



Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

133
diciembre 2016
marzo 2017

Capitalismo Cognitivo y Comunicología

La subsunción
del trabajo intelectual



EDITOR

Francisco SIERRA CABALLERO

COORDINADOR EDITORIAL

Gabriel GIANNONE

SECRETARIA DE REDACCIÓN

Rosa ARMAS

CONSEJO DE REDACCIÓN

Amparo CADAVID

UNIMINUTO, Colombia

Fernando CASADO

Instituto de Altos Estudios Nacionales, Ecuador

Ana María DURÁN

Universidad del Azuay, Ecuador

Pablo Andrés ESCANDÓN MONTENEGRO

Medialab Quito-CIESPAL, Ecuador

Eduardo GUTIÉRREZ

Pontificia Universidad Javeriana de Colombia

Eliana del Rosario HERRERA HUÉRFANO

UNIMINUTO, Colombia

Octavio ISLAS

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Daniel Fernando LÓPEZ JIMÉNEZ

Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Efendy MALDONADO

UNISINOS, Brasil

Claudio Andrés MALDONADO RIVERA

Universidad Católica de Temuco, Chile

José Rafael MORÁN

CIESPAL, Ecuador

Francisco Javier MORENO

CIESPAL, Ecuador

Fernando ORTIZ

Universidad de Cuenca, Ecuador

María PESSINA

CIESPAL, Ecuador

Abel SUING,

Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

Nancy Graciela ULLOA ERAZO

Pontificia Universidad Católica del Ecuador (Sede Ibarra)

Rosa VALLEJO CASTRO

CIESPAL, Ecuador

Jair VEGA

Universidad del Norte, Colombia

José VILLAMARÍN CARRASCAL
Universidad Central del Ecuador

Jenny YAGUACHE,
Universidad Técnica Particular de Loja, Ecuador

EDITORES ASOCIADOS

Norteamérica

Jesús GALINDO
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México

Centroamérica

Hilda SALADRIGAS,
Universidad de La Habana, Cuba

Área Andina

Karina HERRERA MILLER,
Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Cono Sur

Lorena Mónica ANTEZANA BARRIOS
Universidad de Chile

Brasil

Denis PORTO RENÓ,
Universidade Estadual Paulista, Brasil

CONSEJO CIENTÍFICO INTERNACIONAL

Rosa María ALFARO
CALANDRIA, Perú

Luis Ramiro BELTRÁN (+)

Enrique BUSTAMANTE
Universidad Complutense de Madrid, España

Mauro CERBINO
FLACSO, Ecuador

Eliseo COLÓN
Universidad de Puerto Rico

Miquel DE MORAGAS
Universidad Autónoma de Barcelona, España

José Manuel DE PABLOS
Universidad de La Laguna, España

Carlos DEL VALLE ROJAS,
Universidad de La Frontera, Chile

Juan DÍAZ BORDENAVE, (+)

Heidi FIGUEROA SARRIERA
Universidad de Puerto Rico

Raúl FUENTES
ITESO, México

Valerio FUENZALIDA

Pontificia Universidad Católica de Chile

Raúl GARCÉS

Universidad de La Habana, Cuba

Juan GARGUREVICH

Pontificia Universidad Católica del Perú

Bruce GIRARD

Comunica.org

Alfonso GUMUCIO

Universidad Mayor de San Andrés, Bolivia

Antonio HOHLFELDT

PUCRS. Porto Alegre, Brasil

Gabriel KAPLÚN

Universidad de la República, Uruguay

Margarida María KROHLING KUNSCH

USP. Brasil

Margarita LEDO ANDIÓN

USC. España

José Carlos LOZANO RENDÓN

Universidad Internacional de Texas A&M. EE.UU.

José MARQUES DE MELO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

Amparo María MARROQUÍN PARDUCCI

Universidad Centroamericana, El Salvador

Jesús MARTÍN-BARBERO

Universidad Nacional de Colombia

Guillermo MASTRINI

Universidad Nacional de Quilmes, Argentina

María Cristina MATA

Universidad Nacional de Córdoba, Argentina

Armand MATTELART

Université Paris 8, Francia

Toby MILLER

Cardiff University, Reino Unido

Walter NEIRA

Universidad de Lima, Perú

Neyla PARDO

Universidad Nacional de Colombia

Antonio PASQUALI

Universidad Central de Venezuela

Cicilia KROHLING PERUZZO

Universidade Metodista de São Paulo, Brasil

María Teresa QUIROZ

Universidad de Lima, Perú

Isabel RAMOS

FLACSO, Ecuador

Rossana REGUILLO

ITESO, Universidad Jesuita de Guadalajara, México

Germán REY

Pontificia Universidad Javeriana, Colombia

Hernán REYES

Universidad Andina Simón Bolívar, Ecuador

Omar RINCÓN

CEPER - Universidad de Los Andes, Colombia

Hilda SALADRIGAS

Universidad de La Habana, Cuba

Francisco SIERRA

USE, España

César Ricardo SIQUEIRA BOLAÑO

Universidade Federal de Sergipe, Brasil

Muniz SODRÉ

Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil

Guillermo SUNKEL

CEPAL - Naciones Unidas, Chile

Erick TORRICO

Universidad Andina Simón Bolívar, Bolivia

Gaëtan TREMBLAY

Université du Québec, Canadá

CHASQUI, Revista Latinoamericana de Comunicación es una publicación académica pionera en el escenario de debate del campo comunicológico latinoamericano. Ha sido creada en el año 1972 y, desde entonces, es editada por CIESPAL, con sede en Quito, Ecuador.

Se publica de forma cuatrimestral, tanto en formato impreso como digital. Su modalidad expositiva es el artículo o ensayo científico. Los textos se inscriben en una perspectiva de investigación y están elaborados en base a una rigurosidad académica, crítica y de propuesta teórica sólida.

Para la selección de sus artículos Chasqui realiza un arbitraje por medio de pares académicos bajo el sistema doble ciego, por el que se garantiza el anonimato de autores y evaluadores. Para llevar adelante el proceso contamos con una extensa nómina de especialistas en diversas áreas de la comunicación y las ciencias sociales.

Chasqui se encuentra indexada en las siguientes bases de datos y catálogos:



CIESPAL

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín • Quito, Ecuador

Teléfonos: (593 2) 254 8011/ Ext. 231

www.ciespal.org

www.revistachasqui.org

chasqui@ciespal.org

ISSN: 1390-1079

e-ISSN: 1390-924X

Coordinador Monográfico Chasqui 133

Francisco Sierra Caballero

Suscripciones: <http://suscripcioneschasqui.ciespal.org>

Diseño editorial

André Maya Monteiro

Corrección de textos

Noemí Mitter, Rosimeire Barboza Da Silva

Maquetación

Arturo Castañeda Vera

Las ilustraciones utilizadas en este número se basan en esculturas de la cultura Jama-Coaque, comunidad indígena que se asentó en lo que es ahora el litoral ecuaroriano, entre los años 500 a.C. y 1531 d.C.

Los textos publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores.



Reconocimiento-SinObraDerivada

CC BY-ND

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

9 EDITORIAL

9 Capitalismo Cognitivo y Comunicología Abierta

Francisco SIERRA CABALLERO

21 TRIBUNA

23 Interpretar los cambios en la comunicación

Miquel DE MORAGAS

31 MONOGRÁFICO

33 Introducción: Una apuesta por pensar desde la tesis del capitalismo cognitivo

Gabriel GIANNONE

37 Nueva división internacional del trabajo, capitalismo cognitivo y desarrollo en América Latina

Carlo VERCELLONE & Pablo CARDOSO

61 La gran ilusión. La praxis del intelectual multitudinario en el paradigma del Capitalismo Cognitivo

Francesco MANIGLIO

79 “Sociedad de Conocimiento para Todos”: una lectura crítica de las visiones de los Estados alemán y ecuatoriano

Michelle Anai RUIZ ANDRADE

101 Contradicción y crisis en el capitalismo cognitivo

Francisco Javier MORENO GÁLVEZ

113 El caso Google Books: ¿usos justos y/o privilegios de copia?

Ariel Hernán VERCELLI, Lucas Dardo BECERRA & Agustín BIDINOST

129 Cooperativas de trabajo en software y servicios informáticos ¿subversión al capitalismo cognitivo?

Agustín ZANOTTI

147 El cientista social ante el Capitalismo Informacional

Matías Alejandro ZITELLO

159 La evaluación de la investigación universitaria en España

Ana JORGE ALONSO & Ruth DE FRUTOS

173 Historia de un secuestro: de la Iglesia a la Marca. Evolución histórica de la universidad en España

Esther SIMANCAS GONZÁLEZ & Marcial GARCÍA LÓPEZ

191 La universidad gerencial en Europa y los procedimientos de evaluación de la “calidad” de la docencia y la investigación en España

Fernando José QUIRÓS FERNÁNDEZ

209 ENSAYO

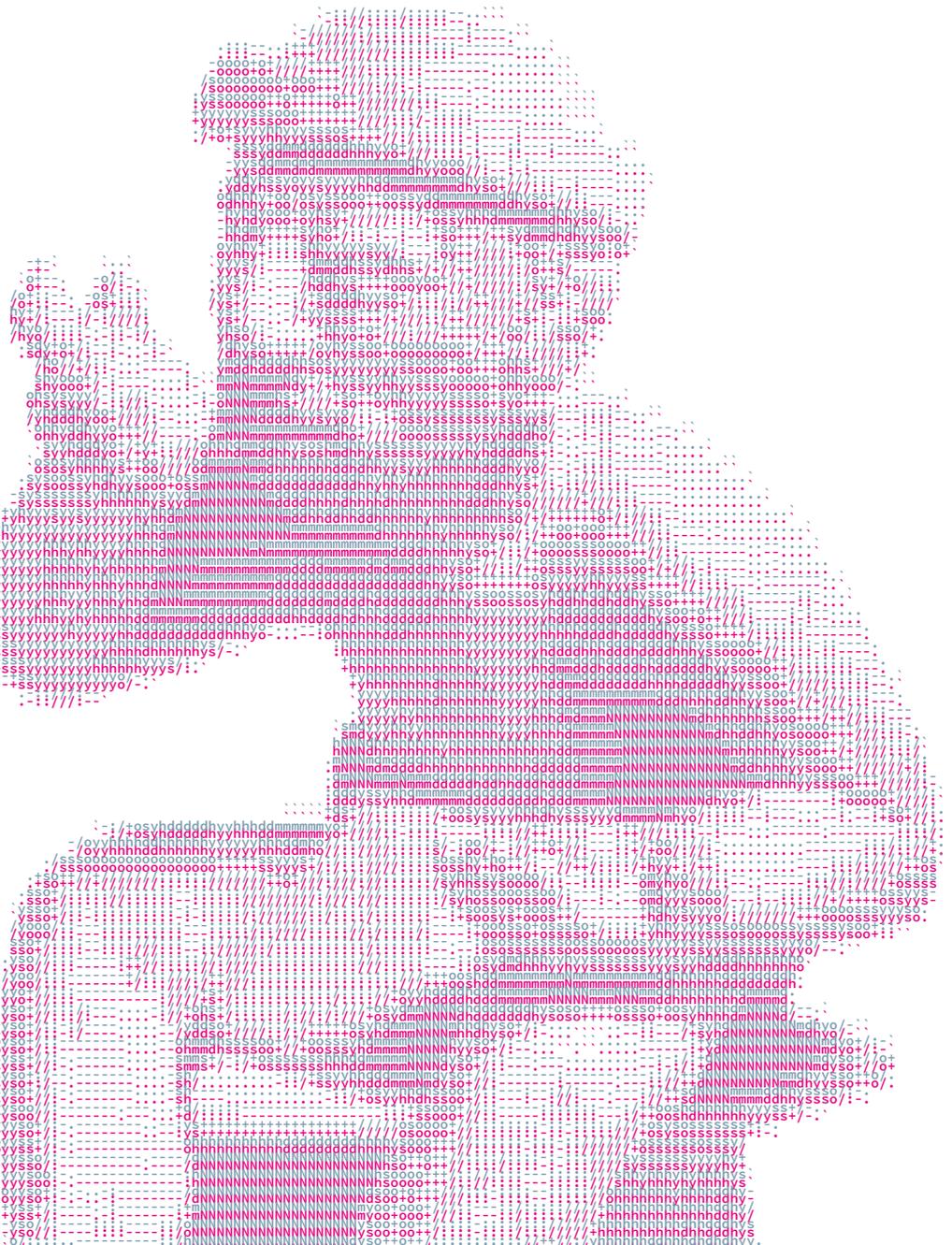
- 211 **Transmetodología em tempos de fascismo social**
Efendy MALDONADO G.
- 229 **Hacia un periodismo intercultural desoccidentalizado. Medios de comunicación y construcción de identidades**
Alex INZUNZA MORAGA & Rodrigo BROWNE
- 247 **Tensiones para un giro decolonial en el pensamiento comunicológico. Abriendo la discusión**
Tanius KARAM
- 265 **Miss Tacuarembó (Martín Sastre, 2010): pensamiento barroco para cuestionar la sociedad que nos crió**
Lucía RODRÍGUEZ RIVA
- 283 **Las estrategias de mercado de Esporte Interativo: regionalización y capital extranjero en la televisión brasileña**
Anderson David GOMES DOS SANTOS & César Ricardo SIQUEIRA BOLAÑO

297 INFORME

- 299 **La diversidad cultural en las políticas de comunicación: un estudio comparado de España y Argentina**
María Trinidad GARCÍA LEIVA & Guillermo MASTRINI
- 317 **Apuntes sobre el turismo. La regulación del disfrute vía mercantilización cultural**
María Belén ESPOZ
- 335 **Experiências de interação de brasileiras com anúncios contraintuitivos protagonizados por mulheres negras**
Francisco LEITE
- 357 **Influencia de la formación académica en la concepción de la profesión periodística en Ecuador**
Javier ODRIOZOLA CHÉNÉ, Juan David BERNAL SUÁREZ & Consuelo AGUIRRE MAYORGA
- 373 **Formación de la agenda pública sobre temas experienciales en Santiago de Cuba durante el año 2015**
Viviana MUÑOZ ZÚÑIGA, Rafael FONSECA VALIDO & Dairon CABALLERO HEREDIA

393 RESEÑAS

Tribuna



Interpretar los cambios en la comunicación

Analyzing the changes in communication

Interpretar as mudanças na comunicação

—

Miquel DE MORAGAS

Universidad Autónoma de Barcelona / Miquel.DeMoragas@uab.cat

—

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 133, diciembre 2016-marzo 2017 (Sección Tribuna, pp. 23-30)

ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X

Ecuador: CIESPAL

Resumen

Se analiza aquí la evolución de las comunicaciones en los últimos 25 años, tomando como punto de comparación la transmisión de los Juegos Olímpicos de Barcelona en 1992. En la era digital el centro de gravedad del poder en la comunicación empezó a desplazarse de la difusión a la producción y, ahora, en un nuevo ciclo, este poder empieza a desplazarse de la producción de contenidos al control de datos sobre los usuarios/receptores. Se propone que la investigación deberá estudiar tanto las rupturas como las continuidades, pero a este análisis se debe añadir otro reto fundamental: saber interpretar las formas de acomodo o adaptación de estas tecnologías a la condición humana y a su contexto social.

Palabras clave: comunicación digital; big data; difusión; tecnología.

Abstract

The evolution of communications during the last 25 years is analyzed here, taking as a point of comparison the transmission of the Olympic Games of Barcelona 1992. In the digital age the center of gravity of the power in the communication began to move from broadcasting to production and, now in a new cycle, this power begins to move from the production of contents to the control of the users / receivers own data. The research should study both the ruptures and the continuities, but to this analysis must add another fundamental challenge: analyzing the ways of adjusting or adapting these technologies to the human condition and its social context.

Keywords: digital communication; big data; broadcasting; technology.

Resumo

Será objeto de nossa análise a evolução das comunicações nos últimos 25 anos, tomando como ponto de comparação a transmissão dos Jogos Olímpicos de Barcelona em 1992. Na era digital o centro de gravidade do poder na comunicação começou paulatinamente a se afastar da difusão em direção à produção e, agora, num novo ciclo, desprende-se da produção de conteúdos orientando-se ao controle de dados sobre usuários/receptores. Propomos que a pesquisa estude tanto as rupturas como as continuidades, entretanto, adicionalmente preconizamos outro desafio fundamental: a necessidade de se compreender as formas de acomodação ou adaptação destas tecnologias à condição humana e a seu contexto social.

Palavras-chave: comunicação digital; big data; difusão; tecnologia.

1. Introducción

La interpretación de los cambios en el sistema de comunicaciones en la relación entre tecnologías, contenidos y usos sociales constituye, sin duda, uno de los principales retos de la investigación en comunicación, un reto sin tregua, dadas las aceleradas transformaciones que se van sucediendo.

En julio de 2017 se conmemorarán los 25 años de la celebración en Barcelona de los Juegos Olímpicos; y recordando aquel evento –lo mismo podría decirse de la Exposición Universal de Sevilla en aquel mismo año– destaca poderosamente un hecho de comunicación: en aquellas fechas aún no disponíamos de celulares (*smartphones*) de uso personal ni de internet, por lo menos como una tecnología de uso generalizado. Hoy resulta difícil imaginar, sobre todo a los más jóvenes, la organización de un gran acontecimiento sin el apoyo y la dinámica que permiten estos medios.

¿Cómo fue posible organizar todo aquello sin estos medios? ¿En qué punto de la evolución del sistema de comunicaciones se celebraron los eventos de 1992? ¿Qué puede hacerse hoy que no podía hacerse entonces? ¿Hacemos ahora las mismas cosas con instrumentos distintos? ¿Han cambiado, realmente, las formas de control de los procesos de información?

2. Continuidades, rupturas y acomodos

En relación con la evolución de las comunicaciones la investigación deberá analizar tanto las rupturas (cambios estructurales) como las continuidades (cambios graduales), pero el análisis de estas dos coordenadas aún será insuficiente. A la necesidad de considerar la coexistencia entre factores de ruptura y de continuidad se puede añadir otro reto fundamental: saber interpretar las formas de acomodo o adaptación de estas tecnologías a la condición humana y a su contexto social. Con ello quiero decir que para conocer las consecuencias sociales no es suficiente conocer los cambios tecnológicos de los medios. Esta es la perspectiva determinista que adoptan las industrias interesadas en la aceleración o aplicación de los cambios.

Las necesidades de comunicación de la condición humana no cambian con los cambios tecnológicos, en todo caso establecen nuevas prioridades y buscan nuevas formas de expresión. El uso ya masivo de internet y de los celulares para la interrelación social debe interpretarse como una readaptación del sistema social de comunicaciones.

Por esto teorías como las de MacLuhan sobre las consecuencias de la aparición de la imprenta, o las muchas que se han hecho sobre la aparición de internet son, al mismo tiempo, interesantes e insuficientes. Describen los cambios, incluso formalizan nuevos paradigmas de la comunicación, pero no resuelven la mencionada dimensión de “acomodo” a la condición humana y a su contexto social.

3. Cada época y su “espíritu del tiempo”. Repensar la comunicación

Para avanzar en esta temática la investigación en comunicación debe ser capaz de identificar la “ecología de la comunicación” (recordando a Abraham Moles), pero también el “espíritu del tiempo” (recordando a Edgar Morin), interpretar las claves de la cultura de cada época, condicionada, pero solo en parte, por la evolución de los medios.

No debe extrañarnos pues que en la literatura académica de los últimos años encontremos numerosos títulos con la premisa “*pensar –o repensar– la comunicación*”, respondiendo, doblemente, a los retos que plantea tanto la evolución de las teorías como los cambios estructurales del sistema mediático / tecnológico.

Por lo que respecta a los cambios en el ámbito de las teorías de la comunicación podemos recordar el nuevo paradigma de la recepción, resultado de los avances socio-semióticos de los años 70 (Hall, Eco) o, más recientemente, los nuevos planteamientos sobre la convergencia entre comunicación y cultura planteados por los grandes maestros latinoamericanos como Jesús Martín Barbero o Néstor García Canclini.

Por lo que respecta a los cambios tecnológicos lo más relevante es el proceso de digitalización que ha afectado a la comunicación en todas sus distintas fases: producción, difusión, consumo y almacenamiento.

4. 1992 en la frontera de los cambios

La comparación entre las tecnologías de la información utilizadas en los Juegos Olímpicos de Barcelona en 1992 y las tecnologías de la información disponibles en los recientemente clausurados Juegos de Río de Janeiro en 2016 nos pueden ayudar a delimitar esta compleja evolución del sistema de comunicaciones: continuidades, rupturas, cambios de paradigma.

El período 1992-1996 marca, precisamente, una gran línea de sombra que define el paso de la era de la radiodifusión a la era internet.

En 1993 el nuevo vicepresidente de los Estados Unidos Al Gore publicita la idea de la Infraestructura Nacional de Información, o autopista de la información. Los años 1995 y 1996, inmediateamente posteriores a los Juegos de Barcelona, son los años de la aparición en España de los primeros sitios web, de universidades, entidades bancarias, gobiernos, directorios y primeros medios en línea. A partir de entonces el proceso se acelera con nuevas aplicaciones y recursos. La aparición de la *www* se combinará rápidamente con la telefonía móvil y la aparición de los primeros *smartphones* (el primer Iphone de Appel es del año 2007), con la expansión de las redes sociales (Facebook se expande en España y América Latina también a partir del 2007) y con las nuevas plataformas de comunicación interpersonal y de grupo (WhatsApp aparece en 2013).

Los cambios se producen en forma de constelación. Primero, como sucede en el caso de la construcción de las torres humanas (castellers), por agregación, pero una vez completado cada ciclo aparecen nuevas estructuras, abandonando tecnologías y utilidades obsoletas, creando nuevos ejes de desarrollo. No hay cúspide sin base, pero tampoco hay progreso sin cambio de órbita.

Los Juegos Olímpicos de 1992, analizados 25 años después, nos ofrecen elementos interesantes de comparación sobre el tránsito de la era analógica y *broadcasting* a la nueva era digital y de internet, mostrando el papel desempeñado en este proceso por los avances en informática y telecomunicaciones. Los Juegos de 1992 se realizaron en el momento de máximo desarrollo tecnológico de la era *broadcasting*. Incluso puede decirse que el comité organizador de Barcelona'92 se benefició del retraso en la aplicación de algunas tecnologías digitales aun no experimentadas (como sucedió en su contra en el caso del comité organizador de Atlanta en 1996). Los Juegos de Barcelona se organizaron con las tecnologías pre-internet plenamente experimentadas y adaptadas a la organización de un gran evento, sin innovaciones espectaculares, pero también sin errores, de acuerdo con las previsiones establecidas en sus planes estratégicos (Programa BIT'92).

Es cierto que en aquel tiempo no se disponía de internet, ni de los actuales teléfonos móviles (celulares, *smartphones*), pero ya se disponía de un sistema de telecomunicaciones muy desarrollado, de una industria informática sofisticada y, también, de un sistema de producción audiovisual capaz de convertir los Juegos Olímpicos en el gran espectáculo de la globalización.

En Barcelona'92 no había *www* pero sí videotexto; no había localizadores GPS, pero sí radio buscapersonas; no había correo electrónico, pero teníamos el fax; no había celulares personales, pero había celulares de empresa y de gestión (Motorola); apenas existía televisión por cable, pero se disponía de un sistema muy completo de distribución de la señal televisiva vía éter y vía satélite.

No había *wi-fi*, pero ya se habían implantado los primeros circuitos de Red Integrada de Servicios de Información; no existían aplicaciones (apps) pero sí las primeras terminales interactivas de IBM; no se disponía de un sistema instantáneo de transmisión de fotografías (por correo electrónico o WhatsApp), pero ya se utilizaba la tecnología de la tele-foto; las tecnologías de producción de video digital aún eran experimentales, pero las tecnologías audiovisuales para la producción de la señal televisiva eran ya muy avanzadas.

Aún no se disponía de los primeros buscadores en internet (Infoseek, Altavista, Yahoo!), aún no había aparecido Google (se estrena en 1998) y debíamos bucear en nuestros archivos personales, en las fichas de las bibliotecas y en las enciclopedias para obtener información. La imagen en movimiento en nuestros ordenadores era entonces una quimera, pero ya habían aparecido los primeros libros electrónicos (CD-ROM) interactivos y las primeras videocámaras familiares.

Y lo que es muy importante, se disponía de una potente red de comunicaciones vía satélite (INTELSAT) capaz de distribuir el producto televisivo que son los Juegos Olímpicos, a escala global, tanto en el Atlántico como en el Pacífico. Los Juegos de Barcelona fueron universales sobre todo gracias al desarrollo de las tecnologías de distribución *broadcasting*, vía éter o vía satélite y cuando las tecnologías de comunicación audiovisual analógica ya habían alcanzado todos sus límites.

En 1992 se habían producido importantes cambios en la esfera mundial de la comunicación, el concepto de internacionalización, que había definido al olimpismo desde su fundación por Coubertin en 1894, empezaba a dar paso a la globalización, ahora definida por las radiodifusoras y el patrocinio de las grandes multinacionales.

5. Consecuencias de los cambios

La luz de la comparación nos permite distinguir continuidades y rupturas en la evolución del sistema de comunicaciones. Veamos algunos casos.

Una primera consecuencia de los cambios tecnológicos de la era internet es la progresiva pérdida de autonomía de los medios de comunicación convencionales (prensa, radio, televisión, cine) respecto del conjunto de sectores donde se produce intercambio de información (correo personal, difusión y documentación científica, información comercial y financiera, ciberperiodismo, comunicación organizacional, etc.). El análisis de las lógicas internas del sistema de medios de comunicación es ahora insuficiente para comprender su propia evolución e implantación (tecnológica, económica, cultural).

McLuhan se refirió en su día a las repercusiones que los cambios en los medios de comunicación (imprensa, televisión) podían tener en el modelo de sociedad (la aldea global). Ahora lo que se produce es más bien un cambio en el entorno tecnológico de la comunicación humana que afecta a los medios.

Lejos de la antigua definición de comunicación de masas, como una comunicación dirigida a públicos amplios, anónimos, heterogéneos y dispersos desde centros de comunicación centralizados (propio de la era *broadcasting*), más allá de las primeras experiencias de la telemática, la digitalización influye en todo el proceso mediático facilitando así la convergencia, y no solo entre los distintos medios de comunicación (prensa, radio, tv, cine, internet), sino también entre estos y otros sistemas de comunicación (teléfono, tabletas, salas de reunión), todo ello en un nuevo entorno caracterizado por el uso de la pantalla como terminal de recepción.

Estos cambios tecnológicos afectan, en profundidad, a las formas de organización de la sociedad. Uno de los más importantes es el que se refiere a las consecuencias sobre las formas de control de la opinión pública, con el paso de un sistema prioritariamente de punto a punto, más vertical, a un sistema

multipunto, más horizontal. Los analistas políticos, no siempre con éxito, buscan en estos cambios el motivo de los nuevos comportamientos electorales y de los errores que van sufriendo los sondeos (públicos) de opinión (léase elección de Trump, Brexit en Gran Bretaña, Referéndum sobre el acuerdo de paz en Colombia, etc.).

Pero en la interpretación de los cambios debemos proceder con cautela, evitando el determinismo. La introducción de novedades tecnológicas, acompañada de las correspondientes campañas promocionales, puede llegar a producir un efecto deslumbrante, que hace suponer –sin más– que la tecnología facilita la democratización. Y no obstante, cuando se contrasta el desarrollo de las tecnologías con la realidad social, se descubre que las luchas por el poder siguen dependiendo de políticas concretas y, en este caso, de políticas de comunicación, aunque ahora estas políticas ya no dependan exclusivamente de los estados y también respondan a iniciativas sociales.

Recordando el sistema de comunicaciones de 1992 destaca poderosamente el hecho de que aquel sistema quedaba bloqueado por una mayoría de comunicaciones verticales, por el protagonismo evidente de los medios de comunicación convencionales que pactaban la agenda con las instituciones. Así, por ejemplo, en Barcelona'92, apenas si se produjeron movimientos sociales críticos respecto del papel de las grandes multinacionales en el desarrollo del acontecimiento, apenas unas mínimas referencias humorísticas al papel de los grandes patrocinadores del evento (Coca-Cola, VISA, Kodak, Mars). Una ausencia de crítica impensable en nuestros días con el desarrollo de las redes sociales.

6. Nuevos retos a inicios del siglo XXI

Con la extensión de internet y de las nuevas formas de procesamiento de la información, se observan nuevos cambios en el paradigma de la comunicación. Los cambios no se refieren únicamente a la convergencia entre los medios de comunicación, o a las expectativas de participación, sino que ahora se refieren también a las consecuencias de la creación de la gran memoria digital (*Big Data*) cuyo control escapa no solo a los ciudadanos sino también a los gobiernos.

Puede resultar interesante recordar ahora los planteamientos del *Informe MacBride* en los años 80 y 90, cuando el gran problema de las políticas de comunicación eran los flujos informativos. En nuestros días estos flujos, aún desequilibrados, fluyen de forma absolutamente masiva. Pero el problema ya no reside solamente en la direccionalidad de este flujo (en sus desequilibrios) sino en la posibilidad de uso (secreto) de estos datos para conseguir determinados fines comerciales, políticos o de control de la opinión pública. Los datos facilitados (voluntaria e involuntariamente) por los usuarios de las redes, permiten identificar intereses y, por tanto, facilitar tareas de propaganda, espionaje u orientación comercial.

Las nuevas amenazas del *Big Data*, utilización de la acumulación masiva de datos, son el resultado indirecto y a largo plazo de los cambios sucedidos en las tecnologías de la información, dominadas por nuevas lógicas de control.

Se confirma así la hipótesis teórica de que con la comunicación digital no sólo se produce la transformación de las formas de difusión, la creación de nuevos espacios (locales y globales) y nuevas formas de participación en las redes sociales, sino que también se produce una nueva forma de almacenamiento y de recuperación controlada de los contenidos, transformados en datos de interés.

En la era digital, con la multiplicación de canales y ofertas de contenido, el centro de gravedad del poder en la comunicación empezó a desplazarse de la difusión a la producción y, ahora, en un nuevo ciclo, este poder empieza a desplazarse de la producción de contenidos al control de datos sobre los usuarios/receptores.

Son nuevos retos para las políticas de comunicación democráticas y, también, nuevos retos para la investigación en comunicación.