Martín, Santiago Marino y Guillermo Mastrini (2012), *Cartografía de los medios digitales en Argentina*, mimeo, disponible en <http://es.scribd.com/doc/131089231/Argentina-Mapping-Digital-Media-Castellano>
- Becerra, Martín y Guillermo Mastrini (2009), *Los dueños de la palabra: acceso, estructura y concentración de los medios en la América latina del siglo XXI*, Prometeo, Buenos Aires.
- Becerra, Martín y Soledad López (2009), “La contienda mediática: temas, fuentes y actores en la prensa por el conflicto entre el gobierno y las entidades del campo argentino en 2008”, en *Revista de Ciencias Sociales (segunda época) n°16*, Universidad Nacional de Quilmes, Bernal, p. 9-30.
- Bertoni, Eduardo y Agustina del Campo (2012), *Calumnias e injurias: a dos años de la reforma del Código Penal argentino*, CELE, Universidad de Palermo, Buenos Aires, disponible en <http://www.palermo.edu/cele/pdf/Calumnias-e-Injurias.pdf>
- Carboni, Ornella (2012), *Los procesos de organización del trabajo en las telenovelas argentinas (1989-2001)*, mimeo, tesis defendida en la Maestría en Industrias Culturales de la Universidad Nacional de Quilmes en diciembre de 2012.

- Chequeado (2013), *¿Cuántas licencias entregó la AFSCA y a quiénes?*, disponible en <http://chequeado.com/el-explicador/1839-icuantas-licencias-entrego-la-afsc-a-y-a-quiénes.html>
- Curran, James (1998), “Repensar la comunicación de masas”, en Curran, James, David Morley y Valerie Walkerdine (comps.), *Estudios culturales y comunicación*, Paidós, Barcelona, p. 187-255.
- De Miguel, Juan Carlos (2003), “Los grupos de comunicación: la hora de la convergencia”, en Bustamante, Enrique (coord.), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: las industrias culturales en la era digital*, Gedisa, Barcelona, p. 227-256.
- Fiss, Owen (1986), *Free speech and social structure*, Iowa Law Review n°71, Iowa College of Law, p. 1405-1425.
- Ford, Aníbal y Jorge B. Rivera (1985), “Los medios masivos de comunicación en la Argentina”, en Ford, Aníbal, Jorge B. Rivera y Eduardo Romano, *Medios de comunicación y cultura popular*, Legasa, Buenos Aires, p. 24-45.
- Fox, Elizabeth y Silvio Waisbord (eds) (2002), *Latin politics, Global media*, University of Texas Press, Austin.
- Marino, Santiago (2013), *Políticas de comunicación del sector audiovisual: las paradojas de modelos divergentes con resultados congruentes*, mimeo, tesis defendida en el Doctorado de Ciencias Sociales de la UBA en marzo de 2013.
- Mastrini, Guillermo (ed.) (2005), *Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*, La Crujía, Buenos Aires.
- McChesney, Robert (2002), “Economía política de los medios y las industrias de la información en un mundo globalizado”, en Vidal Beneyto, José (director), *La ventana global*, Taurus, Madrid, p. 233-247.

- Miège, Bernard (2006), “La concentración en las industrias mediáticas (ICM) y los cambios en los contenidos”, en *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, Universidad Complutense de Madrid, Madrid, p. 155-166.
- Poder Ejecutivo Nacional (PEN), *Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual n°26522*, <http://www.afsca.gov.ar/web/indice-de-la-ley.php>
- Ruiz, Fernando (2010), “Fronteras móviles: caos y control en la relación entre medios y políticos en América Latina”, en Sorj, Bernardo (comp.), *Poder político y medios de comunicación: de la representación política al reality show*, Siglo XXI y Plataforma Democrática editores, Buenos Aires, p. 15-58.
- Segura, Soledad (2011), *Información pública y construcción de ciudadanía: los movimientos sociales por la democratización de las comunicaciones*, mimeo, tesis defendida en el Doctorado de Ciencias Sociales de la UBA en julio de 2011.
- Sivak, Martín (2013), *Clarín, el gran diario argentino. Una historia*, Planeta, Buenos Aires.
- Varela, Mirta (2005), *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna 1951-1969*, Edhasa, Buenos Aires, 301 p.
- Vinelli, Natalia (2013), *La televisión alternativa, popular y comunitaria (1987-2012). Historia, problemas y contrainformación para el área metropolitana*, mimeo, tesis de Maestría en Periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Pendiente de defensa.
- Vommaro, Gabriel (2008), *Mejor que decir es mostrar. Medios y política en la democracia argentina*, Universidad Nacional de General Sarmiento y Biblioteca Nacional, Buenos Aires, 107p.
- Waisbord, Silvio (2011), “El error de la prensa militante”, en *La Nación*, 12 de enero, Buenos Aires, disponible en: <http://www.lanacion.com.ar/1340778-el-error-de-la-prensa-militante>

El sistema de medios chileno

Francisco Mas

Gracias por la invitación.

Es interesante el caso que analiza Martín Becerra porque de alguna forma uno puede encontrar ciertas correlaciones y constancias en el modelo chileno, que sin embargo, todavía no se acerca a la realidad argentina. Habría que hacer un par de preguntas para poder contextualizar el modelo chileno: cómo es regulado y qué lógicas que hay detrás de esa regulación, lo cual no tiene que ver con un tema de regular, desregular o autoregular; sino con las lógicas políticas e ideológicas que están detrás de la gran concentración en los medios de comunicación que existe en Chile.

Hubo una primera etapa en el cambio de propiedad de los medios de comunicación, a partir de la dictadura, que recorre prácticamente los dieciocho años que duró. En ese tiempo desaparecen los medios de comunicación y la diversidad de sus actores. Es decir, los partidos políticos que tenían medios de comunicación, escritos, prensa, radio y los sectores sociales que también tenían presencia y control en medios de comunicación, desaparecen. Esos medios son o clausurados o privatizados. Y, durante ese período, se vive un proceso de concentración muy grande.

En la actualidad, en prensa existe un monopolio, un duopolio. Por un lado, está la Cadena Mercurio con más de treinta medios regionales, que concentra prácticamente el 65% de la inversión del Estado sólo para los medios impresos. El Grupo COPESA cambió de propiedad, pasó de manos del Grupo Picó al Grupo Saieh, que además es un grupo financiero importante. Eso se mantuvo relativamente así hasta el retorno de la democracia. La televisión pública, estatal nacional, era un canal del gobierno de la dictadura. No se transformó en un modelo de televisión pública, independiente con representación de los diferentes actores sociales y políticos en su directorio. Radio Nacional fue privatizada.

Ese fue el modelo de alta concentración hasta fines de 1989/90. Con el retorno de la democracia, y fundamentalmente los casi veinte años de los gobiernos de la Concertación, existió una doble articulación respecto de los medios. Lo que no privatizó la dictadura militar, lo administraron y privatizaron rápidamente los gobiernos de la Concertación.

En una segunda etapa, con el primer gobierno de Patricio Aylwin se instaló algo que considero nefasto y que significó perder cuarenta años en el acceso al derecho a la información que construya pluralidad, diversidad. Algunos definen que la mejor política comunicacional pública del gobierno es no tener una política de regulación de medios, concepto en que insiste Correa que, por sus servicios recibidos, actualmente es empresario de la comunicación corporativa que asiste a las empresas y se dedica a las comunicaciones institucionales en Chile. Con eso desaparecen a nivel medios gráficos, todas las revistas como APSI, Cauce, Análisis, etc.; que jugaron un papel importante en la recuperación de la democracia y en la construcción de una sociedad distinta en Chile.

Mi tesis es que desaparecen, no cuentan con el apoyo del gobierno del Estado Chileno, porque hay un compromiso, un pacto tácito de gobernabilidad en la transición donde esto se negocia. Y estos actores que iban a ser “actores” - entre comillas - mucho más críticos respecto de cómo se iba a administrar política y económicamente la transición, son cesados.

Hay un pacto de inversión publicitaria donde participan estas grandes concentraciones monopólicas de los medios de prensa escrita y también de las cadenas radiales, que también están altamente concentradas. Existe el Grupo Iberoamérica Chile, el español, que concentra cerca del 60% de las cadenas de radio, y el Grupo Caracol de Colombia, que también tiene un porcentaje importante de las radios. Si analizamos el sector de la televisión por cable, con el sistema de abonados, durante casi una década hubo un monopolio, el de Metrópolis VTR. Actualmente tiene dos actores más pero se reparten el mercado de televisión por cable, VTR, que además es un actor en la telefonía móvil, DIRECTV y Skype Televisión.

Cada sistema de medios demuestra la misma situación. Es un mercado pequeño, que necesita y puede tener más medios. Fruto de los cambios de paradigmas que ha generado la comunicación digital, hay situaciones que si se plantea la discusión política, la discusión cultural de una nueva política de comunicaciones en Chile; a largo plazo habrá un horizonte esperanzador. Así como ustedes están discutiendo hoy la Ley de Servicios Audiovisuales, en Chile se aprobó hace pocos días la Ley de Televisión Digital Terrestre.

Recién ahora se podrá descargar del sitio del Congreso Nacional el texto de la Ley. Sospecho que es más de lo mismo, no habrá grandes cambios. Los mismos actores que hoy están en los medios de televisión abierta, y controlan la televisión por cable, la radio, la prensa escrita; los mismos que mantienen las concesiones. A diferencia de lo que pasa en Argentina, hasta este proyecto de Ley, las concesiones eran permanentes, eternas. Las concesiones de Televisión Nacional de Chile, de Canal 13, que era la corporación de televisión de la Universidad Católica; de Canal 11, señal de televisión de la Universidad de Chile, etc.; eran permanentes, es decir se habían concedido las señales del espectro radioeléctrico a perpetuidad.

Por ello, ante la imposibilidad de vender la concesión, la estrategia elegida por los grupos económicos —en ese momento el Grupo Luksic, asociado a la banca y a la gran minería— fue subarrendarla. Es decir, lo que venden es el derecho a usar la concesión, porque la concesión no se puede vender. La Universidad de Chile sigue siendo dueña de Canal 11, la Universidad Católica sigue siendo dueña de la concesión hasta el momento, porque no sabemos lo que dice la Ley, pero la administran esos grupos económicos.

No se puede entender este contexto sin conocer ciertas claves culturales de la sociedad chilena, que fue bastante más pluralista de lo que es actualmente. Ni hablar de concesiones para las organizaciones no gubernamentales, eso no existe. Todo lo que eran proyectos de radios municipales y radios comunitarias; para acercarles una idea, se consiguió que existieran después de largas peleas. Pero la ARCHI, Asociación de Radiodifusores de Chile, logró algo contradictorio con el modelo liberal chileno: que puedan existir pero sin financiamiento publicitario. Es como decir “pueden existir pero no pueden existir”. Ese contexto tiene que ver con que Chile, a pesar que ser el país con más tratados de libre comercio en el mundo, desde el punto de vista cultural tuvo censura. No carece de una política de comunicación pública y de medios y una política del derecho a la información; sino que hay una política que clausuró, que retrasó el proceso de transición democrático e hizo que los cambios no pudieran ser más profundos. Ello fue posible por la influencia de quienes hoy son los propietarios de esos medios, que son poderes fácticos. Con una tutela del proceso democrático chileno en que, por lo menos hasta el 2005, los medios de comunicación fueron intermediarios y garantes de este proceso de las cuotas de poder y los equilibrios entre la concentración y los sectores más conservadores.

Dentro de los modelos políticos-ideológicos que regulan o que autorregulan a los medios, habría que hacer hincapié en que son sistemas éticos-ideológicos muy marcados con un tercer modelo que inicia a partir de los procesos de posmodernidad que empieza a vivir Chile a partir de 2005, aproximadamente. A partir de ese año, entra un tercer modelo que hoy está empezándole a pasar factura a estos sectores que administraron muy bien el modelo en la transición hacia la democracia, pero sin generar cambios importantes para que los distintos actores pudieran incorporarse plenamente al control y tenencia de medios de comunicación. Básicamente es posible encontrar un sistema ético-ideológico, religioso -un ejemplo son las facultades y escuelas de periodismo donde la autorregulación tiene fundamentación moral religiosa-, que es muy fuerte en la matriz cultural chilena. A partir del año 1973 con el cambio radical de modelo cultural y político que fue el neoliberalismo, se impone un gran sistema ético-ideológico, político, que es el utilitarismo. Es decir, el máximo de beneficio posible para el mayor número posible de actores y ahí en esa figura de “contrato” arbitrario, se benefician siempre los mismos porque hay algunos que no se quedan sin derechos, simplemente.

Creo que en la actualidad, la sociedad chilena se está transformando en una sociedad más plural y por lo tanto más contractual, donde los actores tienen que negociar, discutir, consensuar; y por lo tanto eso también se ve en la formación en el seno nuestras Facultades. Insisto, la formación ética en el caso de los periodistas, que es lo que yo más conozco, está en retirada. Es decir, muchachos que no saben cómo enfrentarse a la lógica de las empresas de medios y que terminan informando y cubriendo lo que hasta el teórico más radical diría que eso no es noticia. Y un proceso de cambio muy fuerte que viene aparejado con los procesos de hipermediaciones, con los procesos multimediales, con los procesos de la transmedia, donde los actores jóvenes están generando los cambios. No han sido los medios los que han regulado la depredación de los recursos naturales de Chile, han sido los colectivos sociales, los movimientos sociales, que con medios digitales nuevos han generado una presencia muy interesante.

La apropiación tecno-mediática como desafío para los
estudios de comunicación

**Los estudios de comunicación y de los públicos: una
mirada interdisciplinar¹**

Teresa Quiroz Velasco

El VI Encuentro Panamericano de Comunicación nos planteó importantes interrogantes para pensar la comunicación desde otros paradigmas, en tiempos en los cuales los sujetos emplean las herramientas tecnológicas y son actores en la construcción de un capital simbólico, todo ello como base para la formulación de políticas educativas y comunicacionales regionales.

Voy a plantear algunos temas que me parece forman parte del llamado giro epistémico en la comunicación, así como sobre su intersección con otras disciplinas, en cuyos puntos de encuentro podemos vislumbrar la interdisciplinariedad.

1. La tendencia a pensar el tema de las tecnologías desde una mirada de coyuntura, centrada en lo inmediato, no permite acercarnos a la profundidad de las transformaciones y responder preguntas sustantivas tales como, ¿cuáles son los cambios culturales que reubican al sujeto, la ética del individuo, sus planes y proyectos y sus posibilidades de actuar?; ¿estamos ante nuevos valores que se instalan en la vida cotidiana? Al respecto

¹ Versión proporcionada por su autora

Manuel Pérez Tornero (Pérez Tornero, 1998: 266-267) se refiere a los siguientes valores contemporáneos:

a) *La innovación*, que afirma la fuerza del presente y del cambio frente al sentido que otras generaciones le han dado a la permanencia y el pasado. Los medios instalan el carácter *efímero* de los objetos, dándole valor a la dimensión de *variación* en los procesos, en contraposición con la *duración* y la *permanencia* de otros tiempos.

b) *La velocidad y la aceleración*, valores claves del sistema de consumo cultural y que sacrifican la reflexión y hasta el silencio en medio del torrente de la publicidad y el consumo.

c) *El valor de la visibilidad*, que se impone por la fuerza de las imágenes. El sentido de la vista ha sido privilegiado durante el siglo XX con respecto a otros, y las tecnologías de la imagen han permitido amplificarlo. Hay que añadir que los códigos visuales de la representación son cada vez más accesibles a crecientes sectores de la población, en particular de los más jóvenes. En términos sociales y culturales, como también políticos, hoy cuenta lo que se ve, destinándose muchas energías a hacer visible los hechos, los productos, las personas y a uno mismo, de todas las formas posibles.

Estos valores representan la pérdida de sentido del pasado, del modelo argumentativo en tiempos más largos y reflexivos, así como de referentes que provienen de la escritura. En esa línea de preocupaciones Zygmunt Bauman explica la modernidad líquida como la crisis del valor de la eternidad como tal y como objeto de deseo, y enfatiza el valor del presentismo perpetuo. Añade que la velocidad está asociada al olvido porque todo pasa con extraordinaria rapidez y la memoria pareciera extinguirse, afectándose el aprendizaje, la memorización y el sentido de pertenencia. Así lo describe:

“No convertir en hábito nada de lo que se hace en este momento, no estar atados por el legado de nuestro propio pasado, llevar nuestra identidad actual como quien lleva una camisa que puede ser sustituida enseguida, justo al pasar de moda, desdeñar las lecciones y las habilidades pasadas sin ninguna inhibición ni remordimiento: todos estos se están convirtiendo en los sellos distintivos de la política de la vida de la modernidad líquida y en los atributos de la racionalidad moderna líquida. La cultura de la

modernidad líquida ha dejado de dar la sensación de ser una cultura de aprendizaje y acumulación, como la daban las culturas registradas en las crónicas de los historiadores y los etnógrafos. Hoy parece y se siente, más bien, como una cultura de *desconexión, discontinuidad y olvido*” (Bauman 2010: 267).

2. ¿Cómo se afectan los procesos de conocimiento, de aprendizaje y la subjetividad de los niños y adolescentes en sociedades en las cuales han desaparecido los mega-discursos y se busca construir modos de vivir propios?

Se vive en un marco cultural, en el cual los más jóvenes se ven enfrentados a una serie de incertidumbres en su vida cotidiana, frente a la educación y su futuro. Richard Sennett se pregunta en su libro *La cultura del nuevo capitalismo* (Sennett, 2006), sobre los valores y las prácticas cuando se fragmentan las instituciones bajo la cultura del nuevo capitalismo, todo lo cual no es ajeno a América Latina, y señala tres desafíos que tienen los jóvenes en la actualidad. El primero es el *tiempo* y cómo manejarse a sí mismo en las relaciones a corto plazo mientras se pasa de una tarea a otra, de un empleo a otro, de un lugar a otro. El *tiempo* demanda iniciativa y capacidad para improvisar y tomar decisiones en el curso de la vida porque las instituciones ya no proporcionan estabilidad, certidumbres y marcos a largo plazo. El segundo es el *talento*. A medida que las demandas de la realidad cambian, los más jóvenes tienen que explorar capacidades potenciales y adecuarse para realizar múltiples tareas y responder a diferentes retos. La cultura actual celebra la habilidad potencial más que los logros del pasado. Frente a la flexibilidad laboral extrema, se requiere una dosis significativa de creatividad y de innovación para responder a retos muy distintos. El tercer desafío es el de la *renuncia*, y cómo desprenderse del pasado. En medio de la inestabilidad y la falta de seguridad y garantía con respecto al futuro, los jóvenes viven un “presentismo” absoluto y requieren descartar las experiencias vividas, abrazando el valor de lo efímero, como el consumidor de los medios, ávido de cosas nuevas, inmediatamente reemplazadas (Sennett 2006: 11-12).

El trasfondo cultural de estos retos supone que nuestros jóvenes desarrollen nuevas competencias y habilidades en tiempos cuya duración es otra, porque ya no hay una edad para educarse y el ciclo del conocimiento es cada vez más corto. Por ese motivo, la reflexión sobre los aprendizajes viene transformándose. En América Latina es largo y fecundo el recorrido,

desde la voz pionera de Paulo Freire, quien elaboró la dimensión comunicativa de una pedagogía liberadora, hasta trabajos que desde diversas disciplinas buscan explicar los cambios en los procesos del conocer. Empero, este campo de reflexión sigue hegemonizado por concepciones instrumentales de los medios y las tecnologías por un lado, y por otro lado, por ideas ilustradas de la educación. Así lo señala Jesús Martín Barbero:

“Sigue manteniéndose al margen del sistema y de las prácticas educativas otras culturas que se gestan y se manifiestan a través de los medios de comunicación, produciéndose un divorcio entre la cultura desde la que piensan y hablan los maestros y aquella otra desde la que perciben y sienten los más jóvenes, tendiéndose a tapan la crisis de comunicación con rituales de modernización tecnológica y reduciendo su conflicto con la cultura audiovisual e informática a un discurso de lamentaciones morales” (Quiroz, 1993: 17)

3. Para Gilles Lipovetsky el concepto de cultura-mundo supera las oposiciones tradicionales y jerárquicas entre la cultura popular y la cultura ilustrada, así como la de las élites y de la masa, y está estrechamente vinculado a la industria comercial, la moda, las redes y los flujos. Asimismo, en el horizonte cultural actual, las personas jóvenes y no jóvenes, viven con la impresión de poder trascender las barreras de espacio y tiempo, en medio de una sobreabundancia de información y de imágenes, así como de la multiplicidad de posibilidades de elección (Lipovetsky 2010: 7-15).

A propósito de la publicación del libro de Mario Vargas Llosa, “La civilización del espectáculo” (Vargas Llosa, 2012), el Instituto Cervantes organizó en el mes de mayo del 2012 un diálogo entre el autor y Gilles Lipovetsky. En esa oportunidad, el filósofo francés sostuvo que la llamada sociedad del espectáculo - tan criticada por Mario Vargas Llosa por propiciar un vacío espiritual, la desmovilización de intelectuales y artistas, y por afectar tanto a las élites como a las masas - no es la única responsable de lo que ocurre. Afirma G. Lipovetsky que si bien muchas de las críticas de Vargas Llosa son ciertas, la sociedad del espectáculo ha dado a las personas mayor autonomía, ha contribuido a una mayor expresión de las

opiniones y ha favorecido la producción amateur y la voluntad creativa. Sostiene que el arte de masas es una oportunidad porque crea el arte de la diversión, a través del cine por ejemplo, con obras magníficas y también mediocres, pero que propician la emoción y la reflexión. (Vargas Llosa/Lipovetsky, 2012).

4. A lo largo de los años, los estudios e investigaciones de la comunicación y de los públicos han transitado en la búsqueda por precisar de qué forma el sujeto se apropia de la tecnología y desarrolla formas de comunicación. Mencionaré algunos ejemplos de mi propio trabajo de investigación.

En la investigación que está plasmada en el libro *Jóvenes e Internet. Entre el pensar y el sentir* (Quiroz: 2005), se sostiene que a principios de siglo la relación de los escolares se producía con la máquina como compañía. Los más jóvenes interactuaban con la pantalla, “chateaban”, escuchaban y “bajaban” música y navegaban, como manifestaciones de las nuevas necesidades de “no estar solos” y de “no aburrirse”.

En el subtítulo del libro que menciono, *Entre el pensar y el sentir*, se postula que a través de Internet los escolares daban curso a su sentir, a sus emociones y vínculos entre pares. A diferencia de las ideas de autoridades, padres y maestros quienes pensaban que los más jóvenes adquirirían nuevos conocimientos en Internet y que la educación podría transformarse por el acceso a la información de todas partes del mundo, para los niños y adolescentes la fruición era la principal motivación. Se precisa también que Internet no borraba la desigualdad y las diferencias educativas entre colegios estatales y privados, así como de las familias de procedencia, manifiestas en su acceso y uso. Los niños y adolescentes de niveles socioeconómicos más altos explotaban de manera más intensiva y provechosa los recursos de la tecnología porque la tenían en sus hogares, por el apoyo de sus padres, y por el grado de eficiencia que se venía logrando en sus colegios por la instrumentalización pedagógica de la computadora. Cabe indicar que los padres fomentaban el uso intensivo de la tecnología porque pensaban que sus hijos podrían prepararse mejor para enfrentar el futuro. Por esos motivos, las diferencias entre los escolares no estaban definidas solamente por las mayores o menores posibilidades en el acceso, sino por la manera en que aprendían a utilizarla para el aprendizaje. Los maestros escasamente capacitados adiestraban al alumno en buscar la información, pero no en aplicarla, manipularla e interpretarla.

Tres años después, en *“La edad de la pantalla. Tecnologías interactivas y jóvenes peruanos”* (Quiroz, 2008), se procuró comprender el modo en que las TIC afectaban los procesos de aprendizaje, la socialización y la subjetividad de los jóvenes escolares, desde una perspectiva intercultural. Se precisó que la desigualdad como resultado del diferenciado acceso a los nuevos recursos de la individuación, y el valor de la información como recurso simbólico y reflexivo se transformaban en capital de diferenciación. Es decir, la apropiación es bastante diferente según los públicos y sus referentes socioculturales. Por ese motivo, el entusiasmo de los escolares en el interior del país y entre los sectores más pobres por la llegada de la computadora e Internet a los colegios no coincidía necesariamente con la calidad del acceso, ni la formación de sus profesores, pero se transforma en la ilusión de la modernidad.

Los más pobres y de zonas más alejadas de la capital le daban un signo positivo a las posibilidades de aprender y de informarse, seguramente porque las condiciones de la educación en el interior del país acusaban una inferioridad muy marcada frente a Lima. Los escolares y sus padres, muy preocupados por su futuro, encontraban en el acceso a Internet y a los medios audiovisuales, especialmente en las imágenes, la posibilidad de “conocer” sobre muchas cosas que la escuela no les posibilitaba. Le otorgaron un lugar preferente a Internet como forma de conocimiento, resultando complementaria a la educación que recibían en el aula.

La apropiación técnico – mediática, por lo tanto, guarda relación con el uso del tiempo y sus relaciones. Los adolescentes se explayaron en la posibilidad de tener un nuevo espacio para comunicarse, el cual si bien no reemplazaba a los espacios presenciales, les permitía actuar e interactuar con otros. Manifestaron su entusiasmo al señalar que las imágenes los ayudaban a conocer e imaginar, y fueron contundentes al afirmar que aprendían a través de las imágenes, como nuevas formas de aprender. A pesar del número todavía escaso de computadoras en los hogares en el interior del país donde fue realizada la investigación, Internet estaba muy presente en el imaginario de los escolares y también de sus familias. Los estudiantes se sentían satisfechos accediendo a la red y, especialmente, a compartir estados de ánimo a distancia. Esto resultaba para ellos una nueva experiencia al poder conversar sin que medie el contacto físico y poder expresar aquello que “cara a cara” no podían decir, todo lo cual añadía un valor insospechado a sus relaciones cotidianas. Por ese motivo, es posible afirmar que Internet restaura algunos rasgos dialógicos de la oralidad entre los adolescentes.

La investigación permitió además destacar el papel de las escolares mujeres. Las investigaciones ya indicaban que las mujeres, en las zonas urbanas, venían dejando su condición de subalternidad en la educación. Sobre las percepciones acerca del país, lo destacable al respecto, más allá de la inmensa desconfianza que tienen los alumnos hacia los políticos, es su percepción de la exclusión y de la discriminación. Desde muy pequeños han sentido que los peruanos no son iguales, que el color de la piel, el dinero y el prestigio, el lugar del que provienen, así como las “relaciones”, son un factor de discriminación.

Por todas razones, se alertaba sobre la fractura y la contradicción entre los conocimientos que vienen de la lectura y aquellos que provienen de las imágenes y del mundo y la vida en general. En términos de políticas se sugiere incidir en su complementariedad, dando curso a la autonomía y al desarrollo de los puntos de vista de los más jóvenes. Frente a la abundancia informativa - más que nunca - el escolar requiere de una educación que lo conduzca a discriminar la información, desde políticas y prácticas que le permitan integrar su pensar y su sentir, su razón y su emoción.

5. ¿Quiénes son estos jóvenes que acceden a las redes, los llamados nativos digitales?

Como ha sido dicho, Internet es una tecnología de relacionamiento que involucra al pensar y el sentir. Su uso varía mucho, primando las relaciones entre pares, especialmente en el caso de los escolares. Asimismo, es indudable que en la red se modifican muchos patrones culturales del pasado, porque las jerarquías tradicionales que encargaron a las instituciones formales la producción y distribución del conocimiento son reemplazadas por espacios de saber descentralizados. Cabe precisar también el peso las distancias generacionales, entre padres e hijos, maestros y alumnos.

La diversidad de pantallas en las que hoy en día circulan saberes elaborados, datos, opiniones y propuestas, información y entretenimiento, las pasiones y los afectos, es decir, la razón y la emoción; obligan a dejar atrás las divisiones tradicionales del conocimiento y a estrechar lazos entre lo lúdico y lo formal. Se entrelazan y desordenan la variedad de sentidos antes ofrecidos de forma ordenada y preestablecida por las instituciones tradicionales. A través de las pantallas se comparten historias sin fin, reales y de ficción, así como información de los más diversos acontecimientos y miradas diversas sobre lo que ocurre.

La definición de los más jóvenes como *nativos digitales* no debe ignorar que este grupo de edad no responde a un modelo único. Las profundas diferencias socio económicas y culturales siguen separando a los más jóvenes. Si como lo venimos señalando, la desigualdad no se reduce a un asunto material y de recursos, las posibilidades de un uso pedagógico y de aplicaciones que ensanchen el conocimiento no dependen de la tecnología, sino de la educación.

“...el conocimiento es cada vez menos conocimiento de contenidos y cada vez más capacidad de codificar y decodificar mensajes (...) El control sobre la producción, acumulación y circulación de información depende del control de los códigos. Este control, sin embargo, no está distribuido uniformemente, de tal modo que el acceso al conocimiento deviene en territorio en el que aparecen nuevas formas de poder, discriminación y conflicto” (Melucci, 1999: 28).

La brecha generacional entre *inmigrantes* y *nativos* es significativa, porque estamos ante dos comunicaciones - mundo, dos códigos, dos espacios de intercambio diferentes. Para los *nativos*, la tecnología digital soporta buena parte de sus actividades diarias y les permite estar comunicados todo el tiempo. Se trata de una tecnología rupturista y aislacionista porque con el teléfono celular, el lenguaje breve y sintético en el chat y las redes sociales, los jóvenes marcan sus territorios. Los *nativos digitales* se forman en la no-linealidad y les resulta normal adquirir conocimientos “tejiendo” diversos fragmentos, a través de procesos rápidos y decisiones inmediatas. A ese ritmo difícilmente pueden llegar los adultos, pues estos últimos tendrían que esforzarse para alcanzar el entrenamiento diario y constante de los menores, facilitado, por ejemplo, por los videojuegos (Igarza, 2008).

Para Lorenzo Vilches, (Vilches, 2008) los jóvenes usuarios son más libres en interpretar los mensajes, están menos atados a la cultura tradicional, son más autónomos de los valores dominantes y acusan una significativa dependencia de las relaciones interpersonales en la red. Empero, resulta equivocado pensar que todos ellos hacen un uso total y extenso de las tecnologías digitales, motivo por el cual no resulta acertado mitificar a estos grupos generacionales. Se afirma además que lo digital

marca una zona de frontera, construyendo los chicos en su propio territorio otras sub culturas y nuevas identidades (Scolari, 2009).

La visión optimista de los jóvenes como una ‘generación digital’ – liberada y potenciada automáticamente en virtud de su experiencia en el uso de las tecnologías- es poco más que una forma de ilusión. “Esta concepción no tiene en cuenta algunas continuidades fundamentales, así como importantes diferencias y desigualdades, en las experiencias culturales de los jóvenes (...) brecha importante, cada día más profunda, entre la experiencia de la mayor parte de los jóvenes con la tecnología fuera de la escuela y el uso de tecnología en el aula” (Buckingham, 2008: 110). El autor critica la visión estereotipada de los niños como una generación dotada de “fluidez tecnológica”, frente a padres y docentes temerosos, incompetentes y reacios a ceder el control. Manifiesta que no debe olvidarse los intereses del mercado por convertir a los niños en consumidores, y se resiste a “endiosar” a los niños y jóvenes por su capacidad de informarse, innovar y crear contenidos, porque hay muy pocos indicios de que utilicen Internet para conectarse con el mundo.

6. Un tema importante es el de los cambios en las relaciones entre lo público y lo privado, propio además de la historia social. Si de la mano de Javier Echeverría nos asomamos al tema, se aprecia que como parte del desarrollo de las ciudades y de la consolidación de la burguesía, las viviendas se estructuraron en habitaciones privadas, transcurriendo la vida y la socialización de forma exclusiva en la casa y luego en la escuela. Empero, los medios masivos desbordaron el ámbito territorial, permitiendo los enlaces y la interconexión con zonas lejanas, emergiendo un cosmopolitismo doméstico. Para Echeverría, a través de la televisión irrumpe lo social y público en la vida privada, llegando al hogar la vida de los personajes políticos, los temas de la muerte, la violencia y la farándula. Posteriormente, la televisión incorporará los relatos privados de las personas, a través de los programas de conversación (*talk shows* y *reality shows*). Por ese motivo, concluye caracterizando a la televisión como un referente, fuente de la memoria doméstica, como lo fueron antes las bibliotecas como representaciones impresas del pensamiento y la cultura universal (Echeverría, 1995).

Todo ello, en los últimos años viene cambiando porque cada persona en su hogar o en sus espacios privados busca y desea una audiencia para mostrar lo suyo:

“En un aparente retorno a los modos de vida en las zonas rurales y pequeños pueblos anteriores a la urbanización de Occidente, en esta aldea global del siglo XXI, resulta imposible preservar los secretos. Aquí, sin embargo, el anonimato tampoco parece deseable, todo lo contrario, pues en este escenario la sola posibilidad de pasar desapercibido puede convertirse en la peor de las pesadillas” (Sibilia, 2008: 88).

El cuerpo y su visibilidad expresa, a través de distintas pantallas, la necesidad creciente de mostrar el yo para ser reconocido por los otros. En ese monopolio de la apariencia, sólo existe lo que se muestra, porque la subjetividad moderna está vinculada a la necesidad de ser visto, leído u oído por millones de personas, donde la imagen personal es el principal valor de cambio. Sostiene Paula Sibilia que las personas no muestran sus obras, sino simplemente su vida privada convertida en espectáculo, aunque no deja de reconocer que esta necesidad podría estar relacionada con la soledad contemporánea (Sibilia, 2008).

Todo ello, sin embargo, nos conduce a reflexionar sobre el uso frecuente e indistinto de los términos “privado” e “íntimo”, más allá de su real sentido. Hay, especialmente en las redes sociales, una gran confusión en relación a lo que significa compartir la intimidad o revelar la privacidad. Más aún, en particular entre los más jóvenes, la “amistad” en la red viene tergiversando los sentidos sobre este vínculo. Los llamados “amigos” en la red, los cientos de “amigos” que comparten conversaciones, fotografías, videos, en realidad no comparten la intimidad de cada cual, solamente aspectos de la vida privada.

Esta confusión podría provenir de los debates en el periodismo y también en la jurisprudencia sobre el derecho a la intimidad. Los medios masivos banalizaron el sentido de la intimidad, a través de los programas televisivos, las revistas femeninas, los manuales para ser una persona desinhibida, más sociable, mejor esposa o esposo. En realidad lo que se muestra a través de conversaciones privadas telefónicas o narrando problemas de pareja, por ejemplo, es la vida privada de las personas, y no

su intimidad. José Luis Pardo piensa que hay flancos sociológicos, psicológicos y filosóficos en la definición de la intimidad, pero el dominante en los discursos contemporáneos es el jurídico – periodístico, en nombre del cual se lucra con el dolor y la sangre, se expone a los niños públicamente, se revelan conversaciones personales, es decir se comercializa con la vida privada (Pardo 1996: 15).

8. Hoy en día se debate insistentemente sobre las tecnologías y el mundo de las superficies. Hay miradas diversas, algunas muy críticas que proponen que la humanidad está ante riesgos severos porque la lectura de textos tiende a desaparecer y los más jóvenes permanecen en la superficie y no profundizan.

Desde una orilla muy crítica, el filósofo italiano Alessandro Baricco se refiere a crisis de la lectura. Afirma que quienes compran libros no son en realidad lectores, sino personajes atrapados por el mercado porque un número significativo de los libros vendidos provienen de una película, son novelas escritas por personajes de la televisión o gente famosa, temas conocidos o de autoayuda: “(...) los bárbaros utilizan el libro para completar secuencias de sentido que se han generado en otra parte” (Baricco, 2008: 83). Los libros que tienen “valor” comercial son aquellos escritos, en la que el autor denomina la lengua del mundo, la lengua del imperio. Su origen está en la televisión, el cine, la publicidad, la música y el periodismo y contienen una idea de ritmo, de secuencias emotivas estándar, y una geografía de caracteres que forman parte de una secuencia (Baricco, 2008).

Baricco es muy crítico de la web, porque la prioridad de los asuntos sobre los que se consulta está sujeta a la frecuencia de visitas o la velocidad para encontrarlos. Esto conduce a redefinir valores como la calidad y la importancia de los hechos y situaciones, desplazándose el sentido al movimiento y la secuencia entre los saberes. Si antes la comprensión y el conocimiento estaban en la profundidad y esencia de los temas, ahora se encuentran en su trayectoria, que no está en el fondo, sino en la superficie: “Navegar en la red. Nunca han sido más precisos los nombres. Superficie en vez de profundidad, viajes en vez de inmersiones, juego en vez de sufrimiento” (Baricco, 2008, p. 90). Sostiene además que la navegación no es ordenada y planificada, sino que se realizan muchas búsquedas y actividades al mismo tiempo con el riesgo de una atención distribuida propia del *multitasking*: “ hace los deberes mientras chatea en el ordenador escucha el iPod, manda sms, busca en Google la dirección de una pizzería y

juguetea con una pelotita de goma (...) Habitar cuantas zonas sea posible con una atención bastante baja es lo que ellos, evidentemente, entienden por experiencia” (Baricco, 2008: 111). Para Baricco el bárbaro piensa menos, aunque piensa en redes más extensas, razón por la cual es necesario desarrollar una política cultural que preserve a las inteligencia del azar, del mercado puro y simple.

También desde la neurología vienen desarrollándose aproximaciones al respecto. El neurocientífico Gary Small (Small, 2010), director del Centro de Investigaciones en Memoria y Envejecimiento de la Universidad de California (UCLA) cree, apoyándose en la teoría sociocultural, que la mente cambia constantemente, y lo hace a través de mediaciones físicas o simbólicas. Añade que Internet no es una entidad neutra en la medida en que induce a realizar otras operaciones mentales. Insiste el autor en que no solamente afecta las formas de comunicación, el entretenimiento y la producción de conocimiento, sino que el tiempo que se pasa frente a la computadora y especialmente frente a Internet, altera nuestros circuitos cerebrales y las sinapsis. Los peligros se producen cuando hay sobreexposición, porque pueden afectarse habilidades sociales al reforzarse algunas habilidades tecnológicas (Small, 2010). Añade Small, al igual que Baricco, que la tendencia es a sacrificar la profundidad y la reflexión, por la amplitud de ir de un lugar a otro, generándose hiperactividad y déficit de atención. La llamada atención parcial o semiatención que viene de la práctica del consumo de los medios masivos, se intensifica con la multitarea y el “mandato” de ser eficiente y productivo.

Nicholas Carr se extiende en el tema de la memoria. Antes se pensaba que la memoria a largo plazo era dispersa y como un almacén, resultando menos importante en el pensamiento. Los neurólogos piensan actualmente que ella es la sede del entendimiento porque permite adquirir esquemas fundamentales del pensamiento. Sin embargo, el afán actual por el valor del presente, por estar al día todo el tiempo, puede producir distracción porque se realizan demasiadas actividades y búsquedas a la vez, haciéndose más difícil “distinguir la información relevante de la irrelevante, la señal, del ruido” (Carr, 2011: 155).

Desde otra mirada, Alejandro Piscitelli menciona que mientras los mayores de 30 años aprendieron leyendo, un niño, un adolescente o un joven en general ha pasado muchas más horas con imágenes, en Internet, las redes sociales o jugando videojuegos. Es decir, los referentes principales de su desarrollo cognitivo y su sensibilidad provienen de lo audiovisual. Sostiene que vivimos en la cuarta pantalla, la del celular,

después de la del cine, la televisión y la computadora e Internet. Añade que Internet es una era de infinitas oportunidades, y que el discurso de la añoranza de otros tiempos no ayuda a pensar en los retos actuales. Precisa que “nosotros somos las imágenes que consumimos” (Piscitelli, 2010). Asimismo manifiesta, a propósito de las series televisivas y citando a Johnson, que la TV sirve para pensar:

“...los medios no tienen por qué ser el faro de la moral burguesa, contrariamente a lo que una lectura ingenua de Jürgen Habermas propone, y que mucho mejor que seguir viéndolos como maestros desviados o como omnipotentes promotores de la incultura juvenil, sería entenderlos como entrenamientos en cognición diversificada y compleja” (Piscitelli, en Orozco: 2012).

Para el autor, resulta equivocado contraponer los procesos lógicos y racionales de aquellos marcados por la velocidad y la heterogeneidad. El concepto de Jenkins de la “transacción digital” es muy útil para comprender lo señalado:

“...reconocer que formas y contenidos están inextricablemente unidos (como la dualidad significante/significado), y que si bien el buen sentido y las habilidades lógicas no están en cuestión, lo que sí lo está es que éstas no pueden plantearse en contraposición (y exclusión) de la aceleración, el paralelismo, la aleatoriedad y la atribución diversificada del sentido...” (Piscitelli, 2009: 49).

Cristóbal Cobo y John W. Moravec desarrollan el tema del aprendizaje invisible y sostienen que vivimos un tiempo en el cual se aprende de múltiples formas, más allá de las formales, y en las cuales el valor de la experiencia recupera su lugar. Es decir, los más jóvenes intervienen en la sociedad y participan, recomponiendo su condición de sujetos y sus procesos de acercamiento a la realidad y el conocimiento. Cambian los modelos de aprendizaje, se vuelven continuos, son más

flexibles y se estimulan competencias vinculadas a la realidad inmediata. Los vínculos que se establecen para el análisis, la toma de decisiones y las opiniones provienen de una heterogeneidad de fuentes (Cobo y Moravec, 2011).

Se trata de un debate que hay que asumir en la intersección de disciplinas y pensarlo en su complejidad y amplitud.

Referencias bibliográficas

- Baricco, Alessandro (2008). *Los bárbaros. Ensayo sobre la mutación*. Barcelona: Anagrama.
- Bauman Zygmunt (2010). *Mundo consumo. Ética del individuo en la aldea global*. Buenos Aires: Paidós Contextos.
- Buckingham, David (2008). *Más allá de la tecnología. Aprendizaje infantil en la era de la cultura digital*. Buenos Aires: Manantial.
- Carr, Nicholas (2011). *¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Buenos Aires: Taurus.
- Cobo Romaní, Cristóbal; Moravec, John W (2011). *Aprendizaje Invisible. Hacia una nueva ecología de la educación*. Col·lecció Transmedia XXI. Laboratori de Mitjans Interactius / Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona. Barcelona
- Echeverría, Javier (1995). *Cosmopolitas domésticos*. Barcelona: Anagrama.
- Igarza, Roberto (2008). *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La Crujía.
- Lipovetsky, Gilles y Jean Serroy (2010). *La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*. Barcelona: Anagrama.
- Melucci, Alberto (1999). “Esfera pública y democracia en la era de la información”. *Revista Metapolítica* 9. México.
- Pardo, José Luis (1996). *La intimidad*. Valencia: Pre-Textos.
- Pérez Tornero, José Manuel (1998). “El ansia de identidad juvenil y la educación”, en Cubides, H. L. *Viviendo a toda. Jóvenes, territorio, cultura y nuevas sensibilidades*. Bogotá: Fundación Universidad Central.

- Piscitelli, Alejandro (2009). Nativos digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación. Buenos Aires: Santillana.
- Piscitelli, Alejandro. 16 de marzo de 2010. Conferencia en Telefónica: <http://ciclodedebates.fundacion.telefonica.com/alejandro-piscitelli-2/> (Consulta el 24 de enero de 2012).
- Piscitelli, Alejandro (2012). “Video tv, ERGO SUM. Cuando la cultura audiovisual también sirve para pensar(se) y hacer pensar”. En: Orozco, Guillermo (coordinador). TVMORFOSIS. La televisión abierta hacia la sociedad de redes. México: Productor de contenidos culturales.tq
- Quiroz, Teresa (1993). Todas las Voces. Comunicación y educación en el Perú. Lima: Universidad de Lima.
- Quiroz, Teresa (2005). Jóvenes e Internet. Entre el pensar y el sentir. Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima.
- Quiroz, Teresa (2008). La edad de la pantalla. Lima: Fondo Editorial de la Universidad de Lima
- Sennett, Richard (2006). La cultura del nuevo capitalismo. Barcelona: Anagrama.
- Sibilia, Paula (2008). La intimidad como espectáculo. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Vargas Llosa, Mario (2012). La civilización del espectáculo. Lima. Alfaguara.
- Vargas Llosa, Mario y Gilles Lipovetsky (2012). Debate. www.youtube.com/watch?v=rufxsBQIVYY
- Vilches, Lorenzo (2001). La migración digital. Barcelona: Gedisa.

De qué hablamos cuando hablamos de apropiación tecno-mediática¹

Susana Morales

Esta presentación abordará algunas de las ideas que se articulan en torno a una nueva perspectiva de análisis en el campo comunicacional, acerca de la relación que los sujetos establecemos con las tecnologías interactivas difundidas masivamente a partir de las últimas dos décadas. Se trata de un vínculo que ha sido caracterizado como *apropiación*, y se intenta diferenciar respecto del tipo de análisis de audiencias de medios más tradicionales: la recepción y consumo. En este último caso, a partir de la década de los '70 particularmente, se postula que los receptores poseen márgenes de decisión, resistencia, negociación, agencia o adaptación de los mensajes de los medios a los cuales están expuestos, por lo cual no están inertes o pasivos frente a ellos. Esta mirada implicó el inicio de un nuevo paradigma que multiplicó las investigaciones interesadas en conocer esas maneras de resignificar los discursos mediáticos (Jacks, 2011). Hoy, la idea de apropiación que postulamos, si bien se nutre de esas fuentes de los estudios de recepción, tiene más amplio alcance por el tipo de dispositivos tecnológicos de los que estamos hablando: las tecnologías comunicacionales interactivas o tecnologías de la información y comunicación (TIC).

Acerca de las apropiación tecno-mediática

Si repasamos la literatura relativa a los estudios de comunicación y los reportes de investigación, actas de congresos y revistas académicas de la disciplina, podemos apreciar que la perspectiva acerca de los públicos,

¹ Versión proporcionada por su autora

denominada genéricamente “estudios de recepción y consumo”, ha predominado durante buena parte de la década de los ’80 y ’90 tanto en Europa como en América Latina, con sus matices. Para dar cuenta de cierta autonomía de que estamos investidos los sujetos en nuestro vínculo con los medios, estos análisis han aportado a los debates en torno a la categoría de “pueblo”, audiencia y públicos, y de las mediaciones que articulan los discursos mediáticos, las prácticas cotidianas y las resistencias/determinaciones que generan/operan en las audiencias (Saintout, 2006). Básicamente se caracteriza a las prácticas comunicativas con medios y mensajes (y con otros bienes culturales) como instancias de producción de sentido, de significación.

A partir de comienzos de la década de los 2000, con la exponencial difusión de las TIC, se fue incorporando al campo comunicacional (y a otros relativos a las ciencias sociales, en especial el de la educación), enunciados y estudios que se proponían caracterizar la relación de las audiencias con las TIC.

Así, en co- existencia con los términos “recepción”, “consumo”, “mediaciones”, “receptores”, “audiencias”, fueron integrándose al discurso comunicacional expresiones como “apropiación y uso de TIC”, “usuarios”, “prosumidores”, que fueron marcando a nuestro entender, el comienzo de una nueva etapa en el modo de abordar el vínculo que los sujetos generamos con estos dispositivos (Gros Salvat 2000, Piscitelli 2002, Crovi 2004, Morales 2004, Winocur 2006, Cabello 2006, Quiroz 2008, Benítez Larghi 2008). Para el caso de Argentina, advertimos que en muchos de estos estudios continuó aplicándose un enfoque teórico metodológico centrado en la idea de consumo. Incluso, aún cuando cada vez con más frecuencia la idea de “apropiación y uso” se encuentra asociada directamente a la vinculación de los usuarios respecto de las TIC, se observan en los reportes de investigación serias dificultades - tanto teóricas como metodológicas - para tomar distancia de las formulaciones ligadas a la concepción del consumo, y profundizar en una práctica nueva y diferente: la apropiación. Esto se pone en evidencia en la ausencia de definiciones acerca de lo que cada investigador entiende por apropiación, y en el mejor de los casos, la asociación de esta práctica con “dotar de significación” a la relación de los usuarios con las TIC en el marco de su vida cotidiana.

La necesidad de generar nuevos encuadres de análisis fue claramente señalado por Jesús Martín Barbero, quien plantea que en este período debemos investigar “los modos con que las culturas se están apropiando de

las nuevas tecnologías de comunicación y, por tanto, de las nuevas visibilidades sociales y políticas que pasan por los medios ciudadanos como el blog o la página de Internet” (Martín-Barbero, 2008).

Es decir, la apropiación de TIC genera por un lado nuevas visibilidades, que no eran posibles en etapas previas, entre otras cosas por las propias limitaciones tecnológicas de los medios masivos. Esta visibilidad está sin duda alguna asociada a la posibilidad real de que, quienes antes eran receptores de los mensajes de los medios, puedan devenir en emisores, a través de los múltiples recursos que ofrece fundamentalmente -pero no exclusivamente-, la web.

Nos advierte Martín-Barbero que este desafío que se presenta a la investigación comunicacional en la era de los medios interactivos, implica además otros modos de investigar:

“Si de alguna manera, durante los años noventa, los investigadores sociales descendimos de nuestro pedestal académico y llegamos a sentarnos con el televidente para comprender lo que veía en la televisión, intuyendo que, si nosotros no nos poníamos a ver con ellos la televisión, jamás íbamos a saber lo que pasaba realmente en esa relación (porque la televisión no es lo que pasa por el aparato, sino lo que percibe la audiencia y lo que acaba haciendo con ella), hoy en día, el hecho de ver que la gente empieza a usar a los medios, que las escuelas empiezan a enseñar a escribir con una cámara de fotografía o de video, como una forma de contar historias radicalmente distinta a la del bolígrafo, o la cantidad de gente que está haciendo música conjuntamente, de una punta a otra de América Latina, pone en evidencia que nos queda un camino por recorrer” (Martín-Barbero, 2008)

El autor nos invita a construir metodologías que nos permitan comprender las prácticas de los sujetos con estos novedosos dispositivos tecnológicos. No es suficiente, y no es explicativo el dato acerca de la cantidad de horas que una persona, sea un joven o un adulto, destina a navegar en Internet. Es posible incluso que si hoy le preguntamos a alguien cuántas horas accede a Internet no sepa precisarlo. Aún más, si nos dijera que se trata de una hora, sería un tipo de exposición absolutamente incomparable con una hora de ver televisión o una hora de lectura del diario en papel, en virtud de que la cantidad y variedad de pequeñas interacciones y prácticas que ocurren en una hora de navegación en la web, que no

aparecen de manera tan evidente al investigador. Otra cuestión, incluso hay investigaciones que insisten en cuantificar el tiempo que las personas se encuentran expuestas a Internet, a la televisión, a la lectura, como si tratara de prácticas segmentadas y no superpuestas, y como si fuera posible, - convergencia tecnológica mediante -, establecer una frontera entre un tipo de medio o práctica y otro. En definitiva, si seguimos aplicando las mismas técnicas de recolección de datos y estrategias metodológicas, no lograremos comprender demasiado acerca de las drásticas transformaciones que están operándose, fundamentalmente, en el mundo juvenil.

Es por ello que Martín-Barbero sostiene contundentemente que la constatación de que nos encontramos ante procesos cualitativa y cuantitativamente diferentes, “nos obliga a reflexionar no en términos de recepción sino de apropiación y de empoderamiento”. Las nuevas visibilidades, y esta posibilidad inédita de devenir en emisores, abre las puertas a un lento proceso (y ejercicio) de poder, y de autoconciencia de los límites y potencialidades de ese empoderamiento. Aquí el autor se distancia de los enfoques que han predominado en el campo de los estudios de comunicación, puesto que “hablar de apropiación y empoderamiento no es hablar de recepción. (...) Porque lo que aquí tenemos, hay que repetirlo, no es algo que cabe en la idea del mero consumo y recepción, sino de empoderamiento...” (Martín-Barbero, 2008). Ya no es sólo resignificar el discurso de otro, es *hablar*. Ya no es sólo resistir, es *incidir*. Ya no es consumir, es *producir*: discursos, opiniones, videos, música, acciones, libros, poesía, manifiestos, etc. Poco, mucho, bastante o nada, dependerá de la profundidad de la apropiación que alcancemos respecto de los tecnomedios.

Entonces, puesto que la experiencia con el conjunto de medios (los nuevos y los viejos) que nos rodean no se reduce a “receptar” los mensajes; hoy debemos aceptar el desafío teórico metodológico de describir para comprender, no sólo cuáles son las formas en que los sujetos nos constituimos como *receptores/consumidores*, sino también cómo se manifiesta el proceso por el cual los sujetos nos constituimos como *emisores*, cómo se caracteriza el complejo proceso de atribución de significado a los mensajes que recibimos... pero también de los que producimos. Qué importancia poseen las actividades de recepción en nuestra vida cotidiana ...y las de producción de medios y mensajes, de qué forma somos influidos...pero además cómo y cuánto influimos en los demás interactuantes con los mensajes que hacemos públicos, qué alcance e impacto tienen los medios y mensajes que recibimos en la reproducción del

orden social.... Y sobre todo, los que construimos y hacemos circular para la transformación de la sociedad. Por ello, proponemos la expresión apropiación tecno-mediática para referirnos genéricamente a las prácticas de recepción, acceso, producción y uso del complejo tecno-mediático del que somos parte, a través de las cuales nos empoderamos, adquirimos las herramientas y las capacidades necesarias para la transformación lúcida de nuestras condiciones de vida y de la sociedad en la que vivimos. Parece, a simple vista, una idea romántica, poco factible quizás, pero que sin embargo resulta un imperativo. En una etapa de la evolución del capitalismo en que cada una de nuestras ideas y acciones, en la medida en que nos incorporamos a las redes de Internet y sus aplicaciones, son conocidas, controladas y redirigidas por las empresas de lo digital y los gobiernos de países poderosos, no podemos encoger los hombros resignadamente. Menos aún como a académicos, no podemos eludir la pregunta de ¿para qué o para quién investigamos?. ¿Es suficiente describir lo que piensan o hacen las personas con los tecno-medios?. Pensamos que un paso más adelante es lo que se espera de los intelectuales: describir las condiciones bajo las cuales es posible la emergencia de prácticas de apropiación tecno-mediática por parte de los usuarios. Es decir, prácticas que supongan, entre otras cuestiones, la adquisición de consciencia acerca de los mecanismos de control a través de las redes informáticas, la objetivación de su condición de consumidores que les permita la “desconexión” cuando esa condición corra el riesgo de naturalizarse, y el descubrimiento del enorme potencial que significa que millones de personas puedan comunicarse para llevar adelante una acción coordinada de transformación social.

En ese camino, queremos ofrecer un conjunto de nociones y herramientas analíticas que resulten útiles para analizar los cambios a los que estamos enfrentándonos como sociedad, e identificar cuáles son los núcleos que caracterizan, a nuestro entender, los procesos de apropiación tecno-mediática. Creemos que, a partir de las posibilidades que han habilitado la presencia y la funcionalidad de nuevos objetos y aplicaciones comunicacionales, es preciso construir otros conceptos y metodologías que complementen aquellos que han orientado los estudios de comunicación hasta ahora, y que tan ventajosas han sido en etapas donde los medios tal como los conocimos desde comienzos del siglo XX eran preponderantes.

La primera de las ideas que proponemos revisar es aquella que fundamenta la distinción entre medios de comunicación y TIC. Hasta fines de la década de los ‘80, estuvimos acostumbrados a referirnos a nuestro

principal objeto de estudio, “los medios masivos de comunicación”, articulados al conjunto de las industrias culturales. Con la aparición de tecnologías como la televisión por cable y satelital, los teléfonos celulares e Internet, las referencias incluyeron primero a la expresión “nuevas tecnologías comunicacionales” y luego simplemente a las “TIC”, en un marco donde la llamada convergencia tecnológica aún era incipiente. Es así que hoy resulta quizás incompleto y aún ambiguo hablar de “medios de comunicación” por un lado y “Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC)” por otro, como objetos separados que conservan cierta especificidad.

Acordando en que esta diferenciación es difícil de sostener en la actualidad, proponemos el término *tecnos-medios* para referirnos a aquellos objetos tecnológicos que son posibles de ser utilizados para *comunicar*, para *representar “la realidad”* y para producir y difundir *conocimiento “objetivado”*. Es decir: receptor, producir, reproducir y almacenar y difundir conocimiento e información de diversa índole y en diferentes soportes y formatos, que mediatizan nuestro vínculo con otros sujetos, incluida la información periodística, la producción simbólica ligada al arte, la que nos representa y supone una puesta en escena de nuestra propia subjetividad, etc; pero también los discursos que circulan acerca de estos mismos dispositivos tecnológicos.

Las personas nos encontramos actualmente en un escenario socio-tecnológico, que no se restringe a la mera presencia de estos dispositivos en nuestro entorno. Por ello decimos que se trata de un escenario socio-tecnológico y no simplemente tecnológico. Vale decir, esta noción de escenario socio-tecnológico se define por estar articulado a través de componentes materiales, estructurales, simbólicos y subjetivos, tales como:

a- el complejo tecno-mediático: hacemos referencia a los dispositivos tecnológicos (tecnos-medios como las computadoras, Internet, televisión, prensa, radio, mp3, cámaras de fotos, celulares, etc), y sus componentes de hardware y de software (dimensión material-simbólica).

b- el espacio: se trata del continente espacial, temporal y social de los tecnos-medios. Se alude tanto al espacio físico (y aquí es pertinente indagar cómo se distribuyen en los lugares que habitamos, con cuánta proximidad o distancia nos relacionamos con ellos, cuán densos tecnológicamente hablando son esos espacios); y al espacio virtual (que son habitados de diferente manera por los

diversos actores sociales, y no siempre son el reflejo mecánico de las posiciones que ocupan en el espacio social) (dimensión simbólico-estructural).

c- la atmósfera: se refiere al conjunto de representaciones que los sujetos y la sociedad atribuyen a los objetos y su distribución espacial, temporal y social. Se trata de conjunto de discursos que ponen de manifiesto el modo en que experimentamos la presencia de estos objetos: como necesidad, inevitabilidad y cotidianeidad. Es decir, la materialidad de los objetos tecnológicos provoca el despliegue de un “excedente”, que nos remite a ciertos referentes perceptuales que modifican ampliamente las condiciones cotidianas de nuestra existencia corporal (Finquelievich, Vidal y Carol, 1992). (dimensión subjetiva)

Estamos, entonces, en presencia de un escenario “invadido” de tecnologías mediáticas que en lo que respecta a lo *espacial*, están distribuidos densamente en los entornos domésticos, institucionales y públicos, virtuales o “reales”. Que desde el punto de vista de lo *temporal*, atraviesan todos los momentos de la cotidianeidad, y en lo relativo a lo *social*, tienen una tendencia a alcanzar a casi todos los sujetos, independientemente de su género, edad y posición social. Estas particularidades fueron aguda y pioneramente anticipadas por Finquelievich, Vidal y Carol, quienes en 1992, sostenían que:

“En tanto lleve su teléfono celular consigo, el usuario es un ‘sujeto autoportante’, que lleva consigo su propio territorio (...) gracias a las TIC, el ciudadano común puede verse investido de atributos cuasi divinos: la omnipresencia y la omnisciencia. Con tecnologías de uso cotidiano, con equipamientos considerados ya casi como básicos en el patrimonio hogareño y profesional, cualquier habitante urbano² puede presenciar el espectáculo del mundo, no solo el de cualquier lugar, sino también el de cualquier tiempo, mientras que la telefonía móvil lo pone al alcance constante de la información que necesite: con ella, el usuario lleva su espacio consigo, más aún: su propio espacio” (114 y 125).

² Nosotros agregaríamos hoy, urbano y rural.

Amplíemos la noción de complejo tecno-mediático, referida al conjunto de medios de comunicación y dispositivos electrónicos de almacenamiento y transmisión de datos (hardware) que conforman el mundo cotidiano de los sujetos (sea este familiar, laboral, educativo o social), como también su componente lógico simbólico (software y discursos). Sus características de portabilidad – posibilidad de ser transportados por nosotros mismos-, de articulación –posibilidad de ser integrados entre sí, por lo tanto ser “compatibles”- y de transversalidad – presencia de los mismos objetos en diferentes espacios- nos permite hablar de ellos como un complejo articulado. Esta idea de complejo, sugiere que es cada vez más difícil estudiar los vínculos de los sujetos con tipos de medios o productos de manera individualizada o aislada. Los públicos y la televisión, los diarios, la radio o la computadora. Más bien, se trata de medios de comunicación que reproducen discursos a través de múltiples objetos tecnológicos, con lo cual la frontera entre cada uno de ellos es altamente difusa.

Podríamos afirmar que el escenario en que nos encontramos casi “nos es dado”, es tan fuerte el atractivo que ejercen las tecnologías que casi es imposible sustraerse a su fascinación. De tal manera pareciera que el desafío es hoy la desconexión, más que la conexión. Nos sentimos empujados al consumo de objetos y discursos, se nos interpela e impone altos niveles de exposición personal, nos obliga a hacernos cada vez más competentes en la comprensión y uso de la reglas de funcionamiento del complejo tecno-mediático. Hablamos de una tensión precisamente porque los accesos y los usos promocionados por el mercado, devienen de la lógica del desarrollo tecnológico. Pero, ¿qué nos ofrecen a cambio, al menos de manera potencial? La posibilidad de apropiarnos de ellos. De dejar de ser sólo receptores, para convertirnos de manera efectiva, en productores de nuestros discursos, de nuestros productos culturales, de nuestros medios y de nuestros proyectos.

Retomemos el concepto de apropiación tecno-mediática, que, sostenemos, se trata de aquellas prácticas a través de las cuales los sujetos, habiendo realizado una elucidación acerca de los condicionamientos económicos, sociales e ideológicos atribuibles a los tecno-medios y los discursos de que son portadores, expresan en el uso competente de esos objetos, su deseo y libertad de adaptarlos creativamente a sus propias necesidades, convicciones e intereses, en el marco de la construcción de proyectos de autonomía individual y colectiva (Morales, 2009).

Acá queremos aclarar que nuestra conceptualización no pretende solamente comprender un modo de vinculación de los sujetos con los tecno-medios, sino que es una propuesta político-ideológica: la apropiación tecno-mediática de la manera en que la he definido, no es algo que ocurre naturalmente, no es simplemente lo que sucede cuando decodificamos un discurso, que sí es un proceso intrínseco a la exposición con cualquier tipo de discurso. Insistimos, la apropiación tecno-mediática *como ha sido definida*, es un proceso que sería deseable que ocurriera, y en muchísimos casos, ocurre.

En otros textos hemos hablado de las condiciones de posibilidad de la apropiación tecno-mediática (la disponibilidad y el acceso), y una serie de dimensiones o procesos que están involucrados en ella: Reflexividad, Elucidación, Conocimiento, Uso (tanto la recepción como la producción asociada a la naturaleza interactiva de los tecno-medios y la creatividad que ello posibilita), Interacción (en el sentido que los tecno-medios favorecen una sociabilidad que rebasa el contacto “cara a cara”), Competencias (que se ponen en juego en la manipulación, uso, producción y gestión de los objetos y los discursos), Proyectos (expresan la tendencia a la autonomía).

Nos interesa explayarnos en cuatro de estas dimensiones, que parecen ser el núcleo central, en este momento, que define de manera contundente el desafío que atraviesa hoy el uso lúcido de los objetos tecno-mediáticos. Ellas son reflexividad, conocimiento, elucidación y proyectos.

Reflexividad

Nos referimos con ello al hecho de que en la actualidad, todos los objetos que nos rodean y nuestras propias experiencias están sometidos a reflexión. Aspectos tales como el papel de los tecno-medios, el impacto que poseen en la sociedad, la potencialidad que ofrecen, entre otras cuestiones, están siendo objeto de debate en diferentes espacios y por diversos actores en casi todo el mundo. Los medios son colocados en el centro de las discusiones, poniendo en evidencia para el conjunto de la sociedad, la escasa objetividad y neutralidad que se les atribuye. Por el contrario, quienes insisten en investirlos de tales atributos, intentan a veces esconder los factores que condicionan la aparición, vigencia y hegemonía que los tecno-medios poseen, tanto como la red de intereses políticos, ideológicos y económicos que los envuelven. De este modo, las consecuencias de sus “operaciones” en la sociedad son cada vez más transparentes en los

discursos que circulan en medios y redes sociales, o en las conversaciones cotidianas de las personas. Esta paulatina adquisición de herramientas reflexivas se están extendiendo, también incipientemente, a otros objetos tecnológicos como los nuevos medios, que siguen siendo no obstante, para las grandes mayorías sociales, una especie de “caja negra” neutral y ajena.

Elucidación

La elucidación es el proceso por el cual hacemos consciente lo que pensamos o las motivaciones que orientan nuestras acciones. La presencia de los tecno-medios, de manera particular las redes sociales, facilitan el que estos procesos de elucidación se desplieguen. Es decir, nos encontramos hoy en mejores condiciones de hacer consciente nuestro vínculo con los objetos tecnológicos -lo que pensamos sobre ellos- y su impacto social. De manera permanente, cuando accedemos a las redes, a un foro, a la lectura de un diario digital, se nos interpela a emitir un sentimiento, una idea, una opinión, y de este modo nos sentimos obligados no sólo a hacerla explícita, si es que la poseemos, sino a formarla y justificarla argumentativamente. Ello implica sin duda, que estamos cada vez más atentos en comprender el significado de los mensajes y discursos que circulan a través de los tecno-medios, pero también en las interacciones no mediadas, en los contactos cara a cara. Además, se va haciendo cada vez más evidente que con nuestras opiniones, participamos activamente en la construcción y reproducción de esas significaciones.

Conocimiento

No hablamos del conocimiento en el sentido canónico del término, de saberes acumulados en el marco de las disciplinas a través de la práctica científica, o al menos no sólo eso. Hablamos también de los conocimientos de sentido común. De manera particular, cuando nos referimos al conocimiento en el marco de la apropiación, estamos pensando en el conjunto de conocimientos acerca de los tecno-medios y los objetos simbólicos que por ellos circulan. Estos conocimientos forman parte de su contexto de producción y circulación discursiva, en el sentido en que lo postula Van Dijk (2012). El contexto del discurso no son solamente sus condiciones objetivas, sino que justamente son constructos socio-

cognitivos, es el modo en que intersubjetivamente construimos la manera con la que vamos a decodificar ese discurso. Esto implica la situación comunicativa concreta, es decir quién es el emisor, el receptor, para qué se comunican, etc, pero la trasciende, tanto en lo temporal, (en cuanto ese contexto va a acompañar ese enunciación en el tiempo), como en lo estructural. Es decir, el discurso no es sólo lo que se dice en el momento en que se lo dice y a propósito de lo que se dice, el contenido, sino que también evoca un contexto que, en lo que respecta a la apropiación tecno-mediática, pone en evidencia cuánto sabemos o no sabemos de los medios y los discursos con los que estamos involucrados en la situación comunicativa. Estos conocimientos subyacen en nuestras representaciones, las modelan, las modifican o refuerzan. Las hacemos más autónomas respecto de las representaciones masivas, o las que se refuerzan desde los medios. Por lo cual, mientras más conocemos, menos dependemos que las representaciones que nos proveen los medios. Este contexto de los discursos mediáticos, como lo sostiene Van Dijk (2012), es fundamentalmente una construcción cognitiva, es decir, no se trata sólo de ciertas condiciones objetivas, sino la manera en que nos representamos esas condiciones objetivas, por lo tanto refieren a las representaciones y los conocimientos que nos permiten comprender los discursos que recibimos y los que queremos enunciar. De este modo, la pregunta es con qué herramientas cognitivas (representaciones y conocimientos) acerca de los discursos tecno-mediáticos, nos vinculamos cada vez que nos encontramos en situaciones concretas de intercambios comunicativos.

Proyectos

Finalmente, las prácticas de exposición, recepción, uso y producción de discursos y productos culturales, que se incrementan exponencialmente, está generando una dinámica donde es cada vez más frecuente la utilización de los tecno-medios como herramientas adecuadas para apoyar proyectos de autonomía individual y colectiva (Lago Martínez, 2011 y en este mismo volumen), o en términos de Giddens (1997), para elaborar una política de la vida y emancipatoria.

Para seguir pensando

No está demás decir que en los países de América Latina, la apropiación tecno-mediática se asienta sobre situaciones de desigualdad social. Por lo cual la ampliación de las posibilidades que los sujetos, individual y colectivamente, poseen para generar procesos de apropiación más profundos, está condicionada por la posición que ocupan dentro de la estructura social, y por lo tanto también de los capitales económicos, sociales, simbólicos e intelectuales que vayan adquiriendo a lo largo de su vida.

Sin embargo, debido a la naturaleza interactiva de los tecno-medios, a la fuerza con que se han expandido en la sociedad de la mano del mercado, al constante abaratamiento de los dispositivos y los accesos, y al componente lúdico que su uso implica, la apropiación tecno-mediática está cada vez menos determinada estructuralmente por las posibilidades/restricciones que derivan de la posición social, la edad, el género, la raza, etc. Por el contrario, asistimos cada vez con mayor frecuencia al empoderamiento de personas y grupos que los utilizan como herramientas adecuadas para el cuestionamiento y lucha contra esas mismas restricciones.

Otra de las razones para este empoderamiento es el hecho de que, si en otras etapas estaba más claro que la adquisición de ciertas capacidades ligadas al pensamiento, la reflexión, el conocimiento, la comunicación, o la propia manipulación de objetos tecnológicos tenían en los circuitos institucionales como las escuelas, universidades y empresas su ámbito privilegiado, hoy estamos percibiendo que el escenario socio-tecnológico del que participamos, constituye una gran maquinaria de aprendizaje social repleta de tensiones.

Por lo cual, como postula Guattari (1996), quizás estemos a las puertas de una era pos-massmediática. No porque los tecno-medios tengan menos relevancia en la sociedad y en la vida de los individuos, sino por las posibilidades que nos ofrecen de apropiarnos (en el sentido analizado), de los objetos tecnológicos que nos rodean, de sus discursos, de sus significaciones y de nuestra subjetividad.

Referencias bibliográficas

- Benítez Larghi, S.: Un piquete a la brecha digital. La apropiación de Internet por parte de las Organizaciones de Trabajadores Desocupados. Argumentos. Revista electrónica de crítica social; Buenos Aires; 2008 p. 1 – 33
- Cabello, R. (2006): “Yo con la computadora no tengo nada que ver”. Un estudio de las relaciones entre los maestros y las tecnologías informáticas en la enseñanza. Prometeo, Buenos Aires.
- Carlón, M. y Scolari, C. (2009): El fin de los medios masivos. La Crujía, Buenos Aires.
- Crovi Druetta, D. (2008) “Dimensión social del acceso, uso y apropiación de las TIC”. Revista Contratexto Digital, Año 5, N° 6. Disponible en <http://www.ulima.edu.pe/Revistas/contratexto/v6/Art%C3%ADculos/PDF/Dimensi%C3%B3n%20social%20del%20acceso,%20uso%20y%20apropiaci%C3%B3n%20de%20las%20TIC.pdf>
- Fidler, R. (1998): Mediamorfosis. Comprender los nuevos medios. Granica, Buenos Aires.
- Finkelievich, S., Vidal, A. y Carol, J. (1992) Nuevas tecnologías en la ciudad. Información y comunicación en la cotidianeidad. Centro Editor de América Latina, Buenos Aires.
- Giddens, A. (1997): Modernidad e identidad del yo. Barcelona, Península.
- Gros Salvat, B (2000): El ordenador invisible. Hacia la apropiación del ordenador en la enseñanza. Gedisa, Barcelona.
- Gordo López, A. Coord. (2006): Jóvenes y cultura Messenger. Tecnología de la Información y la comunicación en la sociedad interactiva. INJUVE, Madrid.
- Guattari, F. (1996): Caosmosis. Manantial Buenos Aires.

- Jacks, N. (2011): Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro. Ciespal Quito.
- Lago Martínez, S. (comp.)(2012): Ciberespacio y resistencias. Exploración en la cultura digital. Hekht Libros, Buenos Aires.
- Martín Barbero, J. (2008): “Políticas de la comunicación y la cultura. Claves de el Investigación”. Documentos CIDOB. Dinámicas Interculturales, 11. Disponible en http://www.cidob.org/es/publicaciones/documentos/dinamicas_interculturales/politicas_de_la_comunicacion_y_la_cultura_claves_de_la_investigacion
- Morales, S. (2004): Análisis situacional de las nuevas tecnologías comunicacionales: factores intervinientes para su apropiación y uso en escuelas secundarias de la ciudad de La Rioja (Argentina). Edit. Servicio de Publicaciones de la Universidad de La Laguna, España.
- (2009): “La apropiación de TIC: una perspectiva”, en Morales, S. y Loyola, M. I. (coord.), *Los jóvenes y las TIC*. Apropiación y uso en educación. UNC, Córdoba.
- Morales, S. y Loyola, M.I. (2013): Nuevas perspectivas en los estudios de comunicación. La apropiación tecno-mediática. ImagoMundi, Buenos Aires
- Neüman de Segá, María Isabel (2008): “La apropiación tecnológica como práctica de resistencia y negociación en la globalización”, IX Congreso Latinoamericano de Investigación de La Comunicación. México, 9 al 11 de octubre de 2008, disponible en www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/.../GT18_14%20Neuman.pdf
- Piscitelli, A. (2002) *Ciberculturas 2.0*. En la era de las máquinas inteligentes. Paidós, Buenos Aires.
- Quiroz, M.T. (2008): *La edad de la pantalla*. Tecnologías interactivas y jóvenes peruanos. Fondo Editorial Universidad de Lima, Lima.

Saintout, F. y Ferrante, N. (2006): ¿Y la recepción? Balance crítico de los estudios sobre el público. La Crujía, Buenos Aires.

Sampedro Blanco, V. Ed. (2005): Multitudes online. Libros de La Catarata, Madrid.

Van Dijk, T. (2012): Discurso y contexto. Un enfoque sociocognitivo. Barcelona, Gedisa.

Winocur, R.: “La apropiación de la computadora e Internet en los sectores populares suburbanos, *Revista Versión*, 19, 2006, México.

Parte V

Condiciones, condicionamientos y libertades en la práctica periodística

“La maximización de las ganancias pasó a ser la línea de vida o muerte de las empresas periodísticas”

Christine Legrand

Primero quisiera agradecer a la Universidad Nacional de Córdoba por esta invitación, también al Director de la Alianza Francesa, Marc Delmon, a quien tuve la suerte de conocer hace algunos años en Buenos Aires.

Estoy muy contenta de estar en Córdoba, porque a veces cuando uno está en Buenos Aires ve las cosas desde la capital y no tiene mucha oportunidad de viajar al interior de la Argentina.

Me dijeron que el tema era: “Condiciones, condicionamientos y libertades en la práctica periodística”. Yo tenía ganas de volver un poco a un contexto histórico cuando se producen los grandes cambios en la situación de los medios. O sea, a partir del fin de la Guerra Fría, con la caída del Muro de Berlín y la desintegración de la URSS en los años 1990. Ya desde antes aparecieron signos de deterioro en la credibilidad de los diarios a lo largo de los años 80 y eso se manifestó en una encuesta organizada por los propietarios de los grandes diarios norteamericanos en diciembre de 1997, en pleno escándalo de Mónica Lewinsky que afectó al

entonces presidente Bill Clinton y lo puso al borde de la destitución. Esa encuesta dio básicamente, como resultado, una confirmación de la pérdida de credibilidad de los públicos en el trabajo periodístico. Los públicos consideraban, sobre todo, que los diarios no priorizaban la información, sino la superficialidad y el sensacionalismo, porque el objetivo no era cuidar la calidad de la información sino ganar dinero. Casi el 70% de los adultos consultados consideraban que los diarios publicaban muchas informaciones pero sin chequeo previo, sólo porque otros diarios habían publicado la noticia antes y no porque esa información fuera cierta.

Lo más sorprendente en el contexto de Estados Unidos fue que cuando los grandes diarios pedían la renuncia de Clinton, al mismo tiempo las encuestas mostraban lo contrario con una opinión pública cada vez más propicia sobre el Presidente. Y si hablamos de moral, hay que recordar que en la misma época que estaba el escándalo de Mónica Lewinsky, Bill Clinton ordenó los bombardeos sobre Irak, mintiendo sobre la existencia de armas químicas en Irak o usando ese pretexto. Pero ninguno de los diarios que pedían la renuncia de Clinton porque había mentido en el escándalo sexual, mencionó la mentira que en el caso de Irak abría la posibilidad de crímenes de guerra.

En el contexto de la Guerra Fría, la información estaba considerada como un bien público que tenía una alta valorización social, entre otras cosas porque era un valor que diferenciaba a favor a Occidente el tipo de sociedades que estaban en conflicto. Del lado soviético y de su zona de influencia, la información prácticamente no existía, salvo como propaganda oficial o también existía una expresión rebelde que eran actividades periodísticas, consideradas subversivas y penadas por la Ley.

También en esa época, en ese contexto histórico, los públicos estaban particularmente interesados en política internacional porque el mundo se encontró más de una vez en esos años al borde de una guerra nuclear. La venta de los diarios, sobre todo en los países concernidos, gozaba de buena salud y tenían lectores. También era un hábito social comprar los diarios. Hoy en día, el mundo está totalmente mediatizado, con la televisión por ejemplo. Yo personalmente me enteré de la nominación del Papa argentino, mientras hacía compras. Entré a un negocio, había un televisor encendido y ahí me enteré inmediatamente de la noticia. Colaboran la televisión e Internet, que produjo una gran revolución.

El triunfo del capitalismo impuso el peso hegemónico de su forma financiera. El sistema financiero pasó a ser la forma dominante de lo que comenzó a llamarse la globalización, que significó también un cambio muy

importante en los medios. Si hasta entonces el periodismo funcionaba como negocio, a partir de allí y desde que las grandes empresas periodísticas comenzaron a cotizar en las bolsas de valores, dejó de ser suficiente. Para estas empresas constituir un negocio rentable se transformó en algo necesario. Procuraron no sólo obtener ganancias sino maximizarlas. La maximización de las ganancias pasó a ser la línea de vida o muerte de las empresas periodísticas. Esa combinación y el fenómeno de Internet provocaron un deterioro doble, se agravó la curva de pérdida de lectores de los grandes diarios y se desvalorizó el trabajo periodístico.

Hasta entonces los periodistas eran considerados como mediadores calificados y necesarios entre lo que sucede y el conocimiento de lo que sucede. Entre otras cosas porque Internet abrió la posibilidad de que cualquier persona pueda ser periodista. Al mismo tiempo, la nueva situación provocó despidos masivos en los grandes diarios, lo que continúa desgraciadamente sucediendo hoy en Europa, como es el caso de El País, por ejemplo. La reducción del personal pasó a ser parte de una política que obedecía a esa maximización de las ganancias y el costo de producción de la información es cada vez más alto.

Esta crisis condujo a una precarización de los salarios y de las condiciones laborales de los periodistas. Un ejemplo de ello es la supresión de los puestos de los corresponsales extranjeros. Pienso en especial en Le Monde porque como su nombre lo indica, está muy centrado sobre la política internacional. Además de suprimir puestos, los periodistas locales reciben pagos por nota y poseen un estatuto muy precario.

La expectativa de los diarios es no desaparecer, por eso se insiste sobre el contraste entre lo que puede ofrecer el diario en papel en relación a la versión digital. Ya se sabe: velocidad, inmediatez de la información, que nos permite siempre chequear las fuentes, averiguar datos, etc.

Creo que la tensión entre la prensa y el poder siempre existió. Yo trabajé en Estados Unidos y me llamaba mucho la atención cuando el portador de la Casa Blanca respondía a todas las preguntas de los periodistas, no había posibilidad de que no respondiera a alguna. Ahora, no sólo no responde sino que puede insultar a un representante, incluso de un gran diario norteamericano.

El rol del periodista de la prensa escrita no es competir con la velocidad de Internet, de la radio o de la televisión, sino aprovechar del soporte papel y de más tiempo de escritura para tratar de reflexionar más allá de lo inmediato y descifrar los hechos. Es muy importante cuidar la

escritura para que los lectores nos lean, son los lectores, al fin, los que eligen los diarios que quieren leer.

Desde hace casi cuarenta años soy periodista, de los cuales hace veintitrés que trabajo en Le Monde y pienso siempre cuando se creó en 1944, después de la guerra. Su fundador Hubert Beuve-Méry quien dirigió el diario durante un cuarto de siglo, se propuso hacer un diario independiente de los partidos políticos, de los poderes financieros y de las iglesias, todo un desafío.

Como decía antes, las presiones existen y digamos que son normales, pero creo que a pesar de todas las crisis, Le Monde logró guardar relativa independencia, si bien está considerado como un diario de centro izquierda o de izquierda. Hasta el 2011, Le Monde tenía un estatuto muy especial con una mayoría de acciones en manos de la sociedad de red de actores, o sea no solamente de periodistas, sino del personal del diario que tenía poder de decisión.

A pesar de los cambios, en la estructura del capital con la entrada de accionistas de afuera que son empresarios, creo que esa larga experiencia dejó huellas en la ética de los periodistas. Hace unos meses pudimos elegir entre una decena de candidatos, a una periodista, Natalie Nougayrède, para dirigir Le Monde y su redacción. Por primera vez en la historia del diario, éste es dirigido por una mujer joven pero, sobre todo, con una larga trayectoria de periodista y de corresponsal en el extranjero. Y ella cuenta siempre que tiene experiencia de las presiones. En el 2008, por ejemplo, después de haber escrito varias notas críticas hacia el Canciller de la época Bernard Kouchner, ella fue expulsada de una conferencia de prensa del G12, en la sede de la cancillería de Paris.

Hablé del diario porque estoy en una situación – si bien no complicada-, al menos extraña, porque trabajo para un diario extranjero y estoy con periodistas que trabajan para medios argentinos. Pero hace muchos años que vivo en la Argentina, por eso acepté participar de este encuentro.

“Los medios debiéramos animarnos a construir otra agenda”¹

Juan Cruz Taborda Varela

Me tomaré una licencia en relación a la temática principal, voy a llegar a ella al final. Antes voy a establecer, quizás de modo apresurado de mi parte, una analogía, una relación entre el Sistema de Medios y el Sistema de Partidos Políticos que, a priori, parece que tienen una naturaleza distinta y efectivamente la tienen, pero tienen lógicas similares. En esta analogía, en esta relación, podemos identificar una reconversión en los años ‘80 y ‘90 en ambos sistemas: Sistema de Medios y Sistema de Partidos. También podemos identificar cómo a partir de 2001 se fueron reconfigurando imparcialmente un nuevo Sistema de Medios y un nuevo Sistema de Partidos, para llegar finalmente a analizar Córdoba de cerca.

Decíamos Sistema de Medios y Sistema de Partidos Políticos como dos sistemas básicos, pilares esenciales de un sistema democrático. Eso es un manual de Introducción Cívica de la Secundaria. Los partidos políticos tienen la función de ser intermediarios entre los ciudadanos y el Estado, es su función inicial. En tanto, los medios tienen la función de ser representantes y construir representaciones de esa intermediación o, incluso, de las demandas de sus ciudadanos para que los partidos políticos intermedien ante el Estado.

Estos son deberes prescriptivos, el deber ser de cada uno de los dos sistemas, Sistema de Partidos y Sistema de Medios. Incluso se pueden establecer algunos elementos en común. Así como cada partido político, desde su fundación, elabora y funda una doctrina, un medio de comunicación, desde su creación, desde la idea de su fundador, elabora una línea editorial. Así como el partido político tiene un militante activo, un Sistema de Medios, un medio de comunicación, tiene periodistas que

¹ Versión revisada por su autor

efectivamente, como decía Mario Wainfeld, son sujetos políticos; citando a Rodolfo Walsh, Sarmiento, Mariano Moreno y el mismo Bartolomé Mitre. Pero todo esto es prescriptivo, es el deber, es lo que debería ser.

El Sistema de Medios y el Sistema de Partidos Políticos sufrieron una fuerte reconversión en la historia reciente, hace relativamente poco, en los últimos 40 o 30 años. Los partidos políticos en un momento determinado, -década del '60 y '70 en Europa, '80 y '90 en América del Norte y América Latina-, y los medios -fundamentalmente en los '90 en Argentina- sufrieron una fuerte reconversión. Los partidos políticos, de tener la función de ser intermediarios entre los ciudadanos y el Estado, se convirtieron en maquinarias para captar electores. Los medios de comunicación, de tener la función de representación e interpretación de esa mediación, se convirtieron en máquinas para captar audiencias. Entonces de ese sujeto intermediado por los partidos y representados por los medios, se pasó a un objeto que se buscaba que ocupara un nicho en el mercado.

Hay autores que han definido estos conceptos en los partidos políticos: Otto Kirchheimer y Angelo Panebianco. Kirchheimer habla de "Catch-all party": Partido Atrapa-todo. Panebianco del "Partido Profesional Electoral". En términos generales, lo que intentan hacer, es una caracterización de cómo se reconvirtieron los partidos políticos y cómo aquellos partidos de masa que representaban ideas que habían surgido a partir de clivajes y contradicciones en la sociedad: campo-ciudad, capital-trabajo; de esos partidos originales que conocíamos como Partidos de Masas pasamos a Partidos Profesionales Electorales en donde el peso del tecnócrata, del burócrata, es más importante que el de un militante. Fundamentalmente en esta reconversión de los partidos políticos, se produce una fuerte desideologización de los mismos. De aquellos partidos que tenían por función representar algunos estamentos determinados de la sociedad o a una clase social determinada, se pasa a estos partidos políticos. Esto se comienza a vivir en los países del Norte, fundamentalmente con la Revolución conservadora de Ronald Reagan y Margareth Thatcher y, en Argentina, entrados los '80 tras la vuelta de la democracia.

Como decía, la desideologización de los partidos borra el peso del militante, borra el peso de la ideología como determinante y los partidos se convierten en representativos de todos, ya no de clases particulares, de intereses sectoriales, sino que apelan a la mayoría, apelan a la sociedad en su totalidad. La oferta electoral entonces deja de ser de los partidos políticos, la necesidad de representar intereses particulares, determinados de algún grupo etario, de algún grupo social, de algún grupo político. Así,

la oferta electoral se convierte en esto que hemos venido escuchando desde mediados de los ‘80 hasta el 2001, es donde - entiendo - comienza a haber una reconversión. La oferta electoral utiliza exclusivamente los tópicos salud, educación, trabajo; elementos básicos con los que uno jamás podría estar en desacuerdo, pero que evidentemente no definen a nadie en términos políticos. Se evita la toma de posiciones en los Partidos Profesional Electoral, en este Partido Atrapa-todo, que pueda generar divisiones o enfrentamientos.

Recordemos en lo que se convirtieron los dos partidos de masas de Argentina desde mediados de los ‘80 y durante todo los ‘90. La Unión Cívica Radical (UCR) y el Partido Justicialista (PJ) pasan a tener plataformas similares cuyas diferenciaciones se basan en componentes éticos o morales que se vuelven el único componente posible de la política: robo o no robo. Las diferencias políticas que tuvieron en sus inicios desaparecen por completo a partir del desdibujamiento de la ideología por completo. Se construye un electorado volátil y se iguala ese electorado. A eso se le suma la incorporación de la técnica como método de resolución de problemas y la técnica es claramente también, a priori, apolítica, amoral. Toda resolución de problemas pasa a ser parte de una resolución técnica. Claro que detrás conlleva una definición política.

Ana Neira escribió: “La mayor amenaza política a los regímenes democráticos contemporáneos no son las tiranías, como se cree, sino el ejercicio de la política en donde se coartan la diversidad de opciones bajo el pretexto de que las decisiones son fruto de opciones científicas o consecuencias de una ausencia de opción ligada al imperativo de adaptación a la técnica”. La única posibilidad era que un burócrata, un tecnólogo, pudiera definir en términos científicos - ciencias duras claro - la posibilidad de llevar adelante una decisión política. En eso se reconvirtieron los partidos políticos, no sólo en Argentina, esto fue un fenómeno mundial que se dio en Argentina y en América Latina - como decía - ya entrada la democracia, a mediados de los ‘80 y durante todo los ‘90. Eso pasa por un lado con el Sistema de Partidos Políticos que forma parte, claramente, del sistema básico y democrático.

El Sistema de Medios lo conocemos un poco más porque justamente estamos en la Escuela de Ciencias de la Información, porque nos dedicamos al periodismo, porque estudiamos Comunicación y sabemos la reconfiguración que sufrió fundamentalmente entrados los ‘90. Tuvo que ver con un proceso de privatización de los medios electrónicos que provocó, principalmente, la concentración y que esto fue permitido a partir

de una leve modificación de la Ley que regulaba en aquel momento los medios electrónicos.

La dictadura había impedido que las empresas propietarias de diarios tuvieran también canales de televisión. Un gobierno democrático permitió que las empresas de medios gráficos, diarios concretamente, pudieran comprar canales de televisión y eso generó una gran concentración. Es algo que ya sabemos y que se ha discutido muchísimo, fundamentalmente en el último tiempo.

Así como los partidos políticos se reconvierten, los medios también pasan a reconvertirse en una situación similar. Así como la política se reconvierte como única solución técnica posible, se excusa a los medios también.

Para entender la reconversión de la que fuimos testigos en los '90, primero tenemos que hablar de una reconversión técnica. Los tiempos han cambiado y así como las decisiones políticas pasan a estar exclusivamente en manos técnicas, la reconversión de los medios obedece también a una reconversión tecnológica, que tiene que ver con el crecimiento que hemos tenido. Como los partidos políticos, antes intermediarios entre los ciudadanos y el Estado, el Sistema de Medios pierde su función de ser intermediario. Los Medios olvidan la lógica inicial de ser los constructores de un sentido de esa intermediación.

¿Qué hacían los medios? Eran los constructores, eran los que interpretaban esa necesidad de intermediación que tenían los ciudadanos y ciudadanas ante el Estado, vía partidos políticos. Entonces reconfiguran esa maquinaria a partir de audiencias, a costo de borrar lo que alguna vez conocimos como línea editorial. En este sentido, un partido político dejó de lado, a partir de la reconversión en los '90, lo que era su doctrina política y fue entonces prácticamente imposible encontrar en una plataforma electoral algo que responda a las doctrinas políticas de los principales partidos de la Argentina. Los medios empiezan a excusarse con esta misma idea y aquella línea editorial ya no es tal, sino que se empieza a dar mayor espacio, en función de la concentración, a las ideas que hemos escuchado mil veces y por supuesto en esta Escuela quienes estudiamos en los '90 las vimos desmitificadas. Las ideas de imparcialidad, objetividad, neutralidad; ideas ficticias pero de las cuales los medios se toman a partir del fin hipotético - lo cual no es verdad porque la técnica también es política- de las doctrinas en los partidos políticos y de las líneas editoriales en los medios de comunicación.

Entonces se produce, en términos hipotéticos, un proceso de supuesta desideologización en los medios como en los partidos. Así como los partidos exhiben sus ofertas electorales (trabajo, salud, educación y todos estos tópicos que como decía antes uno no podría más que estar de acuerdo) ocultando con ello la opción política (la primicia del capital como por ejemplo, algo que nunca se dijo en los '90), en los medios se empieza a expresar lo que se dice en función un paradigma mucho más confuso: lo que le interesa a la gente, ocultando con ello la línea editorial que alguna vez tuvieron, ocultando con ello también la función primordial de ser representación, ser interpretadores de las necesidades sociales en virtud y frente a las demás instituciones.

Pero llega un momento que esto se modifica y es el 2001. Por supuesto que esto no es tajante, 2001-2002 es el inicio de un proceso político que se va entendiendo cuando uno toma distancia. Pero en el 2001 se produce un cisma en los dos sistemas: el Sistema de Medios y el Sistema de Partidos Políticos, porque en realidad estamos frente a una crisis institucional que problematiza fundamentalmente la crisis en el Sistema de Partidos Políticos y cuestiona también el rol de los medios.

Recordemos lo que fue el 2001-2002 y el fuerte rechazo social a la dirigencia política y con ello al Sistema de Partidos. Y en los medios también, tangencialmente y a veces un poco más directo, terminó modificándose, de alguna manera, ese espíritu con el que se habían manejado antes, fundamentalmente en los '90. Este fin de las ideologías que supuso la instalación y no discusión de las ideas de neutralidad y objetividad periodística, que por suerte, los que estuvimos en los '90 en esta Escuela sabemos que no fue tal.

Y comienza a abrirse un proceso político social que problematiza las instituciones básicas del republicanismo. Las instituciones, medios, partidos y todas las instituciones que conocemos como tal son hijas de las relaciones de fuerza de una sociedad. Hay una relación de fuerza entre ciudadanos, bienes y delincuentes y aparece la Justicia. A medida que la sociedad va modificando sus relaciones de fuerza se van modificando también sus instituciones. Recordemos que en el año 2007 la principal crítica de la oposición hacia el gobierno de entonces era la crisis institucional que vivía el país. En realidad no era una crisis institucional, era una conversión de las instituciones, que habían nacido bajo las relaciones de fuerzas de una crisis anterior, de periodos anteriores, y que a partir del proceso político, para bien o para mal, eso depende de cada quien,

se iba modificando. Se modifican esas instituciones efectivamente y por eso esta crítica de la oposición en el año 2007.

Y se empiezan a desnudar intereses, a partir de que las instituciones empiezan a estar en crisis. Por todo esto, no es casual que en el año 2009 y con sólo dos meses de diferencia, se dictan dos leyes que afectan directamente a los intereses de estos dos sistemas. En diciembre de 2009, se dicta lo que se conoce después como la Ley de Partidos Políticos y en octubre se dicta, como sabemos, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. En tan sólo dos meses de diferencia se establecen dos leyes nuevas que afectan directamente a dos sistemas fundamentales en un régimen democrático, cualquiera sea éste, pero que viene a poner en escena una nueva forma de mirar, una nueva forma de discutir a los partidos políticos y a los medios de comunicación. En términos concretos, la Ley de Partidos Políticos estableció que 200 partidos perdieran su personería jurídica. Esos partidos que tenían la función de ser intermediarios entre la sociedad y el Estado y que después se habían convertido en maquinarias editoriales, en sellos, en meros sellos que se habían desideologizado -con una ideología profunda detrás, claro!- perdieron su personería jurídica. Y pasamos de tener en 2003 - me puedo estar equivocando en algún dato - 23 candidatos a presidentes' lo que no expresa un grado de pluralidad sino que expresa que la política es un gran negocio- a tener en el año 2011, 7 candidatos a presidentes, a partir de la Ley de Partidos Políticos. Esta Ley estableció principios que hicieran que sus partidos políticos comenzaran a respetar, en términos políticos y no meramente como maquinarias electorales, lo que suponía la presentación política de la ciudadanía.

Por otro lado, tenemos la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, que la conocemos mucho más de cerca, y aún se lucha para ponerle fin a la concentración oligopólica. Pero mientras tanto, mientras en la Justicia se pone en debate todo esto, se abrió la discusión a un hecho más importante que tuvo que ver con poner en escena, poner en debate, sacar de los estudios de televisión, de las redacciones, la discusión del periodismo y llevarla a la calle. De ese modo, hacer crítico el hecho o la idea instalada años atrás de la objetividad, de la neutralidad, de la imparcialidad.

Hoy es muy difícil, se esté del lado que se esté, y aun con esta idea de confrontación instalada, pensar que un medio va a hablar desde la neutralidad, la imparcialidad y la objetividad. Eso se logra a partir de un objetivo que era secundario en la Ley, que era poner en discusión a los medios de comunicación, poner en discusión a las instituciones que habían entrado en crisis en el año 2001. Se reconfigura de esta manera la mirada

sobre el periodismo en los medios. A partir de la fuerte presión social, hoy, a diferencia de los '90 en donde veíamos que se había perdido la línea editorial de un medio de comunicación y se había perdido la doctrina o se había perdido la línea ideológica de un partido político; hoy es mucho más fácil establecer en un espectro ideológico o poder situar a un partido político y es mucho más fácil poder definir, en términos políticos, la línea editorial de un medio. Esto tiene que ver con la crisis que afectó a estos dos sistemas, que se reconfiguraron por un lado por iniciativa del Estado a partir del dictado de estas dos leyes, pero fundamentalmente por la motivación política de una sociedad que buscaba y que se dio cuenta de que era necesario problematizarlos. Esto sucedió a nivel nacional, en los partidos políticos -desde mediados de los '80, los '90 e incluso en 2001- y también en los medios de comunicación: entró en crisis esta idea y se pudo ver una reconfiguración distinta de ambos sistemas.

En el año 1999 los tres principales candidatos a Presidente fueron: Duhalde, De la Rúa y Cavallo. ¿Hoy quien se animaría a establecer una diferencia política entre estos tres?

En el año 2007, ocho años después, los tres principales candidatos a Presidente fueron: la actual Presidenta, Elisa Carrió y Roberto Lavagna. Quienes en sí mismos se definen en otros términos políticos, quienes más allá de las posiciones que uno pueda tener, la simpatía que uno pueda tener. No se puede desconocer que ellos mismos abrieron sus posiciones al debate y se definieron, se autodefinieron, políticamente.

Uno sabía bien en el 2007 qué estaba votando y uno sabía bien en el 1999 que votando una de las tres opciones electorales, votaba más o menos lo mismo porque los partidos se habían desideologizado; a tal punto que el Presidente ganador de 1999, convocó después a uno de sus contrincantes para ser el Ministro de Economía, un tecnócrata.

Esto sucede, ciertamente a nivel nacional, pero más aún en Córdoba. Tengo la convicción de que Córdoba está retrasada al menos diez años, en relación a los cambios que se van sucediendo a nivel nacional. Mientras a nivel nacional eran estos los tres candidatos a Presidente -Cristina Fernández, Elisa Carrió y Roberto Lavagna - aquí en Córdoba los dos principales candidatos a Gobernador fueron Juan Schiaretti y Luis Juez. Tuvieron un resultado electoral muy reñido, un punto porcentual nada más. Hubo denuncia de fraude pero en sus discursos políticos se advertía una imposibilidad absoluta de corroborar que había una diferencia política. Eran inexistentes las diferencias políticas a tal punto que los equipos económicos de Juez y de Schiaretti estaban conformados por tecnócratas

que venían de la misma usina ideológica. Mientras a nivel nacional era posible empezar a ver y a comprender cómo el Sistema de Partidos Políticos y el Sistema de Medios de Comunicación comenzaban a entrar en discusión política, comenzaban de nuevo a ideologizarse, aquí en Córdoba eso no sucedía. Eso pasó en el 2007, también en el 2009; incluso los candidatos del kirchnerismo, Eduardo Accastello y Carmen Nebreda, no dijeron en ningún momento que eran los candidatos del oficialismo. Hicieron una campaña ocultando sistemáticamente que formaban parte de partido del Frente para la Victoria y así se equipararon al resto de los candidatos.

¿Qué sucede con eso? ¿Cuál es el problema? Dice Kirchheimer, el autor de esta idea de “*Catch-all party*”, el Partido *Atrapa-todo*: cuando se utilizan tantos tópicos iguales: educación, seguridad, salud, empleo, se pone al descubierto una debilidad, ya que de esta forma los Partidos *Atrapa-todo*, los que rigen en Córdoba, se exponen a los mismos riesgos a los que se enfrentan todos los productores de bienes de consumo. La competencia produce casi el mismo artículo, los partidos políticos se exponen a eso, a ofrecer el mismo artículo. Y no sólo los partidos políticos, sino que en Córdoba los medios de comunicación también se exponen a lo mismo. En primer lugar porque los medios de comunicación en Córdoba sufren la misma lógica que a nivel nacional, la concentración oligopólica. En segundo lugar, porque al ser una ciudad un tanto más chica y al tener bastante menos medios, esa concentración oligopólica ha generado que la construcción de la agenda periodística, por lo tanto las condiciones, los condicionamientos y las libertades, estén en manos de un principal medio gráfico, de dos radios y de un canal de televisión que, en general, forman parte no sólo de un mismo espectro ideológico sino también del mismo grupo ideológico. Eso ha generado que la construcción de la agenda diaria, que habitualmente está retrasada una década en términos de cambios políticos y en términos de cambios comunicacionales, esté en manos de este grupo de medios, lo cual no está bien ni mal, no es una valoración política el análisis de medios que se puede establecer sobre sino que el problema es la falta de pluralidad.

El principal problema no es que estos medios construyan la agenda, sino la imposibilidad de poder sortear esa trampa y de que los periodistas y los que se están formando en comunicación no advirtamos que el principal objetivo del periodismo actual es trascender las condiciones y condicionamientos que tiene la práctica profesional para poder sortear la construcción de esa agenda, algo que no sucede.

En Córdoba, así como hay cierta orfandad de sujetos políticos para la disputa ideológica, a partir de esta construcción y de la instalación de la agenda en manos de muy pocos, ha estado muy presente la idea noventista de la objetividad y de la imparcialidad. Pero no es éste el principal escollo, el de los medios que construyen la agenda; sino el del resto de los medios, que debiéramos a animarnos a comenzar a construir otra agenda.

“La Argentina está en una etapa de vibrante libertad democrática”

Mario Wainfeld

Un enorme agradecimiento a las autoridades de la Escuela de Ciencias de la Información, a la de la Universidad de Córdoba, a las de este encuentro en general por permitirme la oportunidad de huir del mundanal ruido por un rato, de sumergirme entonces un ratito y de tratar de pensar, de buscar la prospectiva de lo que viene, francamente, muy bien.

Mi abordaje se diferenciará notoriamente del de Christine Legrand en varios aspectos. En primer lugar no tiene un orden y estructura, en segundo lugar, es de cabotaje, es decir que se refiere básicamente a la Argentina y a sus características, cada uno habla un poco de la galaxia, de su universo o desde la experiencia en que se mueve.

Vale también el saludo a todos los periodistas, trabajadores de la comunicación de la Argentina en su día.

Y para empezar a pensar y a conversar, uno diría ¿Qué tiene que ver un periodista de hoy con el diario La Gaceta? Es decir, ¿en qué se parece un periodista argentino a Mariano Moreno? Y de nuevo podría decir que sin dudas es fácil encontrar diferencias, pero la muy básica e interesante es que para algunos periodistas el periodismo no es lo que era para Moreno, para Sarmiento o para Rodolfo Walsh, un instrumento de la política, sino sólo una profesión determinada, una actividad determinada. Algunos pensamos que son las dos cosas y aparte ahí se terminan nuestras diferencias, nuestras semejanzas con Mariano Moreno.

Se habla de condiciones, condicionamientos, libertades; se nos pidió que habláramos de eso en el ejercicio del periodismo.

Uno elige un recorte, necesariamente no se puede hablar de todo. Elegiré la discusión sobre la libertades, el contexto actual, el modo en que se hace el periodismo y si se quiere algunos *tips* de cómo creo yo que se hace el periodismo hoy, aquí en esta etapa de la Argentina; con modestia,

porque uno no es nadie, hablando sencillamente del módico lugar que le toca, no mucho más.

No enfatizaré tanto, pero no puedo dejar de mencionar que uno de los condicionamientos básicos de la actividad periodística, de la actividad de comunicación, es obviamente el condicionamiento económico y el condicionamiento en relación con las empresas; son las formas de trabajo, son las formas de explotación que existen, los distintos modos de informalidad que existen en la actividad periodística como existen en muchos otros. No voy a hablar principalmente de eso, pero no puedo dejar de mencionarlo, no puedo dejar de decir también que me cabe el lugar de ser un privilegiado relativo en ese esquema porque he tenido la suerte, la posibilidad de hacerlo, pero de cualquier forma soy un trabajador en relación de dependencia en el diario en que me manejo. Tal vez con mucha libertad, tal vez con un poquito de poder interno y que soy trabajador contratado de los medios audiovisuales por años. Entonces no es que uno tampoco está tan por fuera de todos esos condicionamientos, que de todas formas no son el centro de mi punto de debate.

El centro de mi posición, es en qué contexto histórico estamos, en qué etapa de la historia argentina, qué clase, cuánta libertad, qué cumulo de libertad hay y cuánto, cómo se discute hoy. Contra la voz imperante, creo que la Argentina está en una etapa de vibrante libertad democrática y no formará parte de mi exposición discutir cuanto ha contribuido el actual gobierno, cuanto han producido los otros. Desde mi punto de vista, lo importante es que en 30 años de historia democrática, la sociedad argentina atraviesa un estadio único, que a veces no sabemos medir, valorar, que a veces distraídos en nuestras pugnas, que son muy importantes y que son muy interesantes y a menudo son muy divertidas, perdemos de vista.

La Argentina lleva 30 años de democracia consecutiva y tiene su sociedad y sus medios; tiene una agenda pública de un nivel de sofisticación y amplitud como no tuvo nunca, digo yo que tengo 64 años. Esto es decantación y es aceleración, no me detengo a analizar que pasó de 2003 a 2013, eso es otra historia. Tengo un punto de vista y muchos lo conocen. Pero no importa eso ahora.

Cuando la Argentina salió de la noche de la dictadura, la agenda que se proponía era una agenda ingenua y esquemática. Lo cual es muy lógico, tampoco me detendré ni abundaré en esto. Es muy lógico porque primero la salida de la dictadura fuerza tres o cuatro prioridades y no mucho más; segundo porque algo que no se dice mucho, que es medio evidente pero que tampoco se dice del todo, es que en la dictadura se

embrutecen todos, aún aquellos que se le oponen, o sea limita a todos, porque para eso son las dictaduras; la falta del espacio democrático, la falta del debate no sólo condiciona, no sólo es la condición de existencia o el modo de expresión de los dictadores. Es también la limitación que tienen los otros al no tener derecho de discutir en la calle, discutir con otra persona, controvertir posiciones, se tienen prohibiciones de lectura. Eso no lo puede superar un colectivo, no lo puede superar una persona individual, no lo puede superar un grupete de estudio. Entonces, la comparación del estadio actual con la dictadura es mala, porque después de 30 años de democracia uno puede tener la exigencia básica y avara de estar mejor que en ese momento. O sea, en ese momento estábamos como estábamos y ahora debemos estar mejor y he aquí que estamos mejor.

En una mesa de café en la Argentina de hoy - tal vez no en absolutamente cualquier sector social pero en muchos - las personas del común pueden hablar de feminicidio, de imputabilidad, de la edad de imputabilidad de los menores, de fertilización asistida, de muerte digna, del Consejo de la Magistratura, que es un bofe intragable. Es decir, pueden tocarse una cantidad de temas que hace años ni por asomo se podían mencionar y hablan con cierta pertinencia porque han acumulado discursos, porque han escuchado distintas posiciones y, en muchísimos casos, porque se han construido luchas sociales, organizaciones públicas que defienden determinados intereses de minorías o de sectores determinados, que han contribuido a instalarlos. Esto se acumuló, se sedimentó en 30 años y forma parte de la agenda común. Cualquier comunicador que tiene un programa de radio sabe que si uno habla de muerte digna llaman 50 oyentes a tener posiciones diferentes y hablan de encarnizamiento terapéutico, tienen jerga, tienen posibilidades, tienen recursos técnicos. Ese público lo tenemos hoy quienes comunicamos. Nos deberíamos congratular de eso, nos congratulamos, lo cual nos establece una doble o una triple obligación, porque por ello tenemos que hablar.

La Argentina ha pasado en este proceso democrático por un proceso de politización activa en su comienzo, dos o tres trances de apatía o de bajón o pérdida y un resurgir de la politización que existe en estos tiempos. Acá a cada cual le gusta o no le gusta, a mí me gusta entenderlo así, en el marco de una sociedad informada por una agenda vasta, demandante como es la sociedad argentina, fastidiosa, jacobina. La Presidenta de los argentinos dijo una vez que gobernar cualquier país es difícil, pero la Argentina un poco más. Con delicadeza la Presidenta no debía decir eso porque pareciera decir que la Argentina tiene un rizo más,

pero creo que tiene razón. La Argentina se ubica en el *ranking* de los países más difíciles de gobernar porque tiene una sociedad reclamante, muy jacobina, que se organiza muy velozmente en defensa de intereses. Tiene ciudadanos muy hábiles para salir en los medios, para expresar, crear eslóganes, consignas, culpar a uno, responsabilizar al otro; que es lo que hacemos en los medios, implicar e implicarnos al máximo para contribuir a la construcción de un cuadro de situación y cúmulo de demandas muy precisas.

Entonces, es interesante que en la Argentina muchas tertulias de café hablen de temas sofisticados de los que antes no se hablaba, sobre todo porque en la Argentina la gente puede pasar de la tertulia a la calle con enorme facilidad, apenas le toquen un tema, lo rocen con facilidad o suceda algo.

Entonces con ese público nos encontramos nosotros, un público muy politizado por lo demás en esta etapa y muy fragmentado por preferencias, ya lo sabemos. O sea, hay un público de Víctor Hugo, hay un público de María O'Donnell, hay un público de Magdalena Ruiz Guiñazú, hay un público de tal, hay un público de cual; el público se segmenta por preferencia y eso conjuga la lógica del mercado con la lógica política. Que el público se segmente por preferencias es la lógica del mercado, a mí me gusta éste, no me gusta aquel, voy acá, voy allá. Con la lógica política también, eso es pluralismo, me gusta este emisor, no me gusta aquel, quiero escuchar a éste, quiero escuchar a aquel, quiero leer este medio y no quiero leer a aquel. Segmentación por preferencia es en el fondo democracia, no hay que preocuparse tanto por eso en la medida de que todos trabajemos con ciertas reglas de estilo.

Esa politización ha ido acompañada a partir de la nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual por un fuerte develamiento y una fuerte rebelión frente al rol de los medios, a la intangibilidad de los periodistas y a una cantidad de cuestiones que antes se daban por estables y sacralizadas que, de repente, se pusieron en entredicho, se pusieron patas para arriba, se discuten, no se aceptan así nomás.

Si uno tuviera que decirlo en una frase para abreviar un proceso que ustedes conocen bien, yo diría que lo que sucedió - para sorpresa de los grandes y pequeños medios y para sorpresa de los periodistas grandes y pequeños-; es que entre todos, medios, periodistas, oyentes, televidentes, lectores nos decimos una frase que es muy argentina durante una discusión pública: “¿Vos quién te crees que sos?”. Esta expresión se la tomó con una variante a Guillermo O'Donnell, un maestro y un guía. Es interesante

porque “¿quién te crees que sos?” no quiere decir que vos no sos, sino que vos te crees más de lo que sos. Es decir, si un policía me interpela y me pide algo ¿quién se cree que es? Entonces, él se cree que es policía, en realidad se cree bien; o cuando una autoridad me dice algo, no es que yo niegue su investidura. Lo que niego es la relación de fuerza, de autoridad que plantea conmigo y esto es lo que está en juego. Lo cual a los periodistas los pone locos o nos pone locos y a los medios dominantes los pone locos. Sin embargo es fascinante, es interesante. Esta forma de develamiento que implica la idea de “pongo en cuestión como vos ponés al mundo y vos formás parte del mundo que está en cuestión”, a mí me parece filosóficamente irrefutable. Develamiento que alcanza también al poder que hay en los medios y a las personas o protagonistas que se manejan en ellos.

Me permito un ejemplo de ficción. Supongamos que en el 2008 hubiéramos tenido este encuentro y hubiese entrado Héctor Magnetto, la persona más poderosa de la Argentina, se hubiera sentado y nadie se hubiera dado cuenta. ¿Cuántas personas de este Congreso conocían a Héctor Magnetto en el 2007? ¿Cuántas personas conocían la cara de esa persona? Que será bueno, será malo, discutamos eso después. Unas de las personas más importantes y poderosas de la Argentina tenía el privilegio de esconder su rostro, porque así lo había decidido, porque si quería mostrarlo tenía medios para mostrarlo. Es decir, si entrara ahora, todos susurraríamos, lo aplaudirían algunos, otros no, lo criticarían, otros pensarán “¿habrá amenazado a Lidia Papaleo?” Algunos dirán, no, de ninguna manera, es un prócer. Dirán lo que dirán, pero lo conocen. Todo este trámite puesto en una palabra de moda muy impropia tal vez, es una interpelación gigantesca para todo el periodismo y para todos los que trabajamos en esto.

Hasta acá las buenas noticias, hasta acá la parte más entusiasmante del proceso o de lo que va pasando. Hablemos un poco de lo que podría pasar. Estos son los condicionamientos y esta es la etapa de enorme libertad donde se dice cualquier cosa en la Argentina.

Yo le quiero preguntar a Christine Legrand, le quisiera apelar a su memoria: ¿Ella escuchó en tanto tiempo que estuvo en Estados Unidos, en el período de oro de la discusión pública, ese período donde contestaban todas las preguntas, que alguien le preguntó al vocero si el Presidente era bipolar? ¿Alguien le dijo al Presidente que se limpiaba el culo con la Constitución de Estados Unidos? Esto se dice en la Argentina, en un medio masivo ante millones de espectadores y, a pesar de ello, se discute si hay libertad. Tal vez es feo hablar de exceso de libertad, no la hay, pero

digamos que es chocante que se hable de falta de libertad cuando se toman tantas franquicias a la hora de discutir o plantear las cosas.

Frente a todo este nivel de exigencia tan interesante, aceptando que la fragmentación de preferencias es también fragmentación de definiciones políticas - lo que no me parece mal-; frente a una sociedad democrática, inteligente, con ciudadanos activos y demandantes, surge ahí la obligación de los periodistas de estar a la altura y eso es complicado. Más allá de que el público es inteligente, bien informado, algo tenemos que hacer los periodistas y no siempre hacemos, y es informar más de lo que saben nuestros oyentes, lectores, nuestro público en general; ampliar su esfera de saberes, proponerle complejidades, proponerle matices. Todos cuestionamos la banalidad del mal, pero en nuestro trabajo cotidiano deberíamos prevenirnos de la banalidad del bien. Es el hecho de arrastrarnos o revolcarnos en los lugares comunes que nos interesan o nos gustan, es confortarnos en los niveles de acuerdo que tenemos con nuestro público o con algunos locutores y no proponernos superarnos, es no agregar valor a lo que propone la gente que piensa parecido a nosotros. Yo a veces lo digo en una consigna con los compañeros que trabajo, sobretodo en radio. Digo: “Si nosotros vamos a decir al aire los mismos argumentos y razonamientos que vuelcan nuestros oyentes al teléfono, si nuestros oyentes llaman y dicen esto es abc, abc, abc, Macri esto, Cristina esto, De la Sota esto, la Argentina, el Mercosur, lo que fuera; y nosotros decimos lo mismo, la pregunta es “¿Para qué nos pagan?”. Si nosotros no somos capaces de estilizar, complejizar, hacer algo que le agregue valor a lo que piensan nuestros oyentes. Y diré, esto es un sistema de tensión con los oyentes o con los lectores o con los televidentes, porque los oyentes a menudo se confortan con eso nomás; es decir quieren sencillamente escuchar en el medio o del periodista el eco de eso, es un dialogo en eco. Y sin embargo el deber complejo del comunicador es por un lado escuchar o atender lo que el público o quienes no lo son, o el conjunto de la sociedad demanda, entiende, anhela o busca, en forma a veces imprecisa. No dejarse conducir por sus propios oyentes o por sus propios lectores. Es decir, tener la posibilidad y la perspectiva de ampliar las fronteras del conocimiento, de la información, de los claros-oscuros, de la dialéctica que recorre cualquier sociedad; o sea, la obligación de enriquecer. Esto lo hacemos y a veces no lo hacemos, no lo hacemos del todo y es lo más grave para a los que decimos que la información es un derecho ciudadano, que debe ampliarse, que debe haber más voces, que deben ser conocidas más realidades, que las minorías deben ser escuchadas y a veces pensamos en nuestro propio

público como un perro de Pavlov que reacciona en cierta forma, que ante una palabra, un estímulo, un tópico; reacciona y aplaude, esa reacción puede ser gratificante y dice: “Bien Mario”, dijiste esto. Hay que esforzarse para da,r e insisto, esto es complejo porque el público es inteligente, porque el debate público es alto, lo cual duplica el esfuerzo pero para eso se supone precisamente está trabajando un periodista.

Otro punto, si uno discute con un *establishment*, con un sistema de valores establecidos, con un modo de comunicación establecido, si uno discute con un *statu quo*, uno no puede limitarse a decir sencillamente yo no soy el *statu quo*, yo soy el espejo deformante del otro, donde si él dice sí yo digo no, donde si él dice más o menos yo digo mucho y así sucesivamente. Discutir políticamente o culturalmente determinadas formas de hegemonía supone necesariamente proponer otros formatos, otros modos de relato, otra agenda; no solo un discurso diferente o una posición diferente, un modo de editar diferente, un modo proponer. Ahora esto no es nada fácil porque uno está formado en el mundo de lo existente, y esto significa un nivel de creatividad y de desafío muy interesante, pero sin embargo hay que hacerlo; hay que contar distinto, hay que tener otro estilo, hay que tener otros tiempos si se quiere, cada uno lo puede hacer como quiere. Yo no estoy estableciendo un decálogo de cómo hacerlo porque no soy quien, aparte creo que esta tarea es plural y diversificada, cada uno lo hace como puede y quiere. Lo que sí estoy convencido es que ser alternativo no es sólo tener un discurso distinto al del otro en materia de comunicación, es comunicar distinto.

¿Para qué comunicamos? O ¿qué pensamos del público para el que comunicamos? ¿Qué esperamos cuando comunicamos? ¿Qué espero yo en cualquier caso?

Cuando me siento para escribir, no pienso en amargarle la vida a mi lector, cuando empiezo el programa de radio menos; la radio es otro medio, muy cálido. Pero yo no pienso como le voy a agregar indignación si escucha este programa. Y no es que yo le ahorre contenido, por lo menos trato de no hacerlo, no le ahorro tragedias -inundaciones, el mal del mundo o el mal de la Argentina-. Lo que digo es, mi propuesta es que la gente sonría. Hace 10 años que estoy en radio y mi programa se emite de lunes a viernes. Su último tramo es gente cantando en coro y esto para mí no es un chiste, -aunque me divierte muchísimo-, es una propuesta editorial. Esto es decirle a la gente “yo vengo acá, yo me esfuerzo mucho, tengo un equipo noble, notable, tengo gente que estudia, tengo catedráticos importantes como columnistas y vamos a trabajar y estudiar mucho. Ahora si podemos

mejorarte la vida, lo que significa darte buena información, dotarte de medios para que vos resuelvas tus propios fines...”. Porque además, el que conduce un programa o el que escribe una editorial, no conduce a nadie, no es conductor político de nadie. Son, repito, medios para que ellos determinen sus propios fines y lo que uno trata al comunicar es ser respetuoso de su inteligencia, dar por hecho que necesita más información, mas matices y más sutilezas de las que tiene por sí mismo o por sí misma. Por otra parte, hacerle agradable la vida, que no es nada malo y que está inscripto en la ideología y la visión del mundo que tengo yo, y que es parte de una visión “populista”, que consiste en facilitar y posibilitar la vida a los demás. No estoy diciendo que vivimos en el mundo de los Ingalls, si es que la Familia Ingalls era ideal o estar en Disneylandia, si es que en Disneylandia se vivía bien, no quiero que se entienda de esa manera.

En el mismo sentido, ante una sociedad cabal y rigurosa nadie puede comunicar con un vocabulario de 200 palabras de las cuales 50 sean insultos. Pienso que no se debe hacer, creo que eso es subestimar la ecología social, perjudicar el medio ambiente cultural. Esta es mi opción, lo cual significa que hay que hacer un gran esfuerzo.

No puedo conformarme con dar la información o el lenguaje que corresponda a su segmento menos exigente o menos dotado; tengo que tener el ingenio para que ese público me entienda. Pero que otro público de más cualidades y de más competencias también me entienda y se sienta representado.

Tenemos un público relativamente preparado y politizado, no resisto la idea de que uno deba escribir para el último lector de la Revista Viva, dicho con todo respeto para con la Revista Viva y con el último lector; pero uno no debe escribir ni debe hablar para ellos. Creo que eso con la actividad docente es diferente porque uno tiene que ansiar estirar un poco la línea, de darle un poco de tensión al público.

Creo también que el uso de la agresión o de la mala palabra es funcional a una visión del mundo que no es la mía. Esto va también para los compañeros y amigos que piensan parecido y que entran esa disputa. A mí me parece que es un error, pero cada uno hace lo que quiere por supuesto. No estamos hablando de falta de veracidad, de falta de rigor, de distraer de información al público. Estoy hablando de diferenciar información de opinión, de sincerar la parte de opinión y de sincerar la propia premisa. Es decir, yo al mundo lo pienso así, a mí me gusta más esto que aquello, a todo el mundo le gusta más una cosa que la otra. Cuando se edita cualquier cosa, siempre se toman decisiones todo el tiempo. Tomo un

riesgo sideral, voy a hablar de fútbol ahora. Cuando se transmite un partido de fútbol y el director elige mostrar a la tribuna o mostrar al técnico en vez de mostrar al jugador que se está desarrollando es una decisión táctica, yo diría que es una decisión casi moral, a mí no me gusta. Pero en cualquier caso es una decisión, ni un partido de fútbol se transmite sin una decisión editorial. Cuando Crónica Tv pasaba larguísimos momentos en crudo, - pasar imágenes en crudo me parece fascinante-; es una decisión editorial. Se elige entre las múltiples alternativas que tiene hacer crudo, siempre se decide, siempre se hace.

Voy terminando... Leer los textos de Rodolfo Walsh, aún la terrible Carta Abierta a la dictadura militar, es un goce y un placer, es un ejemplo de estilo y de calidad. Rodolfo Walsh les proponía a sus compañeros Montoneros no tener un déficit de historicidad, comprender el mundo en el que estábamos, releer la historia Argentina, conocerla y compararla. Rodolfo Walsh en sus últimos días decidió - después de haber pensado que la literatura no servía - volver a la literatura. Escribió la Carta Abierta y, como dice Miguel Ferreira, estaba escribiendo también un libro de ficción que se perdió en la brutalidad de los represores. A ese Walsh tenemos que recordar y como estamos en otro momento, me permito decir algo más. Hay dos frases de nuestro himno nacional que son un poco contradictorias. En la época de Walsh que yo viví, nos fascinaban las dos últimas estrofas del himno nacional. Aquella que dice: “coronados de gloria vivamos” y, sobre todo, “O juremos con gloria morir”. En esta época más tranquila, más decantada en la que todavía hay mucha violencia, violencia institucional, violencia de Estado, pero muere menos gente; “poner en trono la noble igualdad”, es una idea más interesante, de más largo plazo, más accesible y más deseable que la de “morir con gloria”, que no es lo mejor que puede pasar. Es el mejor deseo de una sociedad que tiene pulsión de vida y no pulsión de muerte; pulsión de bienestar o de búsqueda de bienestar, de búsqueda de dignidad.

En esta sociedad democrática, hay mucho por construir, hay mucho por hacer. Se ha construido mucho, se ha avanzado en muchas cuestiones, estamos en una sociedad libre y eso redobla la necesidad de hacer las cosas bien y de conservar las conquistas. Las conquistas, en definitiva, son algo que se sacan de alguien, que se traen de alguien, no surgen de un vergel o de una gracia natural. Todo esto hay que defender y hay que mantener, pero también hay que ampliar las fronteras, ampliar los márgenes, hay que demandar más, tener más calidad y más decisión en todo lo que se hace.

Digo una última cosa referida a un aniversario de algo más chico: los cuatrocientos años que está por cumplir la Universidad Nacional de Córdoba. La familia Wainfeld está por cumplir en la Argentina más o menos ciento veinte años. Mis abuelos vinieron acá como ocurrió con el resto de los inmigrantes y podrían haber ido a cualquier otro lado. Yo tengo la característica familiar de que mis hijos son la tercera generación de argentinos, son la tercera generación de egresados universitarios de la Universidad Nacional de Buenos Aires, de distintas carreras, lo que también es gratificante. Este es el país. La Argentina es un país de piso alto, tuvo un Estado alto, hoy tiene un Estado “recauchutado” pero que es alto comparado con los países vecinos y hermanos. Aunque es bajo comparado con los estándares que tenemos nosotros. La Argentina es el país de la educación pública y obligatoria desde hace muchísimos años, y del sufragio obligatorio y universal también desde hace muchísimos años.

Tenemos un país difícil y doloroso en el que ha corrido demasiada sangre y que todavía corre por acá y por allá, aunque no en las condiciones de otros tiempos. Y, a la vez, tenemos un país jacobino, disputador, peleador, interesante, frente al cual los periodistas -sobre todo aquellos que tenemos la fortuna y el privilegio de poder comunicar en un marco de dignidad y de respeto a nuestras ideas-, tenemos mucho por hacer, un enorme privilegio y una cantidad gigantesca de desafíos.



*Encuentro Panamericano
de Comunicación - VI PANAM 2013*



UNC

Universidad
Nacional
de Córdoba



ECI
Escuela de Ciencias
de la Información

ISBN 978-950-33-1174-5



9 789503 311745