



Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

128
abril-julio 2015

Movimientos sociales y propagación de ideas políticas en la sociedad en red



Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina

EDITOR

Francisco SIERRA CABALLERO
CIESPAL, Ecuador

COORDINADOR EDITORIAL

Gabriel GIANNONE
CIESPAL, Ecuador

SECRETARIA DE REDACCIÓN

Rosa ARMAS
CIESPAL, Ecuador

CONSEJO DE REDACCIÓN

Amparo CADAVID
UNIMINUTO, Colombia

Anabel CASTILLO BASTIDAS
CIESPAL, 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

Daniel Fernando LÓPEZ JIMÉNEZ
Universidad de los Hemisferios, Ecuador

Efendy MALDONADO
UNISINOS, Brasil

Claudio Andrés MALDONADO RIVERA
CIESPAL / Universidad de La Frontera, Chile

José Rafael MORÁN
CIESPAL, Ecuador

Fernando ORTIZ
Universidad de Cuenca, Ecuador

María PESSINA
CIESPAL, Ecuador

Jenny PONTÓN
FLACSO, Ecuador

Isabel RODRÍGUEZ,
Universidad Andina Simón Bolívar, 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

UNQ. 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

Cecilia 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

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

Diseño editorial

André Maya Monteiro

Corrección de textos

Guillermo Maldonado

Maquetación

Arturo Castañeda Vera

La 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

11 TRIBUNA

- 13 **¿Desde dónde pensamos la comunicación hoy?**
Jesús Martín-Barbero

31 MONOGRÁFICO

Movimiento sociales y propagación de ideas políticas en la sociedad en red

- 33 **Introducción**
Iria Puyosa
- 37 **Las redes sociales como catalizador del movimiento estudiantil chileno en 2011**
Salomé Sola-Morales, Ricardo Rivera Gallardo
- 53 **El movimiento #YoSoy132 en Xalapa (México): la construcción de la acción colectiva y el estado de la participación en un contexto local de heterogeneidad y conflicto social**
Armando Chaguaceda Noriega, Héctor Manuel Ortega
- 69 **Procesos de enmarcamiento y estrategias comunicativas de la Mesa Amplia Nacional Estudiantil en las protestas de 2011 en Colombia**
Edwin Cruz Rodríguez
- 85 **Internet y redes sociales: artefacto tecnológico ¿o locus digital para la movilización política?**
Verbena Córdula Almeida, Tainan Barbosa de Souza Piantavinha, Vilmária Bispo dos Santos
- 101 **Vídeo-ativismo e a imagem documental cidadã**
Denis Porto Renó
- 113 **Movimientos sociales y acción colectiva en la sociedad red**
Silvia Lago Martínez

131 ENSAYO

- 133 **Comunicación y democracia en el siglo XXI: el reto de la formación**
Raisa Urribarri

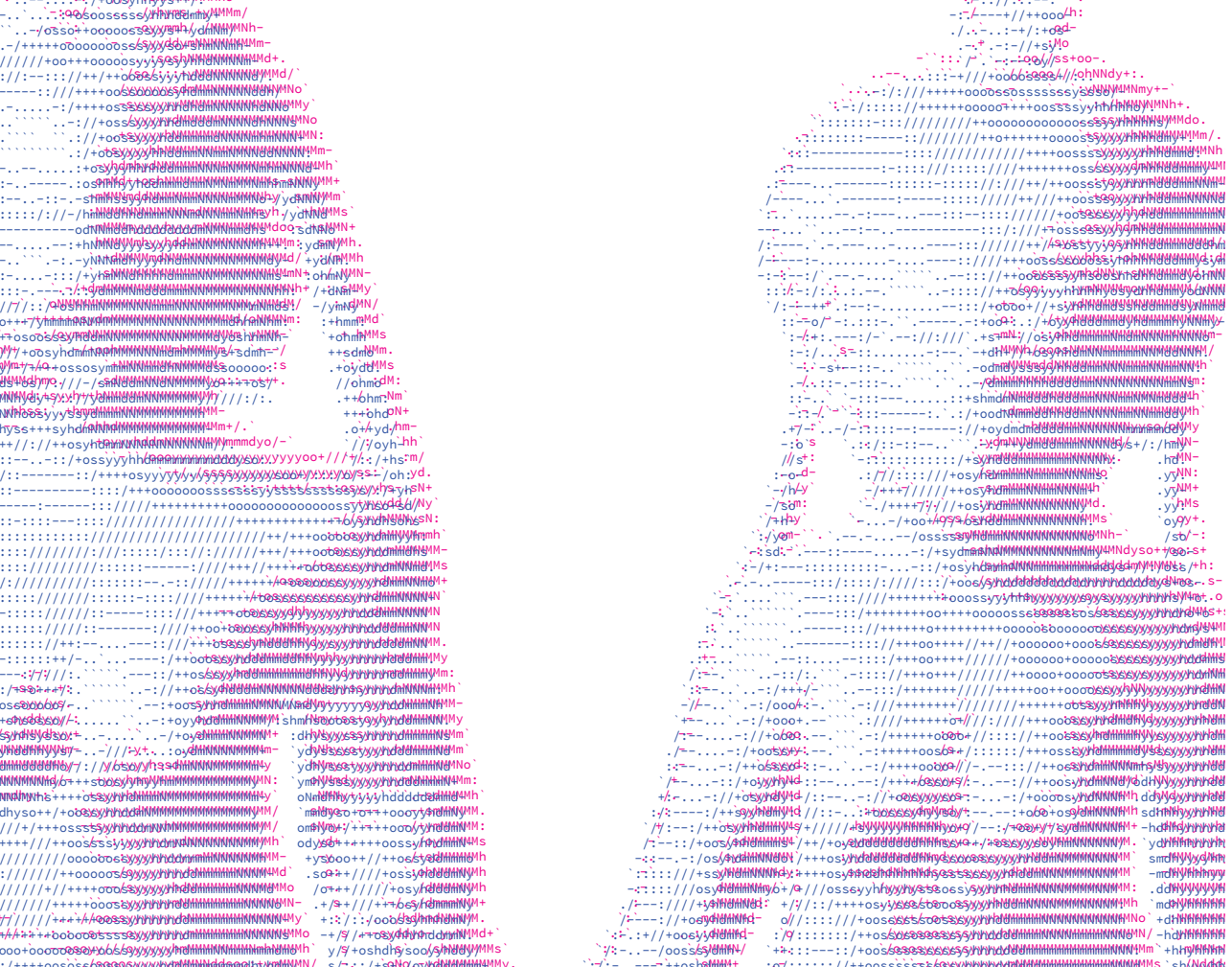
- 149 **Cultura da Telenovela: circulação, apropriação e práticas de consumo da telenovela em redes sociais digitais no Brasil**
Erika Oikawa, Lourdes Ana Pereira Silva, Sara Alves Feitosa
- 165 **Emergencia Indígena, Comunicación-otra y Buen Vivir. Pensar la socio-praxis comunicativa de los pueblos indígenas**
Claudio Andrés Maldonado Rivera, Carlos Reyes Velásquez, Carlos del Valle Rojas
- 183 **La función política de la televisión e internet en contextos de movilización social: el caso chileno**
Lorena Mónica Antezana Barrios
- 197 **Los movimientos sociales en red: del arranque emocional a la propagación de ideas de cambio político**
Iria Puyosa

215 INFORME

- 217 **La publicidad radiofónica en internet. Características, potencialidades y principales formatos**
Teresa Piñeiro-Otero
- 237 **Consumo e escuta musical, identidades, alteridades. Reflexões em torno do circuito musical “latino” em São Paulo/Brasil**
Simone Luci Pereira
- 253 **Comunicación, democracia y consumo mediático: el despertar de las audiencias juveniles**
Laura Lizeth Campos Guido, Juan Antonio Garza Sánchez
- 269 **Análisis de las videotecas on-line de las principales televisiones en la República del Ecuador**
Jorge Caldera-Serrano, Roberto Freire-Andino
- 287 **Protestar é preciso: o MST e os “500 anos” do Brasil na imprensa portuguesa**
Alexandre Barbalho

301 RESEÑAS

Tribuna



¿Desde dónde pensamos la comunicación hoy?

From where do we think about communication today?

Desde que lugar pensamos a comunicação hoje?

—

Jesús MARTÍN-BARBERO

—

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 128, abril-julio 2015 (Sección Tribuna, pp. 13-29)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL

*Para Elvira, la compañera de este largo recorrido
y la más exigente lectora de todos mis textos*

Esto que ustedes van a leer no es “un texto” en el sentido académico y normativo, pero sí lo es en su sentido más crucial: el de ser un tejido o entretejido de textos míos que, cortados y recosidos, me permiten hacer y rehacer el camino abierto por la pregunta que le da título. O sea, lo importante es el camino que hace-abre esa pregunta, ya que si es al caminar como se hace camino es al preguntar que se pone a la gente a pensar. Comenzando por el que esto escribe y sus casi cincuenta años intentando pensar con su cabeza eso que llaman procesos, prácticas y medios de comunicación, y en ese orden de importancia, o sea partiendo de los procesos sociales en los que se encarna la comunicación, siguiendo por las prácticas en que las diversas culturas insertan la comunicación, y tercero los medios que, desde el palimpsesto egipcio y el coro griego se fueron transformando hasta convertirse en libro-periódico-cine-radio-Tv-*Netflix*. Cito al final únicamente los textos que corté y cosí para tejer este texto que quiere acompañar a CIESPAL en la nueva etapa de su revista CHASQUI.

1. Comunicación: los modos populares de relacionarse y las maneras que tiene la gente de estar/sentirse juntos

Lo primero que se me ocurrió investigar cuando entré a trabajar al campo de la comunicación fue *cómo se comunicaba la mayoría de la gente en la ciudad*, en las plazas de mercado popular y en los supermercados, en los viejos cementerios y en los nuevos *jardines del recuerdo*, en los modos como se camina por los andenes del viejo centro y en los andenes del primer centro comercial del norte. Es el primer texto que escribí y publiqué para relatar/analizar las formas cotidianas de comunicación en las ciudades de Bogotá y Cali, y su título fue *Prácticas de comunicación en la cultura popular*. Ese texto comenzaba así:

«Es más de cultura que de “comunicación” de lo que aquí se va a tratar. O si se prefiere es de comunicación, pero de la que se realiza por fuera de lo que la mitología mass-mediática define como tal, o sea sin canales ni medios oficialmente reconocidos y sin tecnología importada. Vamos a hacer el *relato* de ciertas prácticas que la gente del común realiza en las plazas de mercado y en los cementerios, a donde acude frecuentemente, y en las que se materializa y hace visible la *cultura popular*. O mejor dicho, vamos a hacer el relato de lo popular como memoria de una matriz cultural dominada y deformada en nuestra sociedad. Pues para los letrados –tanto intelectuales como maestros de escuela– hablar de cultura oral es una contradicción, puesto que oralidad es sinónimo de analfabetismo o sea *incultura*. La plaza de mercado y el cementerio son sin embargo para las masas populares un espacio clave en la emergencia de *su habla*, en la *emisión* de

un discurso propio que mixtura lo verbal con la gestualidad y la sonoridad. El análisis/retrato que aquí proponemos recoge una investigación llevada a cabo con alumnos de los cursos de semiología en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad Tadeo Lozano de Bogotá (1974-75) y en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universidad del Valle, en Cali (1975-77).

Miradas desde “arriba” las prácticas populares, ya sean religiosas, estéticas o de comunicación, son casi siempre vistas como vulgares, o sea algo entre lo arcaico y lo chabacano, miradas desde el “abajo” izquierdista esas mismas prácticas son tachadas de alienantes o reaccionarias. Frente a tantos pre-juicios lo que hicimos fue acercarnos a la cotidianidad de esas prácticas para mirarlas de cerca y así poder escuchar de qué nos hablan. Pues no se trataba de convertir lo popular en lugar de la verdad o la autenticidad –la hora del buen salvaje pasó hace tiempo– se trataba de poner al descubierto el empobrecimiento radical de la comunicación cotidiana producido por la funcionalización de la vida social que acarrea la modernización mercantil. Un empobrecimiento al que estamos tan habituados que ya nos es imposible reconocerlo. Sólo su escandaloso contraste con la cotidiana comunicación popular puede ayudarnos a percibirlo y sentirlo como algo real. José Vidal-Beneyto lo acaba de plantear radical y lúcidamente en un gran seminario europeo: “Popular quiere decir que hace posible la expresión de las aspiraciones y expectativas colectivas producidas por, y desde, los grupos sociales de base, tanto los mayoritarios como los minoritarios. Y lo alternativo es popular o se degrada en juguete y máquina de dominio»¹.

Reléido hoy, ese pequeño texto resulta sin embargo extrañamente contemporáneo: hay algo en el más rabioso presente que, desde los cambios introducidos por la sociabilidad digital, remite también ahora a *populares* prácticas de comunicación: las del *chat* que descoloca a los maestros por su impura amalgama de oralidad con escritura, y las del *hipertexto* que, en su maleabilidad hipermedial, hace estallar tanto la linealidad de la escritura como su enclaustramiento en el libro. El *hipertexto* es un muy otro texto abierto a la polifónica diversidad de las hablas y las escrituras, las músicas y las imágenes, las visualidades y los ritmos. El nombre de *hipermedial* nombra una libertaria y libertina trama, hipertejada de *links*, las *interfaces* gráficas que posibilitan transitar de un lenguaje a otro sin salirse del texto, pero transformando el monoteísmo del leer letras en el politeísmo del *navegar* o *surfear* a lo largo y ancho de todos los lenguajes.

Quién nos lo iba a decir hasta hace bien poco, que *la experiencia de lo más nuevo habitaba en lo viejo*, pues a donde nos conduce y reubica el novísimo paradigma de *lo digital* es a las viejas y olvidadas potencias de *lo oral*. Lo culturalmente más parecido a las aperturas del *hipertexto* se halla en la vieja figura de *la conversación* oral y gestual. El conversar es la matriz de lo que hoy se configura en una red social, a la que se entra y de la que se sale entrelazando palabras con fotos, con retazos de música y trazos de dibujos. Y como la conversación, así es de vulnerable el *hipertexto* a las intervenciones de los que pueden intervenir para enriquecerlo o entorpecerlo, para corregirlo o emborronarlo. Y como la conversación el

hipertexto permanece abierto, no se acaba nunca del todo sino que se suspende para continuarlo en otra ocasión, con otros invitados o contertulios. Efímero pero con memoria, el *hipertexto* nos reencuentra con la más antigua textualidad, la del *palimpsesto* cuya escritura se hacía con un punzón sobre una tablilla de cera que se usaba mil veces escribiendo sobre la borradura de lo ya escrito; y con las consecuencias que los usuarios del pizarrón todavía recordamos: la emergencia de rasgos de lo borrado en las entrelíneas de lo nuevo que se ponía por escrito. La figura sociotemporal no puede ser más enriquecedora en estos tiempos de memorias cortas: en la conversación oral o digital aparecen enredados retazos de memoria, las entrelíneas que escriben el presente se ven asaltadas por el pasado que aún está vivo².

Retomemos entonces la memoria: México a mediados de 1978, la UAM-Xochimilco de Ciudad de México me invita al primer ELEC –Encuentro Latinoamericano de Escuelas de Comunicación– y me asignan la conferencia inaugural. Después del pánico que implicaba hablar ante los popes Mattelart, Schmucler, Kaplún, etc., tuve el atrevimiento de plantear como idea generadora de mi ponencia la inversión de sentido de la idea que, ya convertida en slogan, hegemonizaba la visión crítica: *la comunicación como proceso de dominación*. Y mezclando a Freire con Gramsci lo que propuse fue estudiar *la dominación como proceso de comunicación*. Se trataba del análisis de Paulo Freire sobre la opresión interiorizada por las sociedades latinoamericanas cuando “el oprimido vio en el opresor su testimonio de hombre”. E insertaba ese análisis en la concepción gramsciana de la hegemonía como un proceso vivido, hecho no solo de fuerzas sino de sentido. Comprender la comunicación entonces implicaba investigar no solo las tretas del dominador sino también *aquello que en el dominado trabaja a favor del dominador*, esto es, la complicidad de su parte y la seducción que se produce entre ambos. Fue la juntura de Gramsci con Paulo Freire la que me impidió ver, de entrada, la comunicación como mero asunto de medios e ideología, y me puso a pensar la comunicación a la vez como un proceso social y como un campo de batalla cultural.

Lo que ahí estaba en juego eran estas preguntas: ¿de qué hablamos hoy cuando invocamos un *pensar crítico*? O dicho de otro modo: ¿qué claves y qué lastres contienen las tradiciones de pensamiento *desde las que pensamos*? Y ¿a cuáles de los mundos pertenecen: al de la estrategia o al de la táctica? Me refería a la diferenciación elaborada por Michel de Certeau según la cual *estrategia* sería el modo de lucha del que tiene un lugar propio al que se puede retirar para planear el ataque, mientras *táctica* sería el modo de lucha de aquellos que, no teniendo un lugar propio al que retirarse, luchan siempre *desde el terreno del adversario*. En una fecunda coincidencia de pensamiento otro historiador, E.P. Thompson, al estudiar los motines populares del siglo XVIII afirma que las clases populares se forman en la *experiencia* de una lucha para la que no pueden escoger ni el tiempo ni el lugar, lo que ha generado en ellas un peculiar sentido del *desciframiento de las ocasiones*. Que es a lo que De Certeau había llamado la *lógica de la coyuntura*. Pero ¿de qué nos habla eso a los estudiosos de *la comunicación*? ¿No será que con

el desdibujamiento de las utopías de izquierda también el pensamiento crítico ha ido perdiendo su *territorio propio* y se encuentra hoy luchando a la intemperie, esto es, desde el campo que ha construido y domina el adversario? Un adversario que también se desdibuja, tornando borrosos los rasgos que lo identificaban haciéndolo vulnerable.

Entonces, exiliado de su espacio y en cierta manera de *su tiempo*, de su ferroso pasado, el pensamiento crítico sólo puede otear el futuro aceptando su *diáspora*. Pues como planteaba en esos años Paolo Flores d'Arcais, el filósofo italiano más irreverente y provocador: “Debemos liberarnos de la indecente equidistancia entre la hipocresía democrática y la coherencia totalitaria, pues ambos viven de la obsesión centrista”. Lo que nos aportaba una primera clave para un pensamiento nuevo: romper el juego de las equidistancias proporcionadas por los maniqueísmos y los monoteísmos explicando la Historia por una única –y unificadora– lucha entre el capital y el trabajo, o por el verdadero devenir del arte siguiendo la unicidad occidental de la experiencia estética.

En la sociedad que habitábamos lo que había entrado en una profunda crisis era la idea misma de cultura, emborronada por el movimiento creciente de su *especialización comunicativa*, o sea por su bien organizado sistema de máquinas productoras de bienes simbólicos ajustados a sus públicos consumidores. Que es lo que ya hacía la escuela con sus alumnos, la televisión con sus audiencias, la iglesia con sus fieles y la prensa con sus lectores. Con lo que estaba la vida social toda *antropologizada*, convertida en cultura: ya no sólo el arte sino la salud, el trabajo o la violencia devienen en culturas: cultura del narcotráfico, cultura organizacional, urbana, juvenil, de género, cultura científica, audiovisual, tecnológica. Pero de toda esa redundancia quedó una nueva contradicción: más que objetos de políticas, *la comunicación y la cultura* habían pasado a constituir *un campo primordial de batalla política*: el estratégico escenario que le exige a la política recuperar su dimensión simbólica –su capacidad de vínculo entre los ciudadanos, el sentimiento de pertenencia a una comunidad– para enfrentar la erosión del orden colectivo. Que es *lo que no puede hacer el mercado* por más eficaz que sea su simulacro. Pues el mercado no puede *sedimentar tradiciones* ya que todo lo que produce “se evapora en el aire”, por su tendencia estructural a una obsolescencia acelerada y generalizada no sólo de las cosas sino también de las ideas y las instituciones. El mercado no puede crear *vínculos sociales* pues estos necesitan de largos procesos de comunicación de sentido mientras que el mercado opera anónimamente mediante lógicas de valor puramente formales, y promesas evanescentes³.

Después de esa primera investigación, que duró cuatro años, me vi metido poco tiempo después en su *continuación por otros medios*: casi diez años investigando la historia, las figuras, las narrativas de la telenovela latinoamericana, y todo eso a partir de una clave que ninguna teoría nos pudo enseñar pero que habíamos aprendido con la investigación que acabo enunciar: la de que la telenovela-de-la-gente no es la que ven en la pantalla sino la-que-la gente-cons-

truye-al-contarla. Fue entonces que aprendimos con nitidez los límites de todo análisis de contenido o lectura ideológica, pues lo-que-la-gente-ve en la telenovela no se limita a lo que la pantalla muestra, es *su modo de ver* el que necesitamos investigar ya que es ahí donde están las claves de un otro mundo cultural desconocido por investigadores miopes, y por tanto necesitados de anteojeras, como nos lo ha recordado en varios de sus textos Luis Ramiro Beltrán.

2. Los laberintos que comunican los medios con los miedos

En 1989 el asesinato de Luis Carlos Galán, candidato a la presidencia de Colombia en las elecciones del año siguiente, y las constantes amenazas de los capos del narcotráfico a los candidatos trastornaron esa campaña hasta el punto de casi acabar con la teatralidad callejera de la política, esto es, con su visibilidad pública en las plazas, obligando a todos a resguardarse y reducirse al espectáculo televisivo. Fue entonces cuando caí en cuenta que *los medios viven de los miedos* ya que no era sólo durante el tiempo que duran las campañas electorales cuando los medios sustituían a la vida de la calle, del espacio público de la ciudad. Y fue entonces que comencé a estudiar las complicidades, los secretos parentescos entre medios y miedos. Pues no podemos comprender el sentido y la envergadura de los nuevos miedos refiriéndolos únicamente al aumento de la violencia, de la criminalidad y la inseguridad en las calles, ya que los miedos son una clave de los nuevos modos del habitar y del comunicar.

Puesto que estamos ante unos procesos urbanos que tienen cada vez más de procesos de comunicación, necesitamos pensar conjuntamente cómo los medios se han ido convirtiendo en parte del tejido constitutivo de lo urbano, a la vez que los miedos han entrado a formar parte constitutiva de los nuevos procesos de comunicación. Y la necesidad entonces de enfrentar dos prejuicios igualmente tenaces: uno que proviene del campo de los estudiosos de la comunicación, y el otro que proviene de los expertos en violencias y miedos.

El primer prejuicio consiste en creer que se pueden comprender los procesos de comunicación estudiando sólo los *medios*, cuando lo que los medios hacen, lo que producen en la gente, no puede ser entendido más que en referencia a las transformaciones en los modos urbanos de comunicar, es decir, a los cambios en el espacio público, a las nuevas relaciones entre lo público y lo privado en una “nueva” ciudad conformada cada día más por los flujos de circulación e informaciones. Y cada vez menos por el encuentro y la comunicación. Entonces, la posibilidad de entender el atractivo que ejerce la televisión está mucho menos en estudiar lo que hace la televisión que en estudiar aquellos procesos y situaciones que hacen que la gente se sienta empujada a resguardarse en el pequeño espacio de lo privado y hogareño, y a proyectar sobre él un imaginario de seguridad y protección. Si la televisión atrae es, en buena medida, porque la calle expulsa. Es la ausencia de espacios –calles y plazas– para la comunicación lo que hace de la televisión algo

más que un instrumento de ocio, un lugar de encuentro, o mejor, de encuentros vicarios, sustitutos, tanto con el mundo como con la gente y hasta con la ciudad en que vivimos.

Enfrentar el segundo prejuicio nos lleva a plantear que no podemos comprender el sentido y la envergadura de los nuevos *miedos* refiriéndolos únicamente al aumento de la violencia, de la criminalidad y la inseguridad en las calles. Pues los miedos son una clave de los nuevos modos de habitar y de comunicar, son expresión de una angustia honda, de una angustia cultural. Angustia que proviene de varios factores. En primer lugar, de la pérdida del arraigo colectivo en unas ciudades en las que un urbanismo salvaje –pero que, a la vez, obedece a un cálculo de racionalidad formal y comercial– va destruyendo poco a poco todo paisaje de familiaridad en el que pueda apoyarse la memoria colectiva. Y en segundo lugar, es una angustia producida por la manera como la ciudad normaliza las diferencias. Se echa la culpa a los medios de comunicación de homogeneizar la vida cuando el más fuerte y sutil homogeneizador es la ciudad, impidiendo la expresión y el crecimiento de las diferencias. Nos quedan los museos, claro está, y las ciudades se llenan cada día más de ellos: esos lugares donde se exhiben las diferencias congeladas y a donde acudimos para alimentar el recuerdo y la nostalgia.

Al normalizar las conductas, tanto como los edificios, la ciudad erosiona las identidades colectivas, las obtura, y esa erosión nos roba el piso cultural, nos arroja al vacío. Y de ahí el miedo. Pues, en últimas, la angustia-que-nos-produce-miedo proviene del *orden* que nos impone la ciudad: un orden bien precario y vulnerable pero eficaz. ¿De qué está hecho el *orden urbano*, a través de qué funciona? Paradójicamente se trata de un orden construido en base al crecimiento de la incertidumbre que nos produce el otro, un orden que inocular en nosotros la desconfianza hacia todo el que-me-mira-mal en la calle. Pues en la calle se ha vuelto sospechoso todo aquel que haga un gesto que no podamos descifrar en veinte segundos. Y entonces ese otro, convertido cotidianamente en amenaza, ¿no tiene mucho que ver con lo que está pasando en nuestra cultura política, con el crecimiento de la intolerancia, con la imposibilidad de ese pacto social del que tanto se habla, con la dificultad de reconocerse en la diferencia de lo que el otro piensa, con lo que al otro le gusta, o lo que el otro tiene como horizonte vital, estético o político?

Podríamos redondear esta reflexión diciendo que en Colombia, como en ningún otro país de América Latina hoy, los medios viven de los miedos. Pues en un país con carencias estructurales tan grandes de vivienda, de salud, de educación, tenemos unos medios de comunicación desproporcionadamente desarrollados, tanto en lo económico como en lo tecnológico. Pero esa desproporción –al menos en términos de la importancia que adquiere lo que en los medios aparece– es proporcional a *la ausencia de espacios políticos institucionales de expresión y negociación de los conflictos*, y a la no representación en el discurso cultural de las instituciones de las dimensiones claves de la vida y de los modos de sentir de las mayorías. Es la *realidad* de un país con una muy débil sociedad civil, un largo

empantanamiento político y una profunda esquizofrenia cultural, la que recarga cotidianamente la capacidad de representación y la desmesurada importancia de los medios. Se trata de una capacidad de interpelación que no puede ser confundida con los *ratings* de audiencia. No sólo porque esos *ratings*, en el caso de la TV, de lo que nos hablan es apenas de los aparatos encendidos durante equis programa –y no de cuánta gente está mirándolo y mucho menos de quiénes y de cómo lo ven– sino porque la verdadera influencia de la televisión reside en la formación de imaginarios colectivos, esto es, una mezcla de imágenes y representaciones de lo que vivimos y soñamos, de lo que tenemos derecho a esperar y desear. Y eso va mucho más allá de lo medible en horas que pasamos frente al televisor y de los programas que efectivamente vemos. No es que la cantidad de tiempo dedicado o el tipo de programa frecuentado no cuente, lo que estamos planteando es que el peso político o cultural de la televisión –como el de cualquier otro medio– no es *medible* en términos de contacto directo e inmediato, *sólo puede ser evaluado en términos de la mediación social que logran sus imágenes*.

Y el otro protagonista en la sociedad-del-miedo, que es su antídoto: los nuevos movimientos urbanos. Esos movimientos se constituyen a un mismo tiempo desde la experiencia cotidiana del desencuentro entre demandas sociales e instituciones políticas y desde la defensa de identidades colectivas que tienen formas propias de comunicación. A su manera, los movimientos sociales étnicos, regionales, feministas, ecológicos, juveniles, de consumidores, de homosexuales, van dando forma a todo aquello que una racionalidad política, que se creyó omnicomprendiva de la conflictividad social, no está siendo capaz de representar hoy. Movilizando identidades, subjetividades e imaginarios colectivos en formación, superando dicotomías barridas por las dinámicas de transnacionalización económica y desterritorialización cultural, esos nuevos movimientos están trastornando lo político en su sentido tradicional. Y lo están reconfigurando justamente en términos culturales. Los nuevos movimientos urbanos hacen a la vez el descubrimiento de las dimensiones culturales de la política y las dimensiones políticas de la cultura: de lo político como ámbito de producción del sentido de lo social. Los nuevos movimientos urbanos enfrentan a una ciudad hecha de flujos e informaciones con una fuerte dinámica de reterritorialización de las luchas, de redescubrimiento de los territorios como espacios vitales de la política y la cultura. Luchas que desafían lo que entendíamos por identidades culturales ya que articulan lo que ni los políticos ni las gentes de la cultura supieron articular: la lucha por el espacio –en términos de vivienda, de servicios y de territorio cultural– con la lucha por la autogestión contra las hoy sofisticadas formas de verticalismo y paternalismo. Al descubrir la relación entre política y cultura –que nada tiene que ver con la vieja obsesión por “politizar” todo– los nuevos movimientos *descubren la diferencia como espacio de profundización de la democracia y la autogestión*. De manera que la lucha contra la injusticia es, a la vez, la lucha contra la discriminación y las diversas formas de exclusión, lo que es, en últimas, la construcción de un nuevo modo de ser ciu-

dadano que posibilite a cada ser humano reconocerse en los demás, condición indispensable de la comunicación y única forma “civil” de vencer al miedo⁴.

3. Una ciudad que se atrevió a reinventar la comunicación ciudadana

No puedo comenzar esta tercera etapa de mi recorrido sin aclarar que lo que sigue es el relato de una experiencia tan intensamente vivida por el que esto escribe que ello me hace especialmente difícil dar cuenta de las transformaciones acarreadas sobre mi modo de pensar la comunicación. Pero al menos quiero dejar enunciadas dos de las pistas más fecundas que se abrieron. Una, la ciudad misma como clave de los modos en que la gente se comunica, y cuando digo *ciudad* estoy nombrando especialmente el espacio público mirado como *intercambiador cultural fuerte*, o sea el entrecruce de las más diversas culturas de clase, de etnia, de religión, de sexo, de edad. Y dos, la política como *mediación estructural* tanto del comprender como del hacer la ciudad, del análisis como del diseño, del proyecto y de la construcción. ¿Quién iba a imaginar que un hijo de nórdicos, matemático cruzado con filósofo, iba a resultar siendo *el político* capaz de meter la política a todo lo ancho y largo de las mil dimensiones de una ciudad enorme, maltratada y deforme? pero la vida te da sorpresas, como dice el bolero.

Pocas ciudades han vivido una experiencia de transformación política y comunicacional tan de fondo como la que vivió Bogotá con la llegada a su alcaldía, en 1995, de Antanas Mockus: ex rector de la Universidad Nacional, un matemático y filósofo, hijo de emigrantes lituanos. Mockus se presentó de candidato sin el apoyo de ningún partido político y casi dobló en votos a su mayor ponente, formando su gobierno con independientes y gente proveniente en buena parte de la academia. El lema de su campaña nombraba el proyecto primordial de su gobierno: *formar ciudad*. Lo que significaba tres cosas: que quienes le dan su verdadera forma a una ciudad no son las arquitecturas ni las ingenierías sino *las ciudadanías*; pero que para que ello fuera posible los ciudadanos necesitaban *re-conocerse en la ciudad*, o sea sentirse perteneciendo a algo que a la vez les pertenece a ellos. Y la única manera de lograr eso era *haciendo visible la ciudad como un todo*: un territorio/proyecto/tarea de todos.

Por esos tiempos *los bogotanos iban de la casa al trabajo como por entre un tubo*: son palabras textuales de una antropóloga para expresar la figura de una masa de gente aferrada a su bolso y que, sin mirar a nada ni a nadie, cogía bus o taxi; o sea la más viva figura de la *incomunicación*. Había entonces que empezar por sacar a la gente del tubo para que pudiera mirar y ver. Pues por lo que concernía a la ciudad hay que reconocer que ella tampoco se dejaba ver, invisibilizada como estaba por la densa opacidad que tejían sus desastrosas deficiencias: del mal funcionamiento del acueducto o la energía eléctrica a la escasez y barbarie del transporte público. De ahí que A. Mockus lo primero que hizo fue *poner en escena*

a la ciudad mediante estrategias comunicativas que exigieron a la muchedumbre, a la mirada individual y colectiva, cambiar de foco. Pues de un día para el otro un montón de teatralidades callejeras, cerca de cuatrocientos mimos y payasos que, estratégicamente ubicados en los pasos de cebra, sacaron a los transeúntes del “túnel” al sorprenderles e incitarles a mirar y ver. La ciudad que apareció teatralizada ya no era la de las deficiencias en su versión caótica de “hecho inevitable” sino en otra versión: la de una experiencia colectiva que gritaba/coreaba los dolores de una ciudad *deforme*, o sea deformada, ¡una ciudad sin forma!

Y así lo que en principio pareció “una payasada” del alcalde, se convirtió muy pronto en una *pregunta acerca del espacio público*: una pregunta que encontró su traducción “masiva” en el lenguaje de los mimos que mimaron el aprendizaje de gestos y conductas respetuosas de las normas y solidarias *hacia los otros*, esos desconocidos en la calle frente a quienes lo único que se sentía era miedo y desconfianza. Y el aprendizaje empezó por la práctica de un gesto: la alcaldía regaló a miles de conductores un tarjetón –en el que se veía por una cara el gráfico de un dedo pulgar hacia arriba y por la otra el pulgar hacia abajo– con el que los automovilistas se premiaban o reprochaban conductas violatorias de normas de tráfico o agradecían el gesto de dejar que el otro pasara adelante. A los pocos meses se abrió un concurso para que Bogotá tuviera himno, pues una ciudad sin himno no suena y por tanto *no se oye*. Y un poco después fue la muy famosa *ley zanahoria*, implantando una hora-tope para los establecimientos de bebidas alcohólicas. Y luego la implantación en los barrios más pobres de *casas de justicia* con estudiantes de derecho para que la gente dirimiera sus conflictos localmente y sin aparato formal. Y la creación de la *noche de las mujeres*, etc.

Se trató de un rico y complejo proceso de lucha contra la explosiva mezcla del conformismo con la acumulación de rabia y resentimiento, y todo ello mediante gestos-de-comunicación con los que se iba educando a los bogotanos en una cultura política de la pertenencia y una política cultural de lo cotidiano. A donde apuntaba esa nueva cultura política es a las formas de intervención en los lenguajes y las culturas buscando la constitución de actores de la vida ciudadana, esto es, a trabajar con los ingredientes simbólicos e imaginarios presentes en los procesos de formación y deformaciones del poder y de la sociedad. Pues ni la productividad social de la política es separable de las batallas que se libran en el terreno simbólico, ni el carácter participativo de la democracia es hoy real por fuera de esa escena pública que constituye hoy el ecosistema comunicativo y cultural.

Y fueron dos las decisiones claves de política que se le plantearon a la ciudad, o mejor a su gente: una política cultural que, por primera vez, asumía como objeto primordial trabajar con, y promover, no tanto las culturas especializadas y las artes, sino *la cultura cotidiana de las mayorías*. Y eso con un objetivo estratégico: potenciar al máximo la *competencia comunicativa* de los individuos y los grupos sociales como forma de resolver ciudadanamente los conflictos y de dar expresión a nuevas formas de inconformidad que sustituyeran la violencia física. Con una

heterodoxa idea de fondo, la de que lo cultural (el *nosotros*) media y establece el lazo entre lo moral (el *individuo*) y lo jurídico (los *otros*); como lo ponen de presente los comportamientos que –siendo ilegales o inmorales– son sin embargo culturalmente aceptados por la comunidad. La *cultura ciudadana* pasó a constituir el objetivo estratégico, dedicando el máximo de energías y presupuesto a aumentar la capacidad de regular los comportamientos cívicos mediante el aumento de la propia capacidad expresiva para entender lo que el otro trata de decirnos.

A eso lo llamó Mockus “aumento de la capacidad de generar espacio público reconocido”. Conformada inicialmente en ese bagaje conceptual, la alcaldía de Bogotá contrató una compleja encuesta sobre contextos ciudadanos, sentido de justicia, relaciones con el espacio público, etc., dedicando a la campaña de *Formar ciudad* una enorme suma: el 1% del presupuesto de inversión del Distrito Capital. Se educaba desde *dos frentes* –la interacción entre extraños y la relación con comunidades marginadas– sobre *cinco programas estratégicos*: el respeto a las normas de tráfico; la disuasión del porte de armas (a cambio de bienes simbólicos); la prohibición del uso indiscriminado de pólvora en festejos populares; la “ley zanahoria”: fijación de la una de la madrugada para el cierre de establecimientos públicos donde se expenden licores, con propuestas de cocteles “zanahorios”, esto es, sin bebida alcohólica; y la “vacunación contra la violencia”: un ritual público de agresión simbólica especialmente entre vecinos, familiares y contra el maltrato infantil.

El otro hilo conductor fue el de una *política cultural* encomendada al *Instituto Distrital de Cultura* y al recién creado *Observatorio de Cultura Urbana*. La política cultural se convirtió en el nudo gestor donde se articulaban los muchos y muy diversos programas del proyecto rector de *Formar ciudad*, en el que se insertaban tanto las acciones de la alcaldía con las de las instituciones especializadas de cultura y las de las asociaciones comunitarias en los barrios. Y mientras los estudiosos de las políticas culturales en América Latina estábamos convencidos de que no podía haber política cultural sino sobre las culturas especializadas e institucionalizadas, como el teatro, la danza, las bibliotecas, los museos, el cine o la música, la propuesta de *Formar ciudad* estuvo dedicada a lo contrario: *a insertar las artes en las culturas de la convivencia social* desde las relaciones con el espacio público –respeto a los andenes, los parques y las plazas– hasta las reglas de juego ciudadano en y entre las pandillas juveniles.

La ruptura y la rearticulación introducidas sonaron a blasfemia a no pocos, pero otros muchos artistas y trabajadores culturales vieron ahí la ocasión para repensar su propio trabajo a la luz de su ser de ciudadanos. El trabajo en barrios se convirtió en posibilidad concreta de recrear, a través de las prácticas expresivas, el sentido de pertenencia de las comunidades, la reescritura y la percepción de sus identidades. Al redescubrirse como *vecinos* descubrían también nuevas formas expresivas tanto en las narrativas orales de los viejos como en las oralidades jóvenes del rock y del rap. Un ejemplo precioso de esa articulación entre políticas de cultura ciudadana y políticas de culturas especializadas es el significado que

empezó a adquirir el espacio público y los nuevos usos a los que se prestó ese espacio para el montaje de infraestructuras culturales móviles de disfrute colectivo. Devolverle el espacio público a la gente comenzó a significar no sólo el respeto de normas sino su apertura a que las comunidades pudieran usarlo para desplegar sus propias culturas, y todo ello en un proceso en el que *público* y *ciudadano* empezaron a significar no sólo participación sino también pertenencia y creación.

El conjunto de estrategias simbólicas de comunicación movilizadas en la ciudad de Bogotá encontró su colofón en la creación de la *Veeduría ciudadana*, una institución puesta en marcha al comenzar la segunda alcaldía de A. Mockus entre el 2001 y el 2004. Se trató de una institución impulsora y organizadora de los ciudadanos por *comunas* en cada una de las *localidades* en que se halla dividida la administración de Bogotá, de forma que ellos pudieran *hacerse-ver* y *hacerse-valer* en la formulación de demandas, en la instauración de denuncias y en la elaboración de proyectos sociales y culturales. *Veeduría* es una palabra cuyos lazos con el ver y lo visible no son únicamente fonéticos. Pues si lo propio de la *ciudadanía* es hoy su estar asociada al “reconocimiento recíproco”, ello pasa decisivamente por el derecho a *ser visto* y *oído*, ya que equivale al de existir/contar social, política y culturalmente tanto en el terreno individual como el colectivo, en el de las mayorías como en el de las minorías⁵.

4. Inmigrantes y cibernautas: las urbanías y las ciudadanías se entrelazan

Acostumbrados, como estamos, a creer que la verdad se halla sólo en uno de los polos del dualismo, sentimos prevención ante todo lo que nos desafía por salirse de su sitio y encontrarse en otro. Han sido las religiones todas –con sus matices y diferencias– las que siguen aborreciendo mestizajes e hibridaciones ¡esas *mezcolanzas* que nos des-identifican! Y esto no es otra moraleja sino la veta por donde sondear la *nueva configuración* de la *ciudad* en tiempos de la globalización del capital y la reconversión del Estado nacional. Después de avizorar la importancia crucial de las políticas comunicacionales en las transformaciones de la ciudad de Bogotá en las alcaldías de A. Mockus, ha sido especialmente en los estudios de David Harvey –y últimamente los de Saskia Sassen– donde hemos ido des-cubriendo el nuevo *lugar-de-poder* que la ciudad está entrando a ocupar. Obviamente no se trata de lo que le está pasando a todas las ciudades sino a algunas ciudades en el mundo, y también a algunas de las ciudades que, en cada país, buscan llegar a ser como las *ciudades globales*.

Ese título ha confundido a muchos estudiosos que oponen la ciudad que habitan los inmigrantes a la de los cibernautas, los primeros simbolizando el doloroso desarraigo de su territorio y los segundos celebrando la levedad y movilidad de los flujos, los primeros anclados en la ciudadanía y los segundos enchufados a las urbanías. Frente a ese tranquilizador simplismo no está de más recordar que

en su idioma originario, el latín, *civis-civitas* y *urbs-urbis* nombraban las dos caras de la ciudad romana. La *urbs* sostenía y atravesaba la *civis* pues era su sustrato material y comunicativo: territorio y costumbres, pero también estradas y acueductos, anfiteatros, arcos y templos, sin lo que la *civitas*, nuestra civilidad y ciudadanía, era impracticable.

El primero en no oponerlos maniqueamente ha sido Z. Bauman; quien mejor ha sabido diferenciar esos dos modos de habitar la ciudad mediante las figuras del turista y el vagabundo. El *turista* habita un mundo desespacializado, sin territorio, de ahí que su movilidad sea instantánea casi tanto como el tiempo en que vive, ese mundo en el que quedarse quieto es morir, y vivir es transitar incesantemente acumulando “nuevas” experiencias, sensaciones y emociones, el mundo del turista es en definitiva el del consumidor. El *vagabundo* (cuya figura resulta siendo la del *inmigrante*) habita el mundo espeso del espacio con territorios y fronteras, visas y desarraigos, un territorio al que se pertenece pero en el que tampoco se puede quedar quieto pues se es expulsado sin tener un otro al que pueda hacer suyo, ya que viajar para él es salir sin llegar del todo a ninguna parte. Pero la distinción entre esos dos tipos de viajeros le sirve a Bauman para mostrar que sus mundos no son exteriores el uno al otro y, que por poco que se comuniquen entre ellos se hallan sin embargo conectados estructuralmente: “un mundo sin vagabundos es la utopía de la sociedad de los turistas”. O sea que en la des-territorialización y la re-localización que hoy vive la ciudad se entrelazan fuertemente los movimientos que implican las emigraciones y los flujos. Las migraciones constituyen hoy en las ciudades del Norte una de las causas más visibles del *caos urbano* al potenciar la extensión e intensidad de lo heterogéneo agravando el des-orden sociocultural.

George Simmel fue el sociólogo pionero en avizorar que, frente a la tradicional relación según la cual el prójimo es el que está cerca y el extranjero el que se halla lejos, la modernidad había introducido una nueva figura del extranjero que es la del *migrante*: ese extraño personaje que siendo *un lejano se halla próximo*, un intruso que habita nuestra casa. Simmel fue también el primero en tematizar la incertidumbre y afirmar: *el extranjero es aquel que al salir de su lugar trastorna el nuestro con su proximidad*. La sociabilidad moderna nace entonces de dos correlaciones: primera, la relación entre amigo y enemigo, en la que ambos hacen parte de lo social compartido; y segunda, la relación entre nacional y extranjero, nacida a partir del Estado-nación moderno que creó la *identidad de nacimiento*. Pues nación viene de *nacer*, y de ahí la fuerza de la identidad nativa, la que *nos da el lugar* donde nacemos, una identidad que se nos da al nacer. Pero no se trata del lugar propiamente territorial sino de ese otro tipo de *lugar político* que es la nación instituida desde el Estado. De ahí que *el extranjero* se convierta en el fantasma que acecha y desestabiliza la modernidad, porque no cabe en la *determinación* de amigo/enemigo sino que introduce toda la transformadora ambigüedad de *el otro que vive adentro*. El migrante es el extranjero que no cabe en la sociabilidad básica de la modernidad: mientras el enemigo hace parte de la sociedad, el extranjero *no pertenece* y por tanto desordena, perturba, enloquece la identidad fundante

de lo nacional. Ahora se entiende mejor qué es lo que los judíos amenazaban al no ser *únicamente* alemanes cuando lo que el nazismo creía y practicaba era que no se podía ser más o menos alemán ¡se era o no-se-era alemán!

Y ahí está su manifestación política más flagrante: en la mayoría de los países europeos los extranjeros tienen algunos derechos sociales, *pero no llegan a ser ciudadanos* porque para ser ciudadanos hay que ser o volverse *nativos*. Y lo escandalosamente paradójico es que quienes parecen sufrir más por la desazón y la enorme incertidumbre que se vive no son los marroquíes o los colombianos sino los habitantes de los países que los reciben porque los necesitan: ¡los franceses y los españoles! Qué paradoja tan expresivamente dolorosa: ¡son los nacidos en España, uno de los países que pasó la mayor parte de su *historia nacional* exportando emigrantes, y que por primera vez en su historia recibía inmigrantes, los que se quejan de la “barbaridad de inmigrantes”! En la página-web de una universidad suiza, la Universidad de Neuchâtel, he encontrado una certera investigación sobre la más flagrante de las paradojas históricas: *investigadores de comunicación se preguntan por la peculiaridad de los miedos de los suizos y cómo enfrentarlos*. Y lo que muestra esa investigación es que lo que más aviva el terror de los suizos a la presencia de inmigrantes es que se piensa que *a partir de cierta cantidad los inmigrantes amenazan con disolver su peculiar tipo de sociedad*. Ello se traduce en periódicas votaciones para “actualizar” –léase endurecer– la ley suiza de control del número y la calidad de los inmigrantes que pueden entrar a Suiza. Da ahí lo oportuno de la reflexión que un judío-palestino, suizo también, se plantea sobre el miedo de los suizos; Tariq Ramadan habla así de la *ideología del miedo*: “es aquella que prohíbe todo intento de comprender las razones, los sentimientos y las demandas del otro, pues ese intento es una traición a los nuestros”.

La presencia del *inmigrante* es resentida por los ciudadanos del lugar como una amenaza que, al poner en riesgo la seguridad de los de adentro, debe ser contrarrestada multiplicando los registros, los chequeos, es decir instalando la desconfianza como comportamiento normal y extendiendo la sospecha a los gestos, las voces, las vestimentas. El mayor problema de los inmigrantes latinoamericanos en España es que –justamente por hablar español– es su propia habla la que les *delata-traiciona*, ya que sus modos de hablar y gesticular desordenan la normalidad.

Así como los flujos de emigrantes ocasionan desórdenes sociales y políticos en la ciudad, también *los flujos de información y de imágenes*, los lenguajes y las escrituras virtuales introducen el caos en la ciudad letrada y escolar, pues también estos desbaratan las autoridades y las jerarquías. Ya el mundo audiovisual desafió desde hace tiempo a la escuela en la experiencia cotidiana del maestro que atestigua la distorsionadora presencia en la vida escolar de lógicas, saberes y relatos que escapan a su control. Pues los medios audiovisuales se habían constituido en un nuevo y poderoso ámbito de socialización, esto es de elaboración y transmisión de valores y pautas de comportamiento, de patrones de gusto y de estilos de vida que desordenan y desmontan viejas y resistentes formas de

intermediación y autoridad que configuraba, hasta no hace mucho, el estatuto de poder de la familia y de la escuela.

Pero de modo mucho más intensivo la tecnología digital nos remite hoy no a la novedad de los aparatos sino a los nuevos *modos de percepción* y de *lenguaje*, a nuevas sensibilidades y escrituras. Radicalizando la experiencia de des-anclaje producida por la modernidad, la tecnología digital deslocaliza los saberes modificando tanto el estatuto cognitivo como institucional de las *condiciones del saber*, y conduciendo a un fuerte emborronamiento de las fronteras entre razón e imaginación, saber e información, naturaleza y artificio, arte y ciencia, saber experto y experiencia profana. De ahí que las transformaciones en los modos como circula el saber constituyan una de las más profundas transformaciones que una sociedad pueda sufrir. La dispersión y fragmentación de las que a ese respecto se culpa a los medios, como si de un efecto perverso se tratara, adquieren en el plano de la relación entre producción social y conocimiento un sentido muy otro; ya que es en su carácter disperso y fragmentado como el saber está pudiendo escapar al control y la reproducción imperantes en sus legitimados lugares de circulación.

Las experiencias y narrativas del inmigrante se entremezclan cada día más densamente con las de los cibernautas. Millones de desplazados y emigrantes – dentro y fuera de cada país– *practican la ciudad que habitan* escribiendo relatos en el chat o en hipertextos de la web, desde los que individuos y comunidades se comunican con sus familiares que quedan al otro lado del mundo. Y ello mediante la circulación de historias y de imágenes en las que cuentan, se cuentan, para seguir contando entre la gente y para ser tenidos en cuenta por los que sobre ellos toman decisiones que les afectan.

Con otras figuras y miradas, la ciudad global es habitada hoy por las generaciones más jóvenes. Pues mientras *el sujeto-joven* emerge hoy de un entorno fuertemente emocional e imaginal, la casa –y sobre todo la escuela– aun se aferran a una racionalidad que expulsa el cuerpo, *su sensibilidad generacional*. Pues el mundo donde el joven *habita* es mayormente el del grupo de pares, la pandilla, el parche, o el ghetto, la secta, o *los mundos* de la droga. Desde ahí nos miran y oyen unos sujetos íntima y estructuralmente *mediados por sus interacciones con la tecnología*.

En la investigación que realicé el año 2002 en Guadalajara –México– sobre *Los usos jóvenes de Internet*, lo que hallamos no fue ni adicción, ni aislamiento, ni pérdida del sentido de la realidad. La gente joven usa frecuentemente internet y sigue igualmente frecuentando la calle, gozando la fiesta de fin de semana y prefiriendo la compañía al aislamiento. Los muchachos que tienen computador en casa sin embargo van al cibercafé a jugar porque es allí donde pueden *compartir* los hallazgos de la navegación y las aventuras del juego con los amigos presentes.

Las nuevas generaciones perciben y asumen las relaciones sociales como una experiencia que pasa fuertemente por su *sensibilidad* –que es en muchos sentidos su *corporeidad*. Y es por eso que muchos jóvenes deciden hablar poco o muy poco con los adultos: una mudez con la que están diciendo muchas cosas; ya que los

jóvenes hablan un montón, sólo que usan *otros idiomas*: los rituales del vestirse, del tatuarse, del adornarse, y también del enflaquecerse para conectar con los modelos de cuerpo que les propone la sociedad a través de la moda y la publicidad. No son sólo mujeres los millones de adolescentes que sufren gravísimos trastornos orgánicos y psíquicos de anorexia y bulimia. Atrapados en la paradoja de que, mientras la sociedad más les exige que se hagan cargo de sí mismos, esa misma sociedad no les ofrezca la mínima claridad sobre su futuro laboral o profesional.

De ahí que los jóvenes se muevan entre el rechazo a la sociedad y su refugio en la fusión tribal. Millones de jóvenes a lo largo del mundo se juntan sin hablar, sólo para compartir la música, para estar juntos a través de la comunicación corporal que ella genera. La palabrita que hoy denomina una droga: *el éxtasis*, se ha convertido en el símbolo y metáfora de una *situación extática*; esto es, del estar fuera de sí, del estar fuera del yo que le asigna la sociedad y que los jóvenes se niegan a asumir. No porque sean unos desviados sociales sino porque sienten que la sociedad no tiene derecho a pedirles una estabilidad que hoy no confiere ninguna de las grandes instituciones socializadoras. La política y el trabajo, la escuela y la familia, atraviesan la más honda y larga de sus crisis... de identidad.

La pregunta con la que termino este texto es la que ha tenido la osadía de hacerse Donna J. Haraway al pensar –no las posibilidades de transformación cos-mética del cuerpo, sino– las posibilidades del *cuerpo-cyborg*: esa hibridación que aterra a todos los adultos de mi generación porque es la aleación más desafiante al cuento racionalista que nos hemos contado en Occidente. Ya que mientras toda la historia de la evolución de lo humano es una historia plena de hibridaciones, de transfusiones de lo natural en lo artificial, y viceversa, el racionalismo en que se convirtió el idealismo antiguo ha pretendido mantener en mundos separados la *episteme* y la *techné*, el conocimiento y la técnica; dotando al primero de toda la positividad de la invención y reduciendo la técnica a mero instrumento o utensilio. Lo que nos ha impedido pensar las *relaciones constitutivas* que siempre hubo –pero que nunca como hoy se hicieron patentes entre ciencia y técnica. De ahí que la existencia de la *tecnociencia* nos desafíe a pensar –no la singularidad del “mundo de la técnica”, sino– como advirtiera Heidegger, *la tecnicidad del mundo*; esto es, la técnica como dimensión constituyente de lo humano. Es a ese desafío al que van dirigidos los esfuerzos por pensar la técnica como *tercer entorno* y *ecosistema comunicativo*, hoy socialmente tan estratégico como el ecosistema verde. Y si el entorno verde ha sido rediseñado por el hombre para bien y para mal, ahora es el entorno digital el que se nos vuelve más aceleradamente *natural*; pues cada vez hace mayor parte de nuestra corporeidad, de nuestra sensibilidad y de nuestra cognitividad⁶.

Y en este punto están los desafíos a pensar la comunicación: empezando por seguir pensándola desde unos procesos y prácticas sociales cuyas transformaciones desestabilizan lo que teníamos por “sujeto” y “objeto” de la investigación. Que nos digan sino Rossana Reguillo o Carlos Scolari qué pasa cuando se piensa desde

dentro de Facebook o desde la transmedialidad/trans-sitorialidad de los géneros (musicales sobre todo) o de las mezcolanzas que posibilita *netflix*.

Los textos cosidos

- 1 Martín-Barbero, J. (1981). Prácticas de comunicación en la cultura popular. En M. Simpson (Comp.), *Comunicación alternativa y cambio social*. México: UNAM.
Martín-Barbero, J. (1982). Retos a la investigación de comunicación en América Latina. En *Memoria de la semana Internacional de la Comunicación*. Bogotá: Universidad Javeriana.
- 2 Martín-Barbero, J. (2015). Oralidades culturales y culturas digitales. En *Las culturas populares en América Latina en tiempos del capitalismo global*. Bogotá: Universidad Externa de Colombia.
- 3 Martín-Barbero, J. (1984). Apuntes para una historia de las matrices culturales de la massmediación. En *Materiales para la comunicación popular*. N° 3, IPAL, Lima.
- 4 Martín-Barbero, J. (1990). La ciudad: entre medios y miedos. En *Gaceta de COLCULTURA*, N°8, Bogotá.
Martín-Barbero, J. (1994). Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de comunicación. En *Sociedad*. N° 5, Buenos Aires.
Martín-Barbero, J. (2006). Laberintos urbanos del miedo. En J. Miguel Pereira y M. Villadiego Prins (eds.) *Entre miedos y goces. Comunicación, vida pública y ciudadanías*. Bogotá: Universidad Javeriana.
- 5 Martín-Barbero, J. (2001). De las políticas de comunicación a la reimaginación de la política. *Nueva Sociedad*. N° 175, Caracas.
Martín-Barbero, J. (2007). Novas visibilidades políticas da cidade e visualidades narrativas da violência. *MATRIZES*, N° 1, USP, Sao Paulo.
Martín-Barbero, J. (2010). La ciudad: entre la levedad del espacio y el espesor del lugar. *Papeles Iberoamericanos*. Interarts, Barcelona.
- 6 Martín-Barbero, J. (2006). Entre urbanías y ciudadanías. En C. Emilio Piazzini (edit.) *Desterritorialidades y no lugares*. Universidad de Antioquia, Medellín: La carreta.
Martín-Barbero, J. (2008). A mudança na percepção da juventude: sociabilidades, tecnicidades e subjetividades entre os jovens. En S. H. Borelli y J. Freire Folhoorg *Culturas juvenis no seculo XXI*. São Paulo: EDUC.
Martín-Barbero, J. (2011). La pertenencia en el horizonte de las nuevas tecnologías. En M. Hoppenhayn y A. Sojo (comp.) *Sentidos de pertenencia en sociedades fragmentadas*. Buenos Aires: Siglo XXI, CEPAL y Asdi.

Bogotá, marzo de 2015