



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

Editorial

En estas páginas Chasqui persiste en su apuesta por comunicar. La revista pionera del campo comunicacional latinoamericano inicia una nueva etapa editorial: en su edición N° 128 renueva su concepto gráfico y varía su composición interna, al mismo tiempo adecúa sus procesos editoriales hacia un mayor intercambio y reconocimiento de pares académicos en la publicación del trabajo intelectual.

Desde el Equipo Editorial y la Dirección de CIESPAL, hemos organizado un trabajo favorable a la mejora en su calidad científica para hacer honor a una costumbre de familia, mantenida a lo largo de más de cuatro décadas: realizar un significativo aporte a la investigación y el debate comunicológico latinoamericano, apostar por el desarrollo de un pensamiento y unas ciencias sociales construidos desde el Sur geopolítico, finalmente, abonar la idea de que la manera en que se establecen las relaciones comunicativas son un rasgo significativo del estado de las relaciones de poder, las posibilidades de los pueblos para actuar autónomamente y para ejercer derechos en un marco democrático.

El nombre de nuestra revista remite a la figura ancestral del Chasqui, intrínsecamente conectada a la comunicación. Ese corredor, mensajero y declamador, con su transporte de información, conocimiento y objetos ponía en relación a los pueblos de las grandes extensiones andinas; en el Chasqui estaba una de las ligaduras de la comunalidad, de lo común y el mutuo reconocimiento. En esas ataduras se encontraba también la posibilidad de abordar una de las dimensiones más razonadas de nuestra disciplina, encerrada en el enfrentamiento entre comunicar e informar, y el rescate del individuo como elemento activo de ese proceso relacional.

Chasqui comenzó a publicarse a finales del año 1972, con el objetivo de promover y difundir la investigación en comunicación en el continente. Desde esa fecha hasta 1978 se publicaron veintiún números, escritos principalmente por estudiosos relacionados con CIESPAL. Luego de un corto intervalo reapareció en 1981 con la propuesta de discutir las consecuencias políticas e intelectuales del reciente Informe MacBride, de UNESCO, que planteaba la necesidad de un nuevo orden de la información. En las siguientes dos décadas la revista se estableció como un referente de la reflexión crítica y la formación en el área del periodismo y la comunicación social. En ella participaron los intelectuales más destacados del campo disciplinar. Con el comienzo del nuevo siglo, Chasqui orientó su observación hacia los procesos históricos de su época: la reestructuración global del capital, la incorporación de las nuevas tecnologías, el esta-

blecimiento de un nuevo orden de dominación en el que el lugar desde donde se produce conocimiento adquiere una importancia central, entre otros temas.

En una revista que a lo largo de los últimos años reconvirtió su forma de presentación hacia lo digital –sin perder su edición impresa– consideramos que ha llegado el momento de reinventarse.

El número presente propone una renovada disposición de secciones. Comienza con *Tribuna*: un espacio destinado a la participación de autores que se han convertido en referentes del campo comunicológico en América Latina; quienes son invitados por nuestra revista a contribuir con un manuscrito inédito. El reconocido intelectual español-colombiano Jesús Martín-Barbero abre las siguientes páginas con un texto que nos convoca a reflexionar la manera en que se puede pensar sobre la Comunicación hoy. Con ese objetivo, se embarca en una revisión de antiguos textos propios para reinterpretarlos junto a las voces del presente.

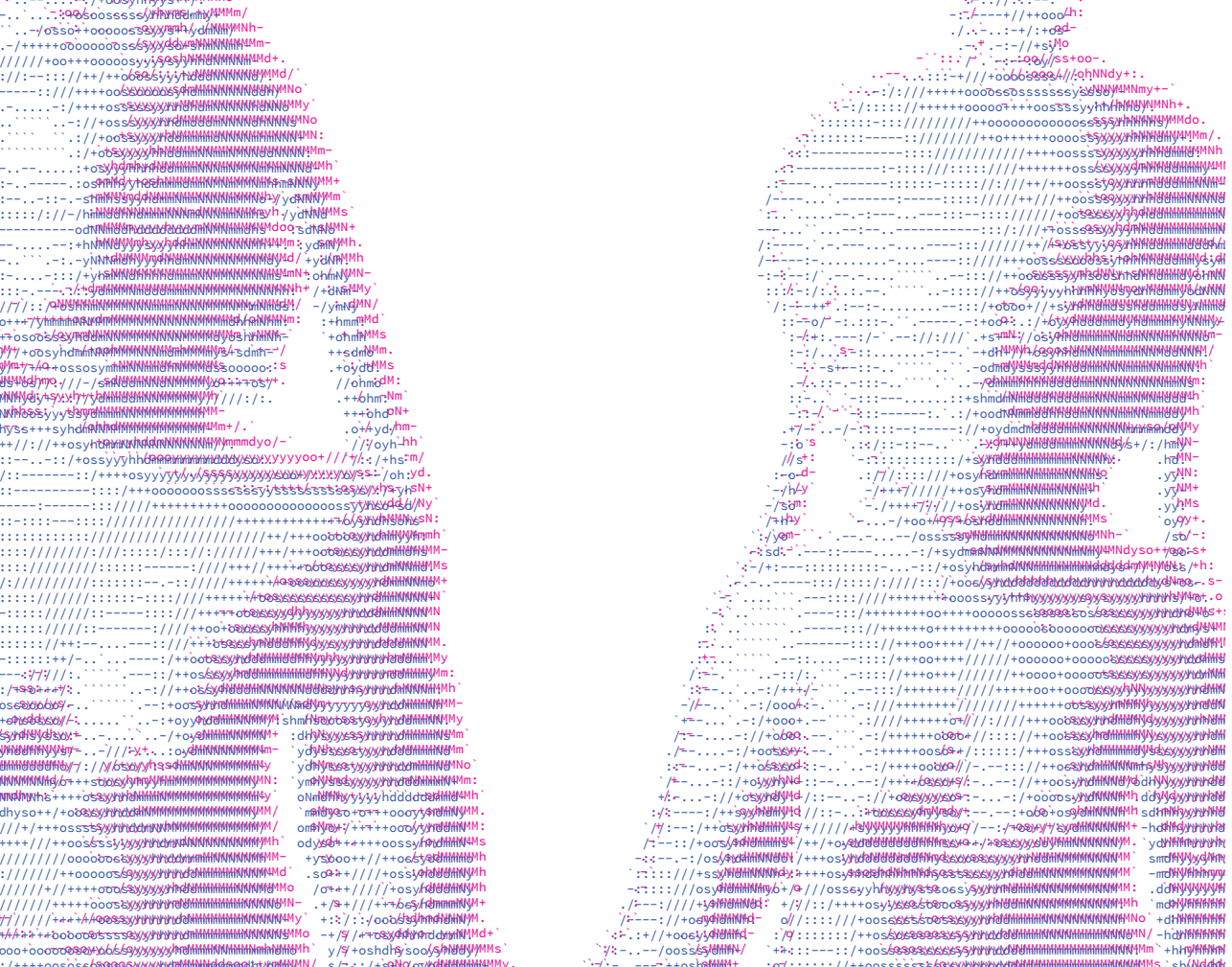
Nuestra sección *Monográfico* está definida por una temática particular, es el tema central que le da título a cada número. En esta ocasión la profesora Iria Puyosa se encarga de coordinar la temática *Movimientos sociales y propagación de ideas políticas en la sociedad en red*. Allí se presentan seis artículos donde se examina la acción colectiva en su relación con el uso de las nuevas tecnologías de la información. Ello nos permite pensar las redes como un factor propiciatorio de la construcción de identidades, de la comunicación política, y de la organización de movilizaciones alrededor de enmarcamientos novedosos de los conflictos sociopolíticos.

En las siguientes secciones se presentan artículos de temática libre: en *Ensayo* se publican cinco trabajos con diferentes abordajes, a través de los cuales la revista intenta rescatar una tradicional forma latinoamericana de dilucidar por medio de la práctica ensayística. La sección Informe, con cinco textos, exhibe escritos donde se acentúan la actividad investigativa y las resoluciones metodológicas. Finalmente, se reseñan nueve publicaciones que recorren diferentes avances en la reciente investigación del ámbito comunicacional de nuestro continente.

Por medio de estas líneas, invitamos a los lectores a sumarse a un esfuerzo colectivo de más de cuarenta años, a través del que compartieron sus investigaciones cerca de mil quinientos autores y se formaron incontables académicos de la región. Deseamos que las páginas que siguen colaboren a la continuidad de una comunicación social que abrace por igual la apuesta por la profundidad científica y el espíritu crítico.

Gabriel Giannone
Coordinador Editorial

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

Monográfico



Introducción

La propuesta para este número Monográfico de Chasqui, *Movimientos sociales y propagación de ideas políticas en la sociedad en red*, fue presentar trabajos que examinen los procesos de formación de movimientos sociales en red, sus dinámicas de construcción de identidad basada en valores, sus usos de tecnologías de información para la comunicación política autónoma, así como sus mecanismos de organización para la acción colectiva y la ocupación de los espacios públicos.

Los trabajos incluidos en esta edición estudian dinámicas de movimientos sociales en red que se han producido en los últimos cinco años, tales como Indignados de España (2011), movimiento estudiantil de Chile (2011), Mesa Amplia Nacional Estudiantil de Colombia (2011), #YoSoy132 de México (2012), #NoALaCopa de Brasil (2013) y otros movimientos con características similares registrados en Argentina, Venezuela, México y Chile. Tres aspectos de las dinámicas de los movimientos sociales en red concentraron la atención de los investigadores que respondieron a esta convocatoria: apropiación de tecnologías de información para la comunicación política autónoma; ocupación de espacios sociales locales y en red; e incidencia de los valores del movimiento en la contienda política.

Tres de los estudios focalizan en el uso que movimientos estudiantiles latinoamericanos han hecho de la web y de la comunicación en redes en sentido más amplio. Son los casos de las protestas del movimiento estudiantil de Chile en 2011, #YoSoy132, y la MANE en Colombia. Salomé Sola-Morales y Ricardo Rivera Gallardo analizan el uso de la web social por parte del movimiento estudiantil chileno durante el año 2011. El estudio pone énfasis en indagar cómo se expresan la identidad y los valores del movimiento estudiantil chileno en los contenidos que publicaron en Facebook y YouTube durante los meses de mayo a julio de 2011. El trabajo concluye en que los usos de la web por parte del movimiento estudiantil chileno fueron poco innovadores, centrándose en lo informativo y lo estético, pero con poca eficacia para apoyar la organización y para generar debates deliberativos.

Armando Chaguaceda y Héctor Manuel Ortega analizan el proceso de organización para la acción colectiva de activistas de #YoSoy132, en la localidad de Xalapa. A partir de un marco conceptual fuertemente anclado en las teorías de Melucci sobre los procesos de acción colectiva de los movimientos sociales, los autores presentan un modelo de análisis de la participación en el movimiento que incluye como dimensiones la estructura (organización, recursos, normas), la cultura (ideas, valores, creencias) y las dinámicas (acciones de resistencia,

acciones de incidencia y acciones de defensa de derechos). Este modelo les permite estudiar los procesos de acción colectiva de las dos asambleas #YoSoy132 que se desarrollaron paralelamente en Xalapa, observando las negociaciones, conflictos, tensiones y contradicciones que se generan en la construcción del movimiento.

Por su parte, Edwin Cruz Rodríguez estudia las estrategias de comunicación de la Mesa Amplia Nacional Estudiantil durante las protestas de 2011 en contra de la reforma de la educación superior en Colombia. Cruz Rodríguez basa su estudio en datos obtenidos de entrevistas a dirigentes de distintas organizaciones que conforman la MANE, así como del análisis de sus documentos. La base teórica de este artículo proviene de los trabajos de Snow & Benfort y de McAdam, McCarthy & Zald sobre los procesos de enmarcamiento de las protestas por parte de movimientos sociales. El estudio concluye que la MANE fue parcialmente exitosa en lograr bloquear la reforma universitaria en Colombia debido a su efectivo trabajo comunicacional que le permitió disputar al Gobierno el espacio de los medios masivos, generar formas de comunicación alternativas mediante medios virtuales y crear acontecimientos visibles que pudieran convertirse en noticias.

Verbena Córdula Almeida, Tainan Barbosa de Souza Piantavinha y Vilmária Bispo dos Santos se proponen indagar sobre la eficacia política de la comunicación en la web en la sociedad de red. Su estudio intenta constatar si las proposiciones teóricas de Castells sobre el rol político de la comunicación en redes pueden sustentarse en el caso empírico del uso de Facebook para fomentar la movilización ciudadana por parte del grupo Fiscal Grapiuna, de la ciudad de Itabuna. El estudio concluye que el grupo Fiscal Grapiuna fue exitoso en lograr generar movilización política y ocupación de espacios de calle mediante sus convocatorias vía Facebook a mediados de 2013, cuando se estaban dando movilizaciones de protesta #NoALaCopa en otras localidades de Brasil. Mas, pasada esa coyuntura de movilización nacional, el grupo perdió participación y capacidad de convocatoria, lo que sugiere una interacción entre la comunicación vía web y las dinámicas políticas fuera de línea.

Denis Porto Renó nos invita a prestar atención al videoactivismo y la imagen documental como destacados y novedosos recursos de comunicación que aportan a los procesos de construcción de la opinión pública, independiente del poder mediático. El autor estudia diferentes categorías y formatos del video popular rastreando sus procedencias y prácticas históricas. Al mismo tiempo, tomando como referencia las clasificaciones efectuadas por Luiz Fernando Santoro en 1989, intenta establecer alguno parámetros para analizar su importancia y fuerza política actual en un escenario de desarrollo de los recursos tecnológicos móviles. Porto Renó aboga por una profundización en el estudio del videoactivismo, al tiempo que destaca la manera en que éste puede colaborar con la justicia social y la democracia.

Finalmente, Silvia Lago Martínez presenta un trabajo panorámico sobre las características de los movimientos sociales en red registrados en Latinoamérica en el siglo XXI. Comienza por señalar los antecedentes de las protestas altermundistas de principios de siglo, para luego centrarse en el ciclo global de protestas de los últimos cinco años, deteniéndose en las movilizaciones Mapuche, Occupy Wall Street, #YoSoy132, las protestas estudiantiles en Chile, los “cacero-lazos” en Argentina y las protestas #NoALaCopa de 2013.

El conjunto de trabajos aporta hacia la consolidación de una línea de investigación latinoamericana sobre movimientos sociales en red. Para esta línea, proponemos una agenda que incluya estudios que profundicen en el análisis de las dinámicas que hemos identificado como fundamentales para la activación de los movimientos sociales en red: 1) Arranque emocional de la movilización y elaboración de marcos de injusticia; 2) Uso intensivo de la web y el teléfono móvil para la comunicación política autónoma; 3) Construcción de identidad colectiva a partir de marcos de valores y un lenguaje propio del movimiento; 4) Debates sobre temas y valores en enclaves deliberativos; 5) Carácter difuso de la estructura del movimiento y coaliciones fluidas de redes de activistas conectadas con múltiples organizaciones de naturaleza híbrida; 6) Dinámicas de capital social que combinan vínculos fuertes y vínculos débiles; 7) Acción colectiva para la ocupación del espacio público; 8) Acción política de contra-públicos o contra-hegemónica; 9) Conformación de redes con estructura de mundo-pequeño; 10) Propagación de ideas por difusión en cascadas o contagio en redes.

Iria Puyosa
Coordinadora Monográfico

Las redes sociales como catalizador del movimiento estudiantil chileno en 2011

Social media as a trigger for the 2011 Chilean student movement

As redes sociais como um catalisador do movimento estudantil chileno em 2011

—

Salomé SOLA-MORALES

Universidad de Santiago de Chile

Ricardo RIVERA GALLARDO

Universidad de Santiago de Chile

—

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 128, abril-julio 2015 (Sección Monográfico, pp. 37-52)

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

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 15-01-2015 / Aprobado: 03-03-2015

Resumen

El presente artículo examina el rol de las redes sociales en el movimiento estudiantil chileno durante el año 2011, concretamente en los tres meses de mayor desarrollo (junio, julio y agosto). De lo que se trata es de cuestionar el uso que las principales federaciones de estudiantes del país, como actores clave del movimiento, hicieron de las redes sociales. Para ello, en primer lugar, este trabajo propone un marco conceptual para aproximarse a la comprensión del movimiento estudiantil chileno en su contexto latinoamericano y, en segundo lugar, se incluye un análisis empírico sobre el uso de diferentes plataformas on-line (Facebook, medios federativos, Twitter y Youtube). Se presta especial atención a las dinámicas de consolidación de identidades, a la difusión de ideas políticas y al desarrollo del movimiento en red.

Palabras clave: movimiento estudiantil, redes sociales, Chile, identidad, comunicación política.

Abstract

This article studies the role social media played in the Chilean student movement during 2011; specifically in the period of greater activity for this group (June, July, and August). This paper is mainly about raising questions regarding the use of social media by the main student federations, as key movement actors. In order to do that, this case study firstly proposes a conceptual framework to better understand the Chilean student movement in a Latin-American context and, secondly, it also includes an empirical analysis about the use of different on-line platforms (Facebook, federations' media, Twitter, and Youtube). Special attention is paid to the dynamics of strengthening identities, the spread of political ideas and to student movement evolution in the net.

Key Words: student movement, social networks, Chile, identity, political communication.

Resumo

Este artigo analisa o papel das redes sociais no movimento estudantil chileno durante 2011, especialmente nos três meses de maior desenvolvimento (junho, julho e agosto). O que está em questão é o uso que as principais federações de estudantes do país, como atores-chave do movimento, fazem nas redes sociais. Para fazer isso, em primeiro lugar, este trabalho propõe uma estrutura conceitual para abordar a compreensão do movimento estudantil chileno em seu contexto latino-americano e, em segundo lugar, uma análise empírica sobre o uso de diversas plataformas on-line (Facebook, meios federativos, Twitter e Youtube). Nos focalizamos sobre a dinâmica da consolidação de identidades, a difusão de ideias políticas e ao desenvolvimento do movimento em rede.

Palavras-chave: movimento estudantil, redes sociais, Chile, identidade, comunicação política.

1. Introducción

La ocupación del espacio público es una de las claves para el desarrollo de los movimientos sociales. La calle puede ser el centro de batalla, expresión de demandas o descontento. También puede tratarse de un lugar de encuentro para la discusión o difusión de ideas de manera pacífica. Sin embargo, si no hay desafío al orden hegemónico o al poder disciplinario (Foucault, 1992) mediante la apropiación de la esfera pública, los movimientos sociales podrían perder su intensidad, diluirse o incluso desaparecer. Ahora bien, ¿qué ocurre hoy en día cuando muchos de los movimientos sociales nacen o se desarrollan en red? ¿Puede la red articular nuevos espacios públicos alternativos de desarrollo y difusión de ideas políticas? Algunos autores como Manuel Castells han anunciado que en el siglo XXI los movimientos sociales están conectados de una forma u otra en red:

El uso de internet y las redes de comunicación móviles es fundamental, pero la forma de conexión en red es multimodal. Esta conexión incluye redes sociales on-line y offline, así como redes sociales ya existentes y otras formadas durante las acciones del movimiento. Las redes están dentro del movimiento, con otros movimientos del mundo, en la blogosfera, en los medios de comunicación y en la sociedad en general. (2012, p. 212)

No obstante, ¿acaso el movimiento estudiantil chileno se trata de un movimiento en red? Desde 2006 y especialmente en 2011 los estudiantes secundarios y universitarios, apoyados por otros gremios, han ocupado el espacio público, realizado asambleas, tomas, caceroladas o manifestaciones y han participado en actos institucionales y mediáticos. Sin embargo, poco se conoce o ha investigado acerca del uso que hace de internet y las redes sociales este movimiento.

El principal objetivo de este artículo es, por tanto, explorar el uso que el movimiento estudiantil chileno hizo de las redes sociales en su momento de máximo auge, que fue durante los meses de junio, julio y agosto de 2011. Con el fin de comprender los procesos de creación de identidades compartidas, difusión de ideas políticas y desarrollo en red del movimiento, se realiza, en primer lugar, una contextualización socio-histórica sobre el movimiento estudiantil chileno y, en segundo, un análisis empírico del uso de las redes sociales de las principales organizaciones en este período.

2. Orígenes y desarrollo del movimiento estudiantil chileno

El nacimiento del movimiento estudiantil en Chile responde a una reacción ante la consolidación de la influencia del modelo neoliberal dentro de la educación. Sin embargo, se trata de un acto reflejo tardío, puesto que como indican Mayol (2012), Riesco (2007), Moulian (1997) y Mönckeberg (2005, 2007 y 2013) este sistema ya

estaba en pleno funcionamiento de manera previa a las grandes manifestaciones realizadas por la comunidad estudiantil durante los primeros años del nuevo milenio. Se puede explicar este proceso a través de dos factores fundamentales que están co-implicados. El primero de ellos es el éxito del modelo neoliberal (Ruiz & Boccardo, 2013), el cual permitió construir una sociedad basada en créditos y pagos a largo plazo, donde no existían mayores necesidades para los estratos más bajos de la sociedad. El segundo de los factores es la desintegración y el exterminio de la izquierda de manera sistemática durante la dictadura militar del general Augusto Pinochet, mediante mecanismos de terrorismo de estado (Rebolledo, 2012). La conjugación de estos dos factores es clave ya que, precisamente, las organizaciones de izquierda eran las que más se oponían a las transformaciones político-económicas realizadas durante la dictadura.

Este fenómeno comenzó con la lenta rearticulación de sectores de la izquierda durante la década de los 90 a través del movimiento estudiantil principalmente. Es más, fue la izquierda extraparlamentaria la que interpuso los primeros alegatos contra el sistema de mercado educativo (Touraine, 2006), enfrentándose por vez primera a las instituciones hegemónicas. Los estudiantes de las universidades fueron los principales protagonistas del movimiento ya que fueron ellos quienes se vieron más afectados por los altos precios de los aranceles universitarios, incluso en las instituciones públicas.

El proceso tiene varios momentos clave. El primero de ellos fue el inicio de las protestas, las cuales fueron más visibles en los primeros años de la década del 2000. El segundo fue la movilización de estudiantes secundarios en el año 2006, que se mantendría de manera oscilante y con menos fuerza en los años 2007 y 2008. A partir estos hitos iniciales se generó una acumulación de fuerza en los estudiantes activistas dispuestos a cambiar el modelo educativo. El año 2011 significó un nuevo momento fundamental, en el que los enfrentamientos entre los estudiantes y el Estado se convirtieron en un terremoto político que le costó al sistema gran parte de su legitimidad.

En este sentido, las protestas realizadas desde el año 2011 en adelante tuvieron la firme intención de generar un cambio en las condiciones de ingreso a los colegios y las universidades. Además, pusieron bajo sospecha el financiamiento de la educación pública y propusieron una mejor redistribución de la riqueza. Finalmente, para cerrar el triángulo, cuestionaron el rol que tienen que cumplir las instituciones educativas dentro de una sociedad democrática. A partir de estos tres objetivos centrales el movimiento estudiantil hizo hincapié, a través de los medios de comunicación, en reformar la estructura del aparato educativo desde su base misma.

Especialmente el año 2011 significó también el destape de las redes sociales en la política de masas del estudiantado. Durante los meses de junio, julio y agosto las diferentes plataformas virtuales funcionaron como agitadoras de propaganda, donde se transmitían las ideas de gratuidad en la educación, el fin al lucro y la necesidad de eliminar la segregación.

2.1. Características propias del movimiento

Entendemos el movimiento estudiantil como un ‘nuevo movimiento social’, propio de la sociedad post-industrial globalizada (Garretón, 2002), que se caracteriza por la caducidad de los antagonismos de clase (Touraine, 1993) y por centrar su lucha en el significado y la orientación de la acción social (Melucci, 1994; 1999). Además se lo podría clasificar como movimiento ciudadano, en la medida en que viene a ocupar el espacio que en los ochenta tuvo el movimiento democrático y de derechos humanos y, en gran parte del siglo XX, el movimiento obrero (Fleet, 2011).

Además, caracterizamos al movimiento estudiantil chileno como latinoamericano, debido a las condiciones de las relaciones de producción que tiene esta zona del mundo con las potencias económicas, desde larga data, a juicio de Mariátegui (citado por Löwy, 2008). En la actualidad se puede caracterizar a Latinoamérica por un alto nivel de intervención en la política-económica de grandes capitales privados provenientes de los países hegemónicos. Otro aspecto importante propio de estos países es su situación de exportadores de materias primas y servicios sin valor agregado, lo cual se relaciona con un desarrollo más o menos precario del conocimiento (Moulian, 1997).

La adopción del modelo neoliberal y la entrada de grandes corporaciones provocó que parte de la sociedad latinoamericana quedara expuesta a una serie de transformaciones fundamentales. La ciudadanía en su conjunto vio cómo el sector de multinacionales privadas se apoderaba de las instituciones estatales y comunitarias, incluso, de pequeñas y medianas empresas que no pudieron competir con el avance arrollador de éstas. La burguesía nacional fue el perfecto socio para los nuevos dueños de las propiedades nacionales (Salazar, 2003). El capitalismo financiero generó un nuevo estado de lo que se entiende por rol social, en el que lo importante pasó a ser el PIB, la inflación y la tasa de desempleo, no así la redistribución de la riqueza y la calidad de vida de las personas.

Junto a la perspectiva político-económica, la lucha expresada por estos pueblos apunta a la generación de un nuevo tipo de estado en donde las comunidades se hagan más participes de las determinaciones gubernamentales (Zibechi, 2003). En este sentido, los protagonistas del movimiento social chileno provienen de distintos sectores de la sociedad. Ya no son solamente trabajadores, como lo fueron a principios del siglo pasado (Touraine, 1993), sino también un entramado de comunidades activas que representan a una multiplicidad de ámbitos comunitarios.

Sin embargo, con el tiempo los nuevos movimientos sociales no solamente se han transformado en un pilar de la construcción de una herramienta de demandas locales y sectoriales. De hecho, existe una relación entre los estudiantes chilenos y los fenómenos sociales latinoamericanos que se han dado en las últimas décadas, que está caracterizada por un proceso de aprendizaje y de transformación. En un principio los movimientos originados en el subcontinente nacían para hacer frente a demandas gremiales o locales; esto derivó de manera progresiva en la formación de federaciones o agrupaciones más grandes de personas que tenían reivindicaciones sectoriales. A partir de la formación de estos órganos se generaba

una serie de demandas que buscaban hacer frente a las políticas neoliberales impuestas a partir de las dictaduras que asediaron gran parte del continente. En algunos casos las agrupaciones se decantaron por la construcción de movimientos multisectoriales que luego serían referentes electorales.

Tanto en Chile como en el resto de América Latina las transformaciones que se fueron dando dentro de los movimientos sociales partieron desde ciertos parámetros que los limitaban. Nos estamos refiriendo a las limitaciones impuestas por el contexto económico y político. El neoliberalismo generaba “cerrojos” que imposibilitaban que las organizaciones locales pudieran conseguir las reformas que demandaban (Mayol, 2012). En este sentido, la institucionalidad se mostró constantemente agresiva ante los petitorios entregados por estudiantes, campesinos, trabajadores, pobladores, etc. En este contexto, podríamos hacer mención a la represión sistémica (Foucault, 2007) provocada sobre los ciudadanos, que se traduce en el disgusto de la comunidad. Es aquí donde es anulado el proyecto de los sectores indignados de la sociedad, puesto que el sistema busca cerrarles espacios a través de lo que ocultar el malestar social.

Otra de las líneas estratégicas desarrolladas por los estudiantes en Chile -que tiene una similitud con los movimientos sociales latinoamericanos- es su conexión con lo universal. Esto se debe en gran medida a la manera de masificar y vehicular sus propuestas a través de los medios sociales, generando así una disputa de carácter ideológico de alcance social. Las redes sociales, plataformas audiovisuales y páginas webs informativas son espacios en los que la ciudadanía puede aprender sobre los contextos que envuelven su cotidiano. De esta forma, los sujetos toman posturas y comienzan a desarrollar la política.

En el caso de Chile el movimiento estudiantil ocupó las federaciones de estudiantes para canalizar el descontento. En 2011 las federaciones de estudiantes de universidades tradicionales (instituciones de educación superior públicas o privadas que son reconocidas por su trayectoria y su rol social) fueron el instrumento de los estudiantes para posicionar las demandas que salían de las asambleas realizadas en las carreras. La síntesis se realizaba en la Confederación de estudiantes de Chile (CONFECH), en la que se agrupaban todas las federaciones universitarias. Sin embargo, debido a la geopolítica de Chile, las federaciones con más visualización mediática eran la Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile (FECH), la Federación de Estudiantes de la Pontificia Universidad Católica de Chile (FEUC) y la Universidad de Santiago de Chile (FEUSACH), todas con su sede central en la región metropolitana.

Las federaciones de estudiantes ocuparon los medios de comunicación para instalar el petitorio del movimiento estudiantil en la discusión cotidiana de los ciudadanos del país. Además, las redes sociales, los videos y las páginas de las tres federaciones más importantes de Chile funcionaron en razón de lo mencionado anteriormente; pero propusieron una forma de dinamizar el movimiento como una herramienta motivadora al realizar una multiplicidad de formas de protesta. Hasta la fecha son canales de comunicación que permiten dar una disputa

ideológica al Estado y a las grandes empresas de la educación. Por último, cabe mencionar el carácter institucional que tiene el movimiento estudiantil, puesto que sus debates en los medios de comunicación rondan siempre en la discusión frente al aparato ejecutivo y legislativo.

2.2. La articulación del descontento

En el contexto chileno, donde existen grandes brechas salariales y una extrema desigualdad de la distribución del ingreso¹, este modelo de educación mercantilizado tiene graves consecuencias sobre los estudiantes, entendidos y tratados como clientes.

Primero, porque al funcionar como un mercado, el sistema educativo basa su oferta en las diferencias de calidad de sus productos (infraestructuras, calidad de los docentes o proyección social que otorgan sus títulos, por ejemplo). Así al mismo tiempo, se crea una grave segmentación de los estudiantes entendidos como “consumidores” que se distinguen entre aquellos que pueden acceder a universidades de primera categoría, si tienen mayores ingresos, o a instituciones de segunda o de tercera, si son menos pudientes. Por lo cual se reproducen las condiciones de desigualdad en el país en la esfera de la educación.

Segundo, porque este sistema está dominado por diferentes grupos de poder, que son los que controlan el mercado y lucran, propiamente, con la educación, convirtiéndola en un negocio en sí misma. Y dado que el único objetivo de los grupos que ostentan el poder es lucrar con la educación, existe una “sobreoferta” de programas o de instituciones, algunas de dudosa categoría².

Tercero, porque el modelo educativo se ha transformado en una forma de endeudamiento forzosa para gran parte de la población, puesto que la única manera que tienen para acceder muchas familias a la educación es mandar a sus hijos a las universidades e institutos técnicos con préstamos bancarios o créditos. Es más:

La crítica al modelo educativo en general se comprende en relación a una crisis de legitimidad en la medida que éste no ha traído, desde el punto de vista de la sociedad en su conjunto, ni igualdad ni integración, sino que más bien ha sido el principal mecanismo para perpetuar la división de la sociedad en posiciones dominantes y dominadas. (Fleet, 2011, p. 5)

Si bien el movimiento estudiantil cobra su forma a partir de la acumulación de experiencia desarrollada en la década del 2000, no obstante, hay que sumarle el descontento de los ciudadanos con el sistema en su conjunto; malestar que se

1 Chile es el país con mayor desigualdad en la distribución del ingreso de los países latinoamericanos, donde el decil más rico gana 27 veces más que el decil más pobre, según el informe “Going for Growth 2013” de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD).

2 Eso explica por qué algunas instituciones de educación superior no son acreditadas por la Comisión Nacional de Acreditación (CNA-Chile).

expresa en 2011 como su punto más álgido. Este hecho cobra mayor fuerza con el estallido social provocado por la disputa entre las comunidades de Aysén y las grandes empresas que invertían en hidroeléctricas. A partir de ese fenómeno social se generaron las masivas movilizaciones que dinamizaron al movimiento social y provocaron una adhesión masiva, que tuvo la voluntad de expresar el disgusto frente a las políticas neoliberales. Ese año que se inició con el problema ecológico, luego se repetiría con las protestas de los estudiantes (Mayol & Azócar, 2013).

Por ende, la articulación del movimiento estudiantil chileno parte de un malestar que simboliza la necesidad concreta de obtener la cobertura del Estado. Junto a esto, podemos resaltar la voluntad de querer cambiar los parámetros en los que se desarrolla la institucionalidad educativa neoliberal, expresados en la participación masiva en las marchas, concentraciones, foros y actividades culturales.

2.3. Fundamento identitario

El movimiento estudiantil chileno, como muchos de los llamados “nuevos movimientos sociales”, tiene un alto componente identitario y cultural. Una de sus características fundamentales es que se auto-define como estudiantil, de manera que su referencia principal es la categoría de pertenencia o adhesión al sistema educativo. Se trata de una identidad de resistencia en la que la adscripción principal es la condición étnica. Esta matriz se distancia de otras tipologías clásicas como las que se dieron en el movimiento obrero, por ejemplo. Precisamente, la lógica de acción colectiva trasciende el campo de la producción (Garcés, 2011) y abre nuevos interrogantes que están más vinculados con lo socio-cultural. Al tratarse de una identidad de resistencia su eje principal o marca distintiva es el conflicto o el enfrentamiento. La oposición se da entre aquellos miembros del movimiento, que se auto-definen como estudiantes y una serie de “adversarios identificados” –como diría Touraine– que en este caso son: el modelo neoliberal y los gobernantes que se encargan de perpetuarlo.

La juventud es clave en el desarrollo del fundamento identitario del movimiento ya que aparece como una de las características principales. No obstante, al mismo tiempo, este rasgo fundamental sitúa al movimiento en una posición de subordinación simbólica frente a sus antagonistas, ya que la distribución de poder entre jóvenes y adultos no es equitativa. A este respecto el fundamento identitario del movimiento se da en una doble dialéctica: la que enfrenta a estudiantes versus gobernantes y la que enfrenta a jóvenes versus adultos.

Ahora bien, aunque la juventud es uno de los rasgos claves del movimiento estudiantil, es preciso hacer notar que hay muchos jóvenes invisibilizados o excluidos del sistema educativo y, por tanto, aunque se sintiesen interpelados o suscribiesen las proclamas, no necesariamente forman parte del movimiento. No olvidemos que el movimiento estudiantil chileno surge y se hace posible desde las clases medias y la intelectualidad (Fleet, 2011). Esta se da por la composición de

clase que tienen la mayoría de los dirigentes que lideraron el movimiento, pero también por la composición de clase del movimiento en sí, el cual parte desde personas con un capital cultural y una capacidad adquisitiva que les permite acceder a las universidades tradicionales. Esa es una característica particular que desempeña un papel decisivo con respecto a las demandas y a las metodologías desarrolladas para llegar a la comunidad.

En este contexto, el escenario no es ocupado por un único sujeto o movimiento social bien definido o delimitado, si no, por el contrario, por un conjunto de actores u organizaciones diversas con una serie de objetivos comunes, que hemos enunciado anteriormente. Ahora bien, en este campo de tensiones y contradicciones, de enfrentamientos entre la ciudadanía y la institucionalidad, los actores sociales son la clave de la acción colectiva. De esta manera, el eje de pertenencia o referencia se traslada desde lo económico-industrial hacia lo cultural o identitario.

A pesar de que algunas de las proclamas de este movimiento social tienen un carácter global, existe un predominio de temas que afectan a la vida cotidiana y que Garretón (2002) ha denominado “mundos de la vida” o de la intersubjetividad. A saber, que los principios de acción se basan en problemáticas o conflictos que afectan a la vida diaria: como es el endeudamiento de las familias chilenas por los créditos universitarios, por ejemplo.

3. Análisis de la difusión de valores e ideas políticas en red

Aproximarnos al movimiento estudiantil chileno y tratar de categorizar a sus actores es una tarea compleja. Esto se debe a que se trata de un movimiento social muy fragmentado, donde participan cientos de organizaciones de diferente color ideológico. De hecho, al tratar de realizar una panorámica sobre los principales grupos o colectivos de estudiantes implicados nos encontramos con decenas de federaciones, organizaciones, asociaciones o partidos, que tienen demandas, formas de actuación y características e identidades propias.

No obstante, para poder ilustrar el uso que los principales actores del movimiento estudiantil hacen de las redes sociales e internet hemos analizado las plataformas on-line (Facebook, medios federativos, Twitter y Youtube) utilizadas por las tres federaciones principales del país: Federación de Estudiantes de la Universidad de Chile (FECH); Federación de Estudiantes Universidad de Santiago de Chile (USACH) y Federación de Estudiantes de la Universidad Católica de Chile (FEUC). El movimiento estudiantil dentro de los espacios universitarios en Chile se organiza de manera similar, por lo cual todas las federaciones son útiles para nuestra descripción. Sin embargo hemos preferido tomar como muestra estas tres instituciones de educación superior ya que son las que tienen más presencia en los medios de comunicación. A nuestro juicio estas tres federaciones fueron los principales actores del movimiento estudiantil chileno en los meses de junio, julio y agosto de 2011, ya que canalizaron las principales demandas de los estudiantes

en el momento de mayor auge del movimiento. Al mismo tiempo, ofrecen una visión sistemática del movimiento en el país ya que las tres federaciones tienen su sede principal en Santiago.

Nuestro análisis se ha centrado en los siguientes tres ejes principales: 1) Definición de la identidad del colectivo; 2) Difusión de valores e ideas políticas y 3) Desarrollo del movimiento en red.

4. Resultados

4.1. Definición de la identidad del colectivo

A la luz del análisis realizado se pudieron obtener los siguientes resultados: para comenzar, la dinámica de mercantilización anteriormente expuesta es vista por los protagonistas del movimiento como una agresión muy grave. Es por ello que la identidad del movimiento es construida en forma de resistencia y a través de la confrontación con una serie de antagonistas, como mencionamos anteriormente. Los adversarios identificados en las piezas estudiadas aparecen como los “responsables” de la situación actual de empobrecimiento y endeudamiento de las familias chilenas y de la mala calidad de la educación. Así, los gobernantes son los “culpables” que se están lucrando a causa del malestar de los estudiantes y sus familias, pero que también están causando un mal mayor sobre el futuro del país y de la sociedad.

Frente a estos adversarios los estudiantes se identifican con una serie de grupos de pertenencia que van más allá de su categoría étnica o su condición estudiantil. De hecho, interpelan con frecuencia al resto de la sociedad, a los pobladores, trabajadores o a las familias chilenas. De esta manera se amplía el grupo de referencia a una categoría común más universal que es la del ciudadano, que va más allá del rasgo etario o estudiantil.

A pesar de que la identidad del movimiento se define en contra de sus antagonistas es importante destacar que se trata de una narración identitaria positiva y constructiva. Más allá de ser víctimas del sistema, los estudiantes son protagonistas de su destino y, por tanto, se definen como capaces de tomar las riendas del mismo. Tienen soluciones y propuestas, ideas definidas y fórmulas para acabar con el lucro, mejorar la calidad de la educación y desafiar la lógica del mercado. Esto evidencia que existe un proyecto comunitario y una voluntad didáctica que va más allá de los intereses de sus actores protagónicos. Es más, a través de las plataformas virtuales analizadas continuamente se interpela a que jóvenes y mayores, estudiantes y trabajadores conozcan y se informen acerca de lo que está ocurriendo en el país y acerca de sus derechos como ciudadanos y estudiantes.

Los países extranjeros aparecen en los discursos analizados en las redes sociales como un apoyo sustancial para el movimiento. Son unos agentes estratégicos clave ya que estas voces externas funcionan casi como fuentes de autoridad. Esto se debe a que evidencian que lo que se está haciendo en Chile no es lo más

adecuado y por tanto validan los argumentos sostenidos por los estudiantes. Y además, dan fiabilidad y apoyo moral al movimiento en la medida en que estos países defienden las causas del movimiento.

4.2. Difusión de valores, lemas e ideas políticas

Mediante las redes sociales las federaciones analizadas, en tanto principales actores del movimiento estudiantil, pudieron instalar en el debate público una serie de temáticas o conceptos clave, que constituyen el transfondo conceptual e ideológico del mismo. La demanda principal del movimiento estudiantil es el fin al lucro, que conllevaría a la recuperación del carácter público de la educación. La orientación colectiva expresada de forma sintética sería por tanto una crítica al sistema neoliberal impuesto durante la dictadura pero desarrollado y mantenido en democracia. Esto tiene como consecuencia el empobrecimiento de la calidad de la educación chilena, el endeudamiento de las familias y los estudiantes y el crecimiento de la desigualdad entre aquellos que pueden pagar una educación privada y los que no.

Si bien el fin al lucro y la exigencia de recuperar una educación gratuita y de calidad están en el centro de las demandas o lemas políticos, también hay una fuerte crítica al accionar del gobierno, a la represión ejercida por los agentes del orden y hacia el poder mismo. Esto tiene una conexión directa con el componente identitario anteriormente mencionado. Dado que existen unos antagonistas “responsables” de la situación actual, otra de las temáticas preferidas abordadas es la crítica hacia aquellos que se están enriqueciendo a costa del empobrecimiento de los más desfavorecidos. De manera que es habitual encontrar en las redes sociales un importante componente de denuncia.

Igualmente, las ideas difundidas en la red a través de mensajes o vídeos virales se conectan a menudo con valores universales como la justicia, la dignidad, la libertad o la ciudadanía. De esta manera, salvar la educación chilena se convierte en una manera de salvar al país de la agresión acometida por el sistema neoliberal a través de sus gobernantes.

Además de difundir una ideología contraria al modelo hegemónico dominante, que fundamenta sus valores en la igualdad, el respeto a la diversidad y la lucha por los derechos de la ciudadanía en general y los estudiantes en particular, las redes sociales analizadas se encargan en gran medida de difundir información acerca de las actividades de militancia. Así uno de los elementos recurrentes que aparecen en los Facebook o Twitter de las tres federaciones es información sobre tomas, velatorios, marchas, huelgas o caceroladas.

Otra de las funciones que desempeñan las redes sociales analizadas es la de difundir noticias de los medios de comunicación tradicionales. De manera que las redes sociales retroalimentan el debate sobre informaciones aparecidas o critican, contra-argumentan o rectifican noticias aparecidas en los medios masivos. Dado que en la actualidad los principales medios del país están en manos

de dos holdings (Edwards y Copesa) que concentran la propiedad y la facturación, controlan la producción y distribución de información (Mayorga, Del Valle & Nitrihual, 2010) y reproducen un discurso hegemónico poco diverso y plural, los mensajes que aparecen en las redes sociales funcionan como un contra-discurso clave para entender lo que está ocurriendo a pie de calle.

Finalmente, valga añadir que además de difundir ideas políticas, valores y lemas, informaciones necesarias para el movimiento o críticas a los medios de comunicación tradicionales, los contenidos aparecidos en las redes sociales de las federaciones estudiadas tienen un importante componente estético, propio del marketing político, cuyo fin es el de captar seguidores y crear una imagen más atrayente para los estudiantes, que son los principales interpelados.

4.3. Desarrollo del movimiento en red

Un movimiento social en red teóricamente debería de carecer de una estructura centralizada, tener formas de organización horizontal y favorecer nuevas vías de participación e interacción virtual. Pero, ¿qué ocurre en el caso chileno? En nuestra investigación nos hemos preguntado cómo era el funcionamiento organizativo del movimiento y cómo usaban sus actores las redes sociales. En lo que se refiere a la estructura de los gremios estudiantiles es importante tener presente que ésta marca la forma en que se desarrolla la comunicación, hacia afuera y dentro de las orgánicas estudiantiles. Por este motivo, es necesario cuestionar cuál es el funcionamiento organizacional de los estudiantes para entender la manera en que los actores del movimiento se relacionan con las herramientas virtuales.

Las asambleas por carrera son la estructura donde las bases estudiantiles se expresan. En estas se crean y votan las propuestas que se darán a conocer a la ciudadanía a partir de debates realizados por estudiantes que militan en organizaciones políticas y personas independientes. A estas reuniones presenciales asisten todos los interesados en participar en las discusiones políticas y estrategias del movimiento estudiantil. Además estos espacios son organizados por los voceros o centros de estudiantes, que también tienen que llevar la opinión y los votos al pleno o ampliado de carreras de una federación.

El espacio federativo es representado por el presidente del gremio quien está encargado de realizar las síntesis de los plenos. Este es el espacio más politizado de la universidad. La responsabilidad de comunicar sobre las determinaciones de los plenos o posturas propias es de este organismo. Es decir, la federación tiene la responsabilidad de dirigir las acciones. Asimismo también tiene que ordenar la situación interna y mantener informada a la comunidad estudiantil. Esta información no obstante, se hace pública en las páginas webs de cada una de las federaciones y se vehicula a través de Facebook y Twitter de la federación.

Al nivel de las federaciones se suma un siguiente nivel de discusión y de política: la CONFECH (Confederación de estudiantes de Chile), que es un espacio

de síntesis nacional que congrega a todas las federaciones del país. Desde esta instancia se ordenan y perfeccionan las estrategias y demandas propuestas en las asambleas de carreras. También es en este espacio donde se elige a los voceros por zonal que, a su vez, entran en diálogo con los distintos organismos, especialmente en las negociaciones con el Estado. La representación de la CONFECH se compone de cuatro zonales: costa, norte, sur y centro, de los cuales se tienen que elegir dos voceros. Generalmente, el zonal centro tiene mayor atención en los medios de comunicación debido a que la FECH y la FEUC concentran el aparato de los medios masivos de comunicación.

Por último, en el movimiento estudiantil la CONFECH trabaja con la CONES (Coordinadora nacional de estudiantes secundarios), la ACES (Asamblea coordinadora de estudiantes secundarios) y el colegio de profesores. Según un programa común se unen para generar movilizaciones y negociar de manera conjunta con el Estado. De manera que la estrategia de participación tiene un alto componente institucional, ya que los diferentes actores estratégicos favorecen diferentes instancias de diálogo con los diferentes organismos a varios niveles.

En cuanto al uso de las redes sociales estas se utilizan como espacio de discusión propiamente en el que debatir propuestas en curso o votar algunas de las decisiones. No obstante, las plataformas virtuales analizadas funcionan principalmente como canales de difusión de información que permiten dinamizar el movimiento, canalizar las principales proclamas, analizar el rol de los medios de comunicación tradicionales o dar visibilidad a los principales logros del movimiento. En definitiva, el rol de las redes sociales funciona según el nivel de la organización estudiantil. Por ejemplo, en las carreras se producían grupos de trabajo y eventos en Facebook, también se creaban vídeos por Youtube que eran a su vez anexados a los Facebook y Twitter de las carreras o federaciones estudiantiles.

En el caso de la FECH, FEUC y la FEUSACH se puede observar que ocuparon los medios virtuales buscando la agitación. Las personas que estaban encargadas de las áreas de comunicación de las federaciones generaron piezas audiovisuales propagandísticas con el fin de colectivizarlos en las redes sociales. Asimismo, en muchos casos fueron estudiantes independientes a las federaciones los que cooperaron generando trabajos escritos o audiovisuales para aportar contenido a las redes sociales. Después estos videos salían en la televisión o eran ocupados por los periodistas de distintos medios para informar sobre las demandas de los estudiantes. Los mismos dirigentes de las casas de estudio promovían sus ideas y sus diferencias con el actual modelo educativo, a través de las redes sociales, en especial Twitter.

5. Conclusiones

El análisis del uso de las redes sociales de las tres principales federaciones del país evidencia que el movimiento estudiantil chileno tiene un marcado componente

identitario. A través de los mensajes, imágenes y vídeos que se vehiculan en Facebook, Twitter y medios federativos se observan estrategias para captar la atención de los estudiantes mediante mensajes estéticos y atractivos para los jóvenes.

En cuanto a la definición de la principal categoría de pertenencia del movimiento, vemos cómo sus protagonistas se auto-definen en los discursos analizados en contra de una serie de antagonistas: los que defienden la educación versus aquellos que la han destruido y se lucran gracias al modelo neoliberal. Precisamente por eso la categoría definitoria principal no se reduce a los jóvenes y estudiantes (dejando a un lado a todos aquellos que no estudian por falta de recursos o porque ya acabaron de estudiar) y termina siendo mucho más amplia. Es más, el hecho de que las demandas sean colectivas y universales tiene como consecuencia que el sujeto colectivo transite desde los estudiantes hacia los ciudadanos mismos, ya que las demandas son compartidas por las familias y los trabajadores.

De manera que los fines del movimiento no son de interés exclusivo de los jóvenes sino que afectan a toda la sociedad. Esto fue en parte lo que hizo que en 2011 una gran porción de los ciudadanos chilenos se identificase con los estudiantes. De hecho en este año hubo un gran nivel de adhesión en la movilización de masas y en las encuestas de opinión pública. En esta línea, el análisis de la difusión de ideas políticas en red nos ha mostrado que las principales temáticas y valores defendidos por el movimiento son de alcance universal: la dignidad, la justicia, los derechos y el futuro del país hacen que la lucha por la educación gratuita y el fin al lucro se conviertan en proclamas compartidas por gran parte de la sociedad. Ahora bien, a través de las redes sociales, no existen mecanismos ideológicos estratégicos. Si bien las federaciones pueden tratar de hacer llegar sus mensajes a un gran número de seguidores, lo cierto es que estas tendencias tan sólo reiteran, refuerzan y catalizan lo que ocurre en la vida real.

En cuanto a la organización en red, el movimiento estudiantil chileno se caracteriza por tener un componente institucional muy relevante. Existe una gran organización de base y diversas instancias de participación bien estructuradas, las cuales permiten que los diferentes actores articulen debates a través de diferentes instancias. No obstante, al preguntarnos por el uso de las redes sociales y analizar la actividad y participación virtual desarrollada por los principales actores del movimiento vemos que ésta es más reducida de lo esperado.

En cierta medida podríamos decir que las redes sólo funcionan para difundir información, catalizar el movimiento y apoyar sus actividades. Es más, el debate que se da en los espacios de participación clásicos, tales como las asambleas, no se da on-line, ya que no existen aún mecanismos de participación virtual innovadores. Dado que el uso de las redes sociales es muy limitado y termina reduciéndose a fines informativos y estéticos, podríamos concluir que las formas de participación virtual desarrolladas por el movimiento estudiantil chileno han sido escasas. Es más, tres años más tarde de su momento de máximo auge, en un

contexto de estancamiento, quizás las redes sociales sean la clave para recuperar el espacio público.

Referencias bibliográficas

- Fleet, N. (2011). Movimiento estudiantil y transformaciones sociales en Chile: una perspectiva sociológica. *Polis*, 30, pp. 2-13. Recuperado de <http://polis.revues.org/2152>
- Foucault, M. (1992). *Vigilar y castigar*. Madrid: Siglo XXI Editores.
- Foucault, M. (2007). *Nacimiento de la biopolítica*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- Garretón, M. A. (2002). La transformación de la acción colectiva en América Latina. *Revista de la CEPAL*. 76, abril, 7-23.
- Gohn, M. G. (2000). *Teoría dos movimentos sociais*. São Paulo: Loyola.
- Löwy, M. (2008). Ni calco, ni copia: El marxismo romántico de José Carlos Mariátegui. Boletín: Siete ensayos, 80 años. Simposio Internacional Conmemorativo de la aparición de la obra clásica de José Carlos Mariátegui, Año 1, No. 2, Lima.
- Mayol, A. (2012). *El derrumbe del modelo*. Santiago: LOM ediciones.
- Mayol, A. & Azócar, C. (2011). Politización del malestar, movilización social y transformación ideológica: el caso “Chile 2011”. *Polis*, 30, 1-19. Recuperado de <http://polis.revues.org/2152>
- Mayorga, A. J., Del Valle Rojas, C. & Nitrihual Valdebenito, L. (2010). Concentración de la propiedad de los medios de comunicación en Chile. La compleja relación entre oligopolio y democracia. *Anagramas* 9, No. 17, 131-148.
- Melucci, A. (1994). Asumir un compromiso: identidad y movilización en los movimientos Sociales. En M. Revilla (comp.), *Movimientos sociales, acción e identidad*, (pp. 153-180). Madrid: Editorial Pablo Iglesias.
- Melucci, A. (1999). *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. México: El Colegio de México.
- Mönckeberg, M. O. (2005). *La privatización de las universidades. Una historia de dinero, poder e influencias*. Santiago: Editorial La copa rota.
- Mönckeberg, M. O. (2007). *El negocio de las universidades en Chile*. Santiago: Editorial Debate.
- Mönckeberg, M. O. (2013). *Con fines de lucro*. Santiago: Editorial Debate.
- Moulian, T. (1997). *Chile actual: Anatomía de un mito*. Santiago: LOM ediciones.
- Rebolledo, J. (2012). *La danza de los cuervos*. Santiago: Ceibo ediciones.
- Riesco, M. (2007). *Derrumbe de un mito*. Santiago: CENDA.
- Ruiz, C. & Boccardo, G. (2013). Peripecias del capital y el trabajo en el “neoliberalismo avanzado”. *Cuadernos de coyuntura*, 1, 25-52.
- Salazar, G. (2003). *La historia desde abajo y desde dentro*. Santiago: Universidad de Chile, Facultad de Artes, Departamento de Teoría de las Artes.
- Tilly, Ch. & Wood, L. J. (2010). *Los movimientos sociales: 1768-2008. Desde sus orígenes a Facebook*. Barcelona: Crítica.

- Touraine, A. (1993). *La Voix et le regard. Sociologie des mouvements sociaux*. París: Seuil.
- Touraine, A. (2006). Los movimientos sociales. *Revista colombiana de sociología*, 27, 255-278.
- Zibechi, R. (2003). Los movimientos sociales latinoamericanos: tendencias y desafíos. *OSAL: Observatorio Social de América Latina*. No. 9. Buenos Aires: CLACSO. Recuperado de: <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/osal/osal9/zibechi.pdf>.
-

Información de los autores

Salomé SOLA-MORALES

salome.sola@usach.cl

Doctora en Medios, Comunicación y Cultura por la Universidad Autónoma de Barcelona, España; donde trabajó como docente entre 2008 y 2013. Desde 2013 es Associate Professor en la Escuela de Periodismo de la Universidad de Santiago de Chile; donde imparte Teoría de la Comunicación IV y Seminario de Título. Investigadora Principal de un Proyecto DICYT “Participación de los jóvenes chilenos en la vida democrática. Impacto de los nuevos medios de comunicación”.

Ricardo RIVERA GALLARDO

ricardo.rivera.gallardo@gmail.com

Licenciado en Comunicación Social, Periodista y Diplomado en Periodismo Económico por la Universidad de Santiago de Chile. Ha trabajado como periodista. Además ha participado de forma activa en el movimiento estudiantil chileno desde 2006 hasta la actualidad militando en diversas instituciones políticas y juveniles. Actualmente se desempeña como investigador en la Universidad de Santiago de Chile.

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

The movement #YoSoy132 in Xalapa (Mexico): the construction of collective action and the status of participation in a local context of heterogeneity and social conflict

O movimento #YoSoy132 em Xalapa (México): a construção de uma ação coletiva e condição de participação em um contexto local de heterogeneidade e conflito social

Armando CHAGUACEDA NORIEGA
Universidad de Guanajuato

Héctor Manuel ORTEGA SÁNCHEZ
Universidad Veracruzana

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 128, abril - julio 2015 (Sección Monográfico, pp. 53-68)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 11-02-2015 / Aprobado: 03-03-2015

Resumen

El objetivo de este texto es analizar –a partir de la combinación de un trabajo etnográfico y la utilización de un modelo analítico específico– el complejo proceso de construcción de la acción colectiva y la participación del movimiento #YoSoy132 en Xalapa (México). En la primera parte se menciona de manera general al movimiento nacional para enseguida exponer algunas particularidades a nivel local. Posteriormente se plantean las aproximaciones teóricas que explican a nivel conceptual dicho trabajo y finalmente se analiza la acción colectiva y el estado de la participación tomando en cuenta las relaciones sociales internas del movimiento. **Palabras clave:** #YoSoy132, movimientos sociales, participación, acción colectiva, México, Xalapa.

Abstract

Drawing on a combination of ethnographic work and a specific analytical model, this essay analyzes the complex process by which the movement “#Yosoy132” (#Iam132) articulated space for collective action and participation in Xalapa, Mexico. The first portion provides a general description of the national movement before moving to an examination of its particularities at the local level. Thereafter, the essay puts forth theoretical approximations that help explain the group’s work at the conceptual level. In conclusion, it assesses the collective action as such and the state of participation taking into account the internal social relations of the movement.

Keywords: #YoSoy132, social movements, participation, collective action, Mexico, Xalapa.

Resumo

O objetivo deste texto é analisar –a partir da combinação de um trabalho etnográfico e da utilização de um modelo analítico específico– o complexo processo de construção da ação coletiva e da participação do movimento #YoSoy132 em Xalapa (México). Na primeira parte se menciona de maneira geral o movimento nacional para, em seguida, expor algumas particularidades em nível local. Posteriormente, se apresentam as aproximações teóricas que explicam ao nível conceitual deste trabalho e, finalmente, se analisa a ação coletiva e o estado da participação, tomando em conta as relações sociais internas do movimento. **Palavras-chave:** #YoSoy132, movimentos sociais, participação, ação coletiva, México, Xalapa.

1. Introducción

El movimiento #YoSoy132 surgió el 14 de mayo de 2012 en México, en respuesta a las acusaciones que el equipo de campaña de Enrique Peña Nieto lanzó a un grupo de estudiantes críticos de la Universidad Iberoamericana que habían emplazado al entonces candidato presidencial del Partido Revolucionario Institucional (PRI) en una visita a dicha institución, en medio de la contienda electoral de ese año. Los estudiantes habían interpelado al candidato priista, entre otras cosas, por los graves acontecimientos que tuvieron lugar durante su mandato como Gobernador del Estado de México, en San Salvador Atenco, donde las fuerzas del Estado reprimieron con exceso de violencia a manifestantes que se oponían a la construcción, en sus tierras, de un aeropuerto internacional. En suma, el movimiento debe su emergencia, más allá del conflicto puntual con el candidato priista, a un contexto de falta de respuestas integrales por parte del Estado para buscar soluciones a los problemas que se han agudizado en el país durante la prolongada e inconclusa democratización mexicana (Olvera & Chaguaceda, 2014)¹.

El movimiento se constituyó a nivel nacional a través de diferentes Asambleas locales surgidas en la mayoría de los Estados del país. En la ciudad de Xalapa, Estado de Veracruz, el proceso cristalizó el 2 de junio del mismo año, cuando se reunieron en una asamblea abierta diversos estudiantes y ciudadanos, declarando su adhesión al movimiento. En un principio, la nueva Asamblea “#YoSoy132 Xalapa” aceptaba, como regla, los acuerdos que habían emergido de la Asamblea nacional en México D.F. Estos iban orientados a defender la autonomía del movimiento con respecto a cualquier institución o partido político, así como el fomento de la libertad de expresión y la democratización de los medios de comunicación masiva. En particular, se posicionaba contra lo que percibían como el producto de una manipulación mediática representada en la imposición del candidato priista Enrique Peña Nieto como Presidente de la República.

Casi dos meses después de fundada la Asamblea local un grupo de varias personas se escindió de la primera y fundó #YoSoy132 Atenas Veracruzana². El motivo de dicha separación se debió a que aquellos declaraban no sentirse identificados ya con la manera en que #YoSoy132 Xalapa estaba actuando y tomando decisiones. Se le criticaba a la Asamblea original la formación de liderazgos con intereses diferentes a los principios por los cuales el movimiento se había creado. Las decisiones de la Asamblea, según el nuevo grupo, ya no se estaban consensuando sino que eran tomadas por muy pocas personas y se estaban tolerando las acciones violentas, lo cual era una clara violación al código de ética de #YoSoy132.

1 En particular, a problemas agudizados en la última década, como lo son la prolongada crisis económica –y su secuela de desempleo y pobreza–, la creciente violencia generada por el crimen organizado –y la estrategia estatal para enfrentarlo–, y la falta de democracia en el ámbito de los medios de comunicación, entre otros factores.

2 Es importante mencionar que, a la fecha de redactar el presente texto (2014) ninguna de las dos asambleas se encuentra activa.

Se criticaba el oportunismo de algunos miembros cuyo objetivo, según los miembros de Atenas, era fortalecer a otros colectivos (como a la Asamblea Estudiantil Xalapeña) que no pertenecían a la Asamblea de 132, pero que sí tenían mucho peso en las decisiones sobre el actuar local. En resumen, dicha separación devino por el conflicto interno que mantuvieron ambos grupos y que, a la postre, continuó.

2. Perspectiva de análisis

La perspectiva teórica y metodológica con la cual se aborda el análisis de dicho movimiento parte de un enfoque constructivista orientado al actor, el cual se centra en analizar las heterogéneas prácticas colectivas llevadas a cabo por actores sociales. Retomamos los aportes de Alberto Melucci y Norman Long en la medida de que, como eje articulador, ambos investigadores reconocen y estudian aspectos de naturaleza diversa y heterogénea en cuanto a la acción social de actores colectivos. Posteriormente, y en clara vinculación a éstos, se recupera un modelo analítico en torno a la participación en –y entre– organizaciones sociales gestado por uno de los coautores del presente trabajo en investigaciones anteriores.

Particularmente útil nos resulta el enfoque propuesto por Melucci en torno a la acción colectiva, la cual es “considerada resultado de intenciones, recursos y límites, con una orientación construida por medio de relaciones sociales dentro de un sistema de oportunidades y restricciones” (Melucci, 1991, pp. 357-358). Analíticamente, la definición que ofrece Melucci de movimiento social como forma de acción colectiva incluye tres dimensiones –la solidaridad, el conflicto y el rompimiento de los límites del sistema– valiosas para pensar experiencias como las que nos ocupan, las cuales explica de la siguiente manera:

[...] la acción colectiva debe contener solidaridad, es decir, la capacidad de los actores de reconocerse a sí mismos y de ser reconocidos como miembros del mismo sistema de relaciones sociales. La segunda característica es la presencia del conflicto, es decir, una situación en la cual dos adversarios se encuentran en oposición sobre un objeto común, en un campo disputado por ambos. [...] La tercera dimensión es la ruptura de los límites de compatibilidad de un sistema al que los actores involucrados se refieren. Romper los límites significa la acción que sobrepasa el rango de variación que un sistema puede tolerar, sin cambiar su estructura. (Melucci, 1999, pp. 46-47)

Esta definición nos remite a un escenario cuyas expresiones, a nivel empírico, podrían ser rastreadas dentro del movimiento estudiado. En primer lugar, la capacidad de reconocerse como parte de una misma entidad social tiene que ver con la raíz profunda y solidaria de la necesidad colectiva de actuar frente a las circunstancias adversas que los jóvenes enfrentan en nuestro país. Adicionalmente, la idea de una construcción de una sociedad en la que los distintos sectores sociales tengan acceso asimétrico y abierto a una información plural y democrática,

a recursos económicos, instancias de participación y garantías sociales plenas, ha unido a un grupo de actores en la búsqueda del bienestar común. En tercer lugar, el conflicto muestra el punto de quiebre del hartazgo de segmentos de la ciudadanía para con los límites del sistema político y el modelo de democratización mexicanos (Olvera & Chaguaceda, 2014) cuestionando su corrupción, su partidocracia y sus restricciones a la incidencia de otros actores civiles³.

Para el presente trabajo definimos la democracia como la suma de procesos y luchas sociohistóricas, así como determinados ideales, principios y valores encarnados en un contexto dado en un régimen político (suma de valores, prácticas y reglas institucionalizados), que garantizan y expanden los derechos, la participación y la representación de la ciudadanía. Lo democrático se nutre y construye a partir de sucesivos aportes de luchas e innovaciones originadas en diferentes épocas y contextos; por lo que ni sus formatos institucionales y legales pueden considerarse formas estáticas, ni las críticas a sus limitaciones y desvíos deben conducir al abandono del legado acumulado⁴. Si la democracia contemporánea supone la articulación de la acción estatal y societal, se entiende que sólo ampliando el horizonte de la participación y las fronteras de la ciudadanía –del modo que lo hacen movimientos como el #YoSoy132– se pueden avanzar apuestas sustantivas para el futuro de la idea y praxis democráticas.

En nuestra mirada, concebimos al actor social a partir de la noción de Norman Long. Para él éstos “son todas aquellas entidades sociales que puede decirse que tienen agencia en tanto que poseen la capacidad de conocer, justipreciar situaciones problemáticas y organizar respuestas apropiadas” (Long, 2007, p. 442). Éstos, a nivel colectivo se entienden como una coalición que “por lo menos en un momento dado, comparten alguna definición de alguna situación, o metas similares, intereses o valores, y que acuerdan, tácita o explícitamente, perseguir ciertos cursos de acción social” (Long, 2007, p. 120). Elementos todos –actor colectivo, conflicto aglutinador, valores comunes– presentes en el movimiento que nos ocupa y, en específico, en sus expresiones locales concretas.

Cuando un actor elabora expectativas y evalúa las posibilidades y límites de su acción se asiste al proceso de construcción de una identidad colectiva (Melucci, 1996, pp. 67, 70; 1999, p. 66). Ello no significa que los decursos de su identidad, su organización y su accionar sean unívocos, coherentes y monolíticos; cree –y nosotros con éste– que se trata de una realidad siempre contingente y difusa. Detrás de un comportamiento empírico aparentemente unificado se debe

3 Comunicado “a” de #YoSoy132 Xalapa en Facebook, 27 de septiembre de 2012.

4 De hecho las democracias consolidadas reúnen –en forma siempre dinámica y conflictiva– aportes del pensamiento liberal (limitación de excesiva injerencia estatal y defensa de libertades y derechos del individuo), del republicano (énfasis en la formación y acción cívicas y la participación) y de las luchas populares o socialistas (promoción de políticas sociales, defensa de la equidad como condición para la calidad de cualquier democracia, expansión de esta última a procesos del mundo laboral y productivo); así como de las demandas de los nuevos movimientos sociales (feminismo, ambientalismo, etc.) en una suerte de crisol de legados que dan forma a un patrimonio democrático común de la civilización contemporánea.

reconocer la pluralidad de significados que dan los actores a la acción (Melucci, 1996, p. 13; 1999, p. 45).

En sintonía con lo antes expuesto es claro que en una primera observación, y desde una mirada general, se podría pensar al movimiento #YoSoy132 Xalapa como una colectividad donde los actores que la conforman interactúan y están de acuerdo en la mayoría de las deliberaciones. Ello sería lo externamente visible, toda vez que dicho movimiento, en discursos y acciones públicas, muestra cierta unidad y acuerdo. En este sentido, desde el exterior de las experiencias se podría apreciar, difusamente, la existencia de cierta identidad colectiva.

Cuando se ejecuta la acción colectiva, Melucci alerta que “en un campo empírico, a los actores se les ve indudablemente moviéndose con cierta unidad y continuidad a lo largo del tiempo” (1999, p. 48) pero no por eso se debe pensar que constituyen una entidad unificada. El análisis debería entonces centrarse en la explicación de cómo esos elementos se combinan y unen, de cómo se forma y se mantiene en términos de identidad a un actor colectivo. La cuestión anterior lleva al teórico italiano a formular las siguientes interrogantes válidas –según él– para cualquier teoría de la acción colectiva: ¿Mediante qué procesos construyen los actores una acción común? ¿Cómo se produce la unidad entre las distintas partes, niveles y orientaciones presentes en un fenómeno empírico de acción colectiva? ¿Cuáles son los procesos y relaciones por medio de los cuales los individuos y los grupos se implican en la acción colectiva? (Melucci, 1999, p. 57).

En correspondencia con la preocupación de Melucci en torno a la importancia de un riguroso planteamiento metodológico y la utilización de instrumentos analíticos bien elaborados para el estudio de los movimientos sociales, Norman Long ofrece con su concepto de interfaz social⁵ un valioso recurso conceptual para examinar las interrelaciones entre actores. Estas interfaces –que necesitan ser identificadas etnográficamente y no conjeturadas con base en categorías pre-determinadas” (Long, 2007, p. 109)– resultan pertinentes para:

[...] examinar y entender problemas de heterogeneidad social y diversidad cultural [toda vez que...] típicamente ocurren en los puntos donde se cruzan diferentes, y a menudo conflictivos, mundos de vida o campos sociales, o más concretamente, en situaciones sociales o arenas en las cuales las interacciones giran en torno a los problemas de pontear, acomodar, segregar o disputar puntos de vista sociales, evaluativos y cognoscitivos. (Long, 2007, p. 136)

En los términos de este trabajo –en el que buscamos esclarecer cómo las heterogeneidades de los actores colectivos que conforman el movimiento estudiado logran (o no) consensuar acciones colectivas en común en el escenario local

5 Se debe aclarar que si bien Norman Long utiliza el término para apuntalar la relación entre actores sociales y actores políticos en este texto se ocupa para analizar las relaciones sociales de actores sociales –con vocación e incidencia política y pública– en un nivel local.

xalapeño– el concepto de interfaz es clave para “dilucidar los tipos y fuentes de discontinuidad y vinculación social presentes en tales situaciones e identificar los medios organizacionales y culturales para reproducirlos o transformarlos” (Long, 2007, p. 136) toda vez que éstos “proporcionan a menudo los medios para que individuos o grupos lleguen a definir sus posiciones culturales o ideológicas frente a los que defienden o simbolizan puntos de vista contrarios” (Long, 2007, p. 144). El concepto nos permite analizar cómo se median, perpetúan o transforman las diferencias en las maneras de interpretar la realidad o situaciones sociales específicas; también nos permite analizar aspectos de las relaciones sociales de los actores como lo es la distribución y el ejercicio del poder.

La matriz de análisis en torno a la participación está articulada con los planteamientos antes expuestos y principalmente con la concepción de Melucci sobre la acción colectiva, que como ya mencionamos, es resultado de procesos sociales diferenciados, de orientaciones de acción, de elementos de estructura, motivación e interés que pueden ser combinados de maneras distintas. Para explicitar los elementos que forman dicho modelo analítico, la presentamos a continuación de manera gráfica.

MATRIZ DE ANÁLISIS DE LA PARTICIPACIÓN



Fuente: Elaboración propia.

Las *estructuras* son el conjunto de espacios organizativos más o menos estables (asambleas, coordinaciones, etc.) de reglas (formales o informales) y de recursos (materiales o simbólicos) que dan cuerpo a las diversas modalidades (directa, delegada, activismo, entre otras) de la organización y la participación.

Constituyen un producto de la interacción continua y la transformación recíproca entre diversos actores.

Las diversas *culturas* (complejos de ideas, valores y creencias) que los actores poseen se forjan desde la interacción entre diversos proyectos políticos, su análisis permite comprender cómo los discursos y prácticas dominantes son incorporados, transformados o desafiados por las prácticas de los actores⁶. Así, la heterogeneidad de legados y su hibridación en prácticas y procesos específicos dejan su huella en la conformación de las culturas participativas de todos los actores colectivos (Long, 2007, p. 112). Éstas acrisolan y ponen en relación ideales, valores, representaciones y prácticas que tributan tanto al fortalecimiento de la ciudadanía –las que se relacionan con la autonomía, la autogestión y la solidaridad– como al fortalecimiento del control estatal y la dominación de elites, representadas por valores y prácticas antidemocráticos.

Las *dinámicas* son el conjunto de acciones secuenciadas mediante las que se despliega la acción colectiva y que constituye el componente cronológico de la trama. Dentro de éstas podemos identificar algunos cursos de acción estables e incrementales, y otros caracterizados por la ruptura de un conjunto de relaciones o normas colectivas existentes. La noción de dinámicas permite visualizar los forajeos que tienen lugar entre los individuos y grupos específicos y, en particular, distinguir el sentido en que se orientan las dinámicas participativas. La dinámica debe dar cuenta de la secuencia (y evolución) de las respuestas y estrategias de los grupos locales que luchan para definir y defender sus espacios locales, fronteras culturales y posiciones dentro de un campo de poder más amplio. Estas acciones pueden ser de *resistencia*, *incidencia* o *exigencia*, ya que en verdad semejante diferenciación no significa que éstas se encuentren separadas, pues en la realidad coinciden de forma accidental o se articulan de forma consciente (como demuestran luchas concretas en diversos escenarios contemporáneos) para obtener los resultados propuestos.

3. Las acciones colectivas de la asamblea #YoSoy132 Atenas Veracruzana⁷

En la indagación que sustenta este trabajo se ha podido observar que, si bien los miembros del movimiento comparten ciertas características en común –ideas, intereses, metas– relacionadas con las formas de organizar y llevar a cabo una acción colectiva, esto no significa que durante el proceso de construcción de la

6 Los discursos son juegos de significados insertos en las metáforas, representaciones, imágenes, narraciones, y declaraciones que proporcionan una visión de la realidad y la verdad y que se reproducen a través de textos escritos, hablados o no verbales (Long, 2007, p. 112).

7 Hemos decidido mostrar un ejemplo de acción colectiva de una de las dos Asambleas de Xalapa para evidenciar que la heterogeneidad y diversidad (generadoras de discrepancias, conflictos y discontinuidades) a partir de la cual se construye la acción colectiva, está presente no sólo en las relaciones de interfaz de ambas Asambleas, sino también en una sola.

misma no emerjan diferencias o discrepancias entre ellos mismos. Es importante considerar que, aún cuando los miembros pertenecen a un mismo movimiento, no se debe suponer una visión compartida de cada problemática, siendo palpable la heterogeneidad que existe al interior del movimiento y las diferentes percepciones que se tienen en la construcción de la realidad. Por este motivo, es necesario ahondar en estos factores para analizar cómo se construye la acción colectiva.

En el caso de Xalapa, la propia existencia de dos asambleas (132 Xalapa y 132 Atenas Veracruzana) nos lleva a reflexionar en términos heterogéneos sobre el movimiento⁸. La pluralidad y heterogeneidad de los actores no sólo es observable, a nivel local, en la organización y construcción de la acción colectiva –en las reuniones de las disímiles asambleas donde se discute y se toman decisiones– y a través del discurso donde diversos actores internos opinan sobre varias cuestiones que atañen a las estrategias del movimiento. Esta pluralidad también está presente en los diferentes espacios o arenas nacionales que componen al movimiento #YoSoy132.

Si en una asamblea local puede observarse que dentro de una misma *dinámica* –la construcción de la acción colectiva– los actores sociales perciben e interpretan de manera muy diferente situaciones o acciones específicas; en una asamblea nacional esto es más evidente y podemos visualizarlo con lo acaecido en la XI Asamblea Nacional de #YoSoy132, celebrada precisamente en la ciudad de Xalapa en noviembre de 2012. Dicho encuentro reunió a más de 30 asambleas de todo el país (y más de 80 personas en total), abrigando todo un mar de opiniones, sentimientos, ideologías, metas, etc., caracterizado por su heterogeneidad⁹. Aunque en términos generales existían en ese momento ciertos elementos que actuaban como consenso en cuanto a los principios fundamentales que podrían forjar una identidad colectiva –y éstos iban orientados en la neutralidad o autonomía que debería tener el movimiento de cualquier institución o partido político; estar a favor de la libertad de expresión y la democratización de los medios de comunicación masiva y por último, actuar en contra de la manipulación mediática que había significado la imposición de Enrique Peña Nieto como presidente de México– las distintas asambleas tenían posiciones diferentes en cuanto a las acciones que cada una lleva a lugar y la orientación que debería tener el movimiento nacional.

En este encuentro se discutieron cuestiones sobre el acontecer nacional y local de cada una de las Asambleas. Hubo mucha participación, la cual generó en todo momento nutridos debates. Podemos destacar una pequeñísima parte de esto cuando, por ejemplo, se habló del futuro del movimiento, de lo que había sido en sus inicios y el rumbo que debía tomar si quería seguir siendo visible. La Asamblea de Ciencias Políticas de la UNAM mencionaba que el país se encontraba sumergido en una vorágine de violencia con más de 80.000 muertos, caídos en

⁸ Para Melucci, reconocer esta pluralidad de significados que dan los actores a la acción es importante ya que éstos juegan muy diferentes juegos al mismo tiempo (1999, p. 45).

⁹ Noción de heterogeneidad que “indica la coexistencia de múltiples formas sociales dentro del mismo contexto o del escenario” (Long, 2007, p.111).

la supuesta lucha del Estado contra el narcotráfico. Para ellos, el movimiento había hecho público esta problemática, pero creían que el programa de lucha era ambiguo y debía cambiar.

La Asamblea de Tamaulipas mencionaba que precisamente el movimiento se debía acercar y luchar a favor de todos aquellos que habían quedado huérfanos. Otros, como la Asamblea de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla argumentaban que el movimiento como tal sólo había existido al principio, y que ahora se le debía dar más espacio a los Estados y no sólo darle importancia al nacional, ya que los primeros también eran importantes. La Asamblea de la Universidad Iberoamericana defendía este punto de vista ya que decía que la lucha se da tanto a nivel nacional, como a nivel local, es decir, en un barrio o en una colonia. La Asamblea de la ENAH por su parte creía que el movimiento ya no tenía las mismas fuerzas que en mayo y por lo tanto había dejado de ser una opción real de lucha y de cambio.

El discurso de la Asamblea del Frente Oriente del D.F. defendía el argumento de que lo único que valía era la acción de lucha contra el capitalismo en todos los sentidos, y resaltaba primordialmente dos: el intelectual y el físico. Otras Asambleas más populares veían que el trabajo de organización y lucha debía hacerse de la mano con la misma gente. Artistas Aliados Xalapa decía que la lucha o la revolución debían darse de manera pacífica y no se debía perder de vista a la ciudadanía, pues ésta es el motor de la lucha. Con este punto de vista estaba de acuerdo la Asamblea popular de Ciudad Neza, quien mostró el trabajo comunitario que habían venido desarrollando como trabajo de base con las personas en las colonias a partir de una ideología socialista.

Llegado a este punto aludiremos a una situación empírica concreta percibida y registrada durante trabajo de campo etnográfico¹⁰, que tiene que ver con la organización, la toma de decisiones colectivas, el uso de recursos disponibles, y la protesta en sí, entre otras cuestiones. Analizaremos la misma a partir de la matriz de análisis de la participación y de los insumos teóricos a los que nos hemos referido.

4. “La marcha vs la imposición”

Este proceso de construcción de la acción colectiva se refiere a la marcha y protesta que tomó lugar por las principales céntricas calles de Xalapa el 1 de diciembre de 2012. Este evento de participación colectiva tenía como propósito manifestarse pacíficamente en contra de la toma de protesta de Enrique Peña Nieto como Presidente de México. Si bien la marcha y el acto de protesta fueron

10 Este relato se basa en información recabada durante la observación participante realizada por uno de los autores.

el 1 de diciembre, la Asamblea Atenas Veracruzana organizó el evento antes de esta fecha.

En primer lugar mencionaremos aspectos que tienen que ver con la *estructura* de dicha participación. Desde los últimos días de noviembre los miembros de esta Asamblea estuvieron anunciando a través del grupo secreto en Facebook que debían ponerse de acuerdo para planear las acciones que llevarían ese día. Los miembros¹¹ más reiterativos eran Guillermo y Carolina, aunque ésta última no tiene cuenta en Facebook. Se convocó a reunión el jueves 29 de noviembre tentativamente en casa de Cristina para tomar las decisiones de lo que se haría finalmente el día primero pero no se llegó a un consenso claro ya que en principio Agustín publicó el día 28, sugiriendo que la reunión fuera después de las 10:00 am a lo que Julio respondió diciendo que él podía después de las 12:00 o 13:00 y preguntaba dónde sería siempre la reunión y quienes asistirían a la misma. Por su parte, Guillermo le pedía que le avisaran el lugar y hora para que a su vez él pudiera avisarle a Carolina pues ella le estaba preguntando. En esta misma lógica, Guillermo le sugería que la reunión fuera en Los Lagos o en la USBI para que de cierta forma tuvieran más espacio para dialogar. Esteban volvía a comentar que él hacía apenas unos minutos había estado cerca de ahí preguntándose a sí mismo qué pasaría con la reunión. A las 17:00 Oscar preguntó en la conversación de Facebook que cómo les había ido y 20 minutos más tarde, el mismo Julio comentaba que él se preguntaba también si se iba a armar algo. A las 17:35 del día 29, los integrantes de esta Asamblea seguían comentando la misma conversación. Ante la obviedad de que no se había llegado a un acuerdo, Agustín mencionó que al parecer ya se haría hasta el día siguiente. Julio respondió diciendo que le parecía bien y que él podía de nueva cuenta después de las 13:00. Agustín, finalmente pedía que alguien le mandara un mensaje a Carolina diciéndole que se reunirían hasta el día siguiente.

El día 30 Guillermo publicó en el grupo de Facebook para comunicar que finalmente la reunión sería a las 17:00 en casa de Cristina (lugar conocido como Ocupa Atenas) y que había mucho trabajo por realizar. A esto, Agustín respondía con una carcajada diciendo que estaba en su trabajo y no podía llegar, así que los vería el día siguiente, en la marcha. Arturo tampoco podía asistir pero les comentaba que si querían un discurso ardido contra Peña Nieto, podían contar con él. Por último, Guillermo le pedía a Oscar su apoyo para participar y colaborar en todo lo que se tuviera que hacer pero éste no contestó nada, a pesar de haber visto la publicación.

Aludiendo a una idea de interfaz social que no se restringe a la interacción cara a cara entre actores, sino que incluye las narrativas, los intereses y las acciones estratégicas de aquellos (Long, 2007, p. 177) mediadas por las actuales tecnologías de la informática y la comunicación, vemos que las redes sociales son vistas como un espacio de contienda y confrontación de los actores. De esta manera, Facebook –emergiendo como esa arena donde las diferencias se convierten en

11 Los nombres de los actores se han cambiado para resguardar su identidad.

puntos críticos de debate– fue el primer espacio virtual de interrelación entre los actores de esta Asamblea. Éstos últimos, al confrontar puntos de vista diferentes no llegaron a un consenso sobre el día que debían verse.

Como se observa, en este primer momento fueron más claras las discrepancias para llegar a un consenso que las formas para negociar y mediar tales discontinuidades y transformarlas en una *dinámica* del movimiento. De estas discontinuidades no sólo se destacan aquellas en las que se cruzan las diferentes percepciones de los miembros de Atenas Veracruzana a la hora de organizarse para llevar a cabo una acción colectiva, sino también se destaca el hecho de que estas mismas discontinuidades (y también continuidades) generan procesos de confrontación que enmarcan e implican relaciones de poder entre los actores. Tanto Agustín como Oscar (haciendo ciertos comentarios en forma de burla) desafiaron específicamente un discurso que suele ser dominante como es el de Guillermo, con la intención de promover otra idea o interés en un ambiente de heterogeneidad dentro de una misma situación social.

Finalmente la reunión fue el día 30 a las 18:00. Ya estando en la casa de Cristina hubo un tiempo de espera hacia los miembros de esta Asamblea. No asistieron Oscar ni Agustín. En la reunión se habló de lo que se haría en la marcha del día siguiente y en principio se consensuó que sería pacífica. Cristina propuso que el movimiento llevara escudos de cartón con diferentes consignas y su propuesta fue aceptada sin ninguna objeción y acto seguido la Asamblea se puso a trabajar haciendo los escudos y una pancarta que llevara el símbolo de dicha Asamblea.

Una característica importante que destaca en la observación realizada se refiere en términos de agencia a la capacidad de actores como Cristina y Guillermo, quienes al poseer un capital cultural importante influyen en las acciones de los demás actores al reflexionar o justipreciar situaciones sociales específicas. A nivel discursivo esta capacidad de agencia hace que en ciertos momentos de vínculo estrecho y continuado –“cara a cara”– con los otros miembros –o sea en una interfaz– Cristina y Guillermo pudieran “adherir a los otros en sus propios proyectos” (Long, 2007, p. 177). Este es un aspecto importante de las relaciones desiguales de poder ya que, invocando una perspectiva de interfaz que nos permite empíricamente situar el punto mismo del ejercicio del poder en las relaciones sociales de los actores, vemos cómo Cristina realiza discursivamente todo un esfuerzo por involucrar a los demás actores en su posición, al manipular sobre los significados e intenciones que puede tener el usar escudos de cartón ya que simbólicamente esto representaba que los miembros de Atenas Veracruzana fueran vistos como guerreros.

Siguiendo nuestro modelo analítico respecto a la *cultura* de la participación en #YoSoy132 Xalapa, apreciamos que existía todo un entramado de ideas, valores y creencias en juego a la hora de actuar. Éstas tenían que ver con el carácter apartidista, autónomo y pacífico de la Asamblea, además de sostener ideales anti-neoliberales, democráticos e incluyentes que dieran pie hacia la formación de una ciudadanía consciente y participativa. En primer lugar, la marcha debía

desarrollarse bajo protocolos basados en los lineamientos de la propia Asamblea. Si bien es cierto que la invitación a la marcha era abierta para todo tipo de ciudadanos –e incluso para organizaciones de izquierda– los miembros de Atenas Veracruzana debían mostrar el apartidismo que les caracterizaba no sólo a ellos, sino al movimiento nacional, es decir, no se podía mostrar alguna insignia, pancarta, etc. o expresar frases en apoyo a partidos políticos o a sus candidatos.

Al tener como valor el pacifismo se debía tener en cuenta que bajo ninguna circunstancia se debía responder a provocaciones violentas que pudieran venir del exterior de la marcha. En el caso de que un propio compañero pretendiera iniciar un acto violento primero se debía intentar hablar con él y tratar de calmarlo y si esto no era posible, se debía buscar apoyo en otros compañeros. Durante la marcha también se debían respetar los espacios públicos y los privados, se debía permitir el flujo del tránsito de personas y vehículos, así como no agredir física o verbalmente a cualquiera que pasara junto a la manifestación. Se tenía también como un acuerdo el no tirar basura en la calle. Otra cuestión importante era no portar armas de ningún tipo, pues los manifestantes deben protestar pero siempre por la vía pacífica.

En el plano de las ideas era importante el nunca imponer un punto de vista, sino al contrario, ser tolerante con la opinión de los otros. Una cuestión muy importante dentro de la Asamblea era la deliberación colectiva de las ideas y principios que regían el actuar de la misma. Si bien la demanda original a nivel local estaba basada en las directrices del movimiento nacional que iban enfocados a la democratización de los medios de comunicación –y en general a un cuestionamiento del sistema político mexicano– se tenía que tomar en cuenta que Xalapa era otro espacio diferente y esto significaba que tenía sus propias dinámicas de reproducción¹². De esta manera, el ejercicio del diálogo y del debate dentro de la Asamblea debía orientarse a tocar las problemáticas no solo nacionales sino locales. Resumiendo: el debate de las ideas debía ser un principio fundamental.

Por último tenemos a las *dinámicas* que se refieren a las “grandes acciones”. El evento contemplaba una marcha por las principales avenidas de la ciudad para finalizar en el centro, y ahí protestar pacíficamente contra la “imposición” de Peña Nieto. Marcharon más de 100 personas entre las que se encontraban miembros de Atenas Veracruzana, pequeños contingentes de organizaciones como MORENA, así como ciudadanos que llegaron al lugar. Agustín en los días previos había creado un evento en Facebook para invitar a la marcha con el nombre de “Marcha a favor de la dignidad de México”.

Durante la marcha, algunos de los miembros de Atenas Veracruzana llevaban sus teléfonos celulares con los que iban transmitiendo información y tomando fotos para después subirlas en tiempo real a su propia página de Facebook y tam-

12 Todo este cúmulo de valores e ideas debía reflejarse en la interacción con la población pues se debía hacerles ver mediante palabras o hechos que las acciones buscaban defender los derechos de cada individuo, es decir, hacerles notar cómo afectaban en la vida cotidiana ciertas problemáticas nacionales.

bién a otras Asambleas del país. A su vez, otras Asambleas hacían lo propio. Fue de esta manera que la Asamblea de Atenas se enteró al llegar a la Plaza Lerdo que un joven de #YoSoy132 había sido supuestamente asesinado¹³ al protestar en la ciudad de México por la “imposición” de Peña Nieto.

Cuando se llegó al Diario de Xalapa se hizo un alto, pues ya estaba previsto que Carolina manifestara un discurso. Algunos medios de comunicación, sobre todo virtuales –como www.alcalorpolitico.com– llegaron y tomaron fotos y videos del discurso y la marcha. También los propios compañeros de Carolina hicieron lo mismo con la intención de subir ese material a las redes sociales. El discurso de esta miembro de Atenas iba orientado a una crítica a las televisoras más visibles del país, Televisa y TV Azteca por el hecho de que ambas, de acuerdo a este colectivo, habían ayudado a Peña Nieto a llegar al poder, lo cual era lamentable porque con sus acciones no promovían ni garantizaban una verdadera democratización de los medios, sino al contrario, estaban compradas al servicio de la elite política.

En un principio se tenía pensado que después de la marcha la protesta general fuera en la Plaza Lerdo, pero esta estaba ocupada por materiales de navidad del Gobierno del Estado, lo que provocó una fuerte crítica por parte de los involucrados en la marcha ya que, según ellos, esto lo habían puesto para evitar cualquier tipo de protesta. Al llegar al Parque Juárez la policía trató de subir a su patrulla a un joven porque supuestamente estaba tomando fotos de la marcha. El momento se tornó confuso y todo mundo corrió a ver qué sucedía. De inmediato varios miembros de Atenas Veracruzana impidieron que se llevaran al joven y empezaron a tomar fotos y videos del hecho. La policía manifestaba que lo hacía para garantizar la seguridad del evento porque el joven se veía sospechoso, pero nadie dejó que finalmente se lo llevaran. En pocos minutos, Agustín, subió el video a la página de su Asamblea y a la página general de #YoSoy132 Xalapa. Los comentarios en forma de repudio a la acción de la policía fueron cientos.

Al terminar el evento, *alcalorpolitico* entrevistó a Guillermo para preguntarle la posición de #YoSoy132 con respecto a la toma de protesta de Peña Nieto. Éste respondió que el colectivo creía que el proceso electoral había estado viciado y se había dado en un completo estado de desigualdad ya que el PRI controlaba los medios de comunicación y tenía mucha injerencia en el entonces Instituto Federal Electoral (IFE).

Estas acciones muestran las pugnas de los actores que protestan contra otros grupos. En la medida del tipo de acción, estas pueden ser de *resistencia* frente a lo que consideran abusos de la autoridad –en particular en el tratamiento a las manifestaciones–, de *incidencia* en el espacio público y frente a las instituciones –llevando su mensaje a las autoridades, los medios u otros ciudadanos– o exigencia de respetar los derechos de la ciudadanía –supuestamente vulnerados dentro y fuera del proceso electoral– o encontrarse articuladas todas como hemos men-

13 Esta información no era clara e incluso después las mismas fuentes se desdijeron.

cionado. Creemos que el accionar del movimiento #YoSoy132 en Xalapa, en sus dos expresiones organizadas, es claro ejemplo de lo antes expuesto.

5. A manera de conclusión

Este trabajo, derivado del entrecruzamiento de una reflexión teórica previamente desarrollada y del análisis de la evidencia empírica arrojada por el trabajo de campo en el marco de una investigación, no pretende establecer alguna generalización en torno a la experiencia del #YoSoy132. En todo caso, las interpretaciones parciales que se ofrecen únicamente reflejan algunas informaciones y lecturas de cómo se fue construyendo la acción colectiva de este movimiento en el espacio local xalapeño. Y constituye un resultado preliminar de una investigación mayor, aún en curso.

Una de nuestras intenciones era mostrar cómo una dimensión subjetiva de las relaciones sociales de los actores del movimiento incide en la construcción de la acción colectiva. Las situaciones de interfaz emergidas –que hemos revelado– nos ayudan a dilucidar no sólo cuestiones que envuelven situaciones de negociaciones, conflictos, tensiones y contradicciones sino también el replanteamiento de las relaciones sociales de los actores en una misma situación social. En este sentido cabe destacar que estas cuestiones mencionadas tienen que ver con la propia inactividad actual al interior de ambas Asambleas. La recolección de datos de entrevistas sobre las experiencias de los actores sugieren que lo mismo ha pasado en otros espacios y Asambleas de México. No es la única causa. El propio sistema de poder contra el que se enfrentó el movimiento también debilitó al mismo.

Al mismo tiempo esas mismas situaciones que parecieran indicar desmovilización, encontraron (en su momento) los mecanismos de organización y movilización para llevar a cabo acciones colectivas. La implicación de los actores (y no sólo el momento político de efervescencia) en base a un trabajo organizacional (su estructura), intelectual (las ideas), y práctico (la protesta) debe verse como un logro de la lucha de aquellos que intentan cambiar el rumbo de la historia.

Referencias bibliográficas

- Foucault, M. (1978). *The History of Sexuality. Volume I*. New York: Pantheon Books.
- Long, N. (2007). *Sociología del desarrollo: una perspectiva centrada en el actor*. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, El Colegio de San Luis.
- Melucci, A. (1991). La acción colectiva como construcción social. *Estudios Sociológicos*. No. IX: 26, 357-364. México.
- Melucci, A. (1996). *Challenging codes. Collective action in the information age*. Great Britain: Cambridge University Press.

Melucci, A. (1999). *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. México: El Colegio de México.

Olvera, A. & Chaguaceda, A. (2014). La democracia mexicana: entre lo que no se ha ido y lo que aún no llega. *Revista Envío*, No. 386, Mayo, Universidad Centroamericana: Managua.

—

Información de los autores

Armando CHAGUACEDA NORIEGA

xarchano@gmail.com

Licenciado en Educación (2000) e Historia (2006), Máster en Ciencia Política (2004) y Doctor en Historia y Estudios Regionales (2012). Profesor e investigador en diversas instituciones académicas. Miembro del equipo del Observatorio Social de América Latina y Co-coordinador (2010-2012) de Grupo de Trabajo del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO). Colaborador de la Fundación Friedrich Ebert (Sede Caribe). Especializado en el estudio de la relación sociedad civil-gobiernos progresistas-democracia en Latinoamérica, con énfasis en los casos de Cuba, Nicaragua y Venezuela.

Héctor Manuel ORTEGA SÁNCHEZ

maolete@yahoo.com.mx

Licenciado en Sociología por la Universidad Veracruzana. Estudiante de la Maestría en Antropología por la misma Universidad. Ha sido asistente de investigación en el Instituto de Investigaciones y Estudios Superiores Económicos y Sociales (IIESES) de la Universidad Veracruzana.

Procesos de enmarcamiento y estrategias comunicativas de la Mesa Amplia Nacional Estudiantil en las protestas de 2011 en Colombia

*Framing processes and communication strategies of the Student
Movement Mesa Amplia Nacional Estudiantil in the 2011 protests in
Colombia*

*Processos de enquadramento e estratégias de comunicação de la Mesa
Amplia Nacional Estudiantil 2011 durante os protestos de 2011 na
Colômbia*

Edwin CRUZ RODRÍGUEZ
Universidad Nacional de Colombia

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 128, abril - julio 2015 (Sección Monográfico, pp. 69-84)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 11-02-2015 / Aprobado: 03-03-2015

Resumen

Este artículo estudia los procesos de enmarcamiento y las estrategias de comunicación de la Mesa Amplia Nacional Estudiantil durante las protestas de 2011 en contra de la reforma de la educación superior en Colombia. Para el movimiento estudiantil el principal antagonista es el gobierno, se reivindica la educación como derecho y no como mercancía, y se plantea una lucha que se proyecta más allá de la comunidad universitaria y el estudiantado para articular diversos actores sociales y populares. Los participantes en el movimiento tuvieron en cuenta la necesidad de disputar el espacio de los medios de comunicación masivos haciéndolos funcionales a su causa, implementar formas de comunicación alternativas mediante los medios virtuales y crear acontecimientos visibles que pudieran convertirse en noticias y transmitieran su mensaje.

Palabras clave: movimiento social, estudiantes, reforma educativa, Colombia, Mesa Amplia Nacional Estudiantil, marcos de acción colectiva.

Abstract

This article analyzes the framing processes and the communication strategies of the student movement called Mesa Amplia Nacional Estudiantil during the 2011 protests against the higher education reform in Colombia. For this student movement, the main antagonist is the Government and it claims that education is a right and not a commodity; and a battle that goes beyond the university community and the student body is proposed in order to carry out several social and popular acts. The participants in this movement took into account the need to compete for the attention of the mass media, so they made it functional to their cause. They also felt the need to implement alternative forms of communication through virtual media and the need to create visible events that would become news and would help them to transmit their message.

Keywords: social movement, students, educational reform, Colombia, Mesa Amplia Nacional Estudiantil, collective action frameworks.

Resumo

Este artigo analisa os processos de enquadramento e estratégias de comunicação da Mesa Ampla Nacional Estudiantil de 2011, durante protestos contra a reforma do ensino superior na Colômbia. Para o movimento estudantil, o governo é seu principal antagonista, a educação como um direito e não uma mercadoria é reivindicada, e se projeta uma luta para além da comunidade universitária e os estudantes para articular diversos atores sociais e populares. Os participantes do movimento tinham em mente a necessidade de competir pelo espaço de mídia de massa tornando-o funcional para a sua causa, programar formas alternativas de comunicação utilizando meios virtuais e criar eventos visíveis que poderiam se tornar notícia e transmitir sua mensagem.

Palavras-chave: movimento social, estudantes, reforma educacional, Colômbia, Mesa Amplia Nacional Estudiantil, quadros de ação coletiva, estratégias.

1. Introducción

En 2011 el gobierno nacional, en cabeza de Juan Manuel Santos, promovió una reforma de la Ley 30 de 1992 que regula el sistema de educación superior. La propuesta, presentada a la opinión pública el 10 de marzo se enfocaba en atraer inversión privada a las universidades públicas y el establecimiento de Instituciones de Educación Superior (IES) con ánimo de lucro. Diversos sectores sociales y políticos consideraron que se centraba en aumentar la cobertura dejando de lado la calidad, la introducción del ánimo de lucro vulneraba la autonomía universitaria, no tenía en cuenta las necesidades del país y reducía la educación a una mercancía, en lugar de concebirla como un derecho. A su turno, el movimiento estudiantil emprendió un proceso de unidad sin precedentes en su historia reciente: a fines de marzo acordó la creación de la Mesa Amplia Nacional Estudiantil (MANE) y definió una agenda de protestas que en los meses de abril y mayo ubicó el problema en la agenda pública.

El 23 de agosto, el gobierno anunció el retiro del ánimo de lucro de su propuesta. No obstante, para el movimiento estudiantil sólo había desaparecido formalmente. Sus voceros articulaban la crítica a la mercantilización de la educación con la de los TLC, demandaban el retiro de la propuesta y la necesidad de un tiempo necesario para construir una reforma concertada. Una vez retirado el ánimo de lucro, el movimiento estudiantil pareció quedar solo, pues los rectores de universidades públicas y privadas moderaron sus críticas y la coalición de gobierno (Mesa de Unidad Nacional) se mantenía unida, de forma que el gobierno radicó el proyecto de ley en el Congreso el 3 de octubre.

En respuesta, el 12 de octubre las universidades públicas de todo el país entraron en paro, apoyadas por un buen número de estudiantes de universidades privadas. Los argumentos del gobierno no cambiaron pero los voceros del movimiento ganaban el pulso en la opinión pública, mostrando un excepcional conocimiento de los problemas de la educación superior y de las deficiencias del proyecto gubernamental. Además, sus repertorios de protesta –la cual no cesaba– rompieron con los prejuicios que ligaban sus acciones a violencia o “tropol”. El 10 noviembre mientras se realizaba la “Toma de Bogotá”, con alrededor de 120.000 personas movilizadas y una congregación en la Plaza de Bolívar, el Presidente anunció el retiro del proyecto de ley y aseguró que el gobierno estaría abierto para discutir la reforma. En esa decisión pesaba el daño que su imagen empezaba a sufrir como consecuencia de las movilizaciones y las diferencias en el interior de su coalición.

Lo ocurrido en esos meses carece de antecedentes en la historia reciente de Colombia, en términos de la intensidad de la protesta y lo que sus protagonistas concibieron como una “victoria parcial” sobre el gobierno, algo que no se había conseguido desde las míticas movilizaciones de 1971, cuando en dos universidades públicas se estableció un régimen de “cogobierno”, cuyo cuadragésimo aniversario mantuvo una presencia constante. Si el relativo fracaso con el que se recuerda la experiencia de aquel lejano año se explica por la incapacidad de los estudiantes,

imbuidos por las puntillosas discusiones que entonces dividían a la izquierda, para “hablarle al país” (Archila, 2012, p. 83-84), en 2011 el movimiento estudiantil mostró una gran capacidad comunicativa que redundó en la consecución de legitimidad entre diversos sectores.

Este trabajo examina el proceso de enmarcamiento de la acción colectiva y las principales estrategias comunicativas de la MANE¹. Esta perspectiva permite estudiar el principal desafío de un movimiento social: interpelar y articular a su lucha diversos sectores sociales. Esto se consigue mediante el diseño estratégico de un marco, un esquema interpretativo de la realidad para vincular las personas a la acción colectiva (Snow & Benford, 1992, p. 137). Se trata de “forjar formas compartidas de considerar el mundo y a sí mismos que legitimen y muevan a la acción colectiva” (McAdam, McCarthy & Zald, 1999, p. 27). Estas representaciones de la realidad son producto de un conflicto que se expresa tanto en el interior del movimiento como entre éste y sus adversarios en torno a tres aspectos: la concepción del problema socialmente relevante objeto de la protesta y la consiguiente identificación de sus responsables, la identidad colectiva o la construcción discursiva de un “nosotros” con legitimidad para formular demandas, y el “deber ser” o la propuesta para solucionar el problema. La eficacia del marco depende en buena medida de la capacidad del movimiento para transmitir su mensaje, de ahí la importancia que la comunicación política ha adquirido para los movimientos sociales.

El marco de la MANE concibió la propuesta de reforma del gobierno como un paso más en la mercantilización del derecho a la educación que iba en contra de la calidad y la autonomía universitaria, no obedecía a las necesidades del país sino a las del capital privado y ahondaba las injusticias del sistema educativo y de la sociedad en general. Sus discursos estuvieron enfocados en construir unidad entre el estudiantado en sus diversas expresiones y articular a su lucha distintos actores sociales apelando al respaldo del “pueblo” colombiano, y su propuesta se condensó en los principios del Programa Mínimo de los Estudiantes Colombianos que resignificó la educación como un derecho y como un camino para la construcción de un país más equitativo. La difusión de este marco corrió por cuenta de estrategias comunicativas orientadas a hacer funcionales los medios de comunicación masiva a la causa del movimiento, el aprovechamiento de los medios virtuales mediante mensajes creativos y la puesta en práctica de acciones colectivas de contenido simbólico que llamaron la atención de la opinión pública.

1 La información fue recopilada mediante técnicas de observación participante en eventos del movimiento estudiantil en Bogotá, durante 2011. Además, se hicieron 11 entrevistas semiestructuradas a “informantes clave”, tal como son concebidos por Blee y Taylor (2002, p. 105-107) con estudiantes de distintos procesos organizativos y se realizó una revisión sistemática de varios medios de comunicación escrita (elespectador.com, semana.com, prensauniversidad.tk).

2. Desmercantilizar la educación superior

Construir un marco de acción colectiva fue posible gracias a la creación de la MANE en el Encuentro Nacional Estudiantil de marzo de 2011, una vez que el gobierno anunció su propuesta de reforma. Ésta aglutinó las principales organizaciones estudiantiles² y funcionó como un espacio amplio donde podía participar cualquier estudiante (Entrevistas 3, 6, 7, 9 y 10). Desde el principio la comunicación política tuvo gran importancia. Luego de constituir un Comité Operativo que implementaría los acuerdos de las asambleas, se formaron comisiones de comunicaciones, derechos humanos y académica.

El gobierno enfatizó el aspecto económico de la reforma, afirmando que el proyecto daba recursos a la educación pública como nunca y las alianzas público-privadas no equivalían a privatizar ni vulneraban la autonomía universitaria. Para el movimiento se trataba de una profundización del modelo neoliberal que convertía a los estudiantes en clientes en vez de ciudadanos y a la educación en una mercancía en lugar de verla como un derecho. La incursión del capital privado en las universidades públicas se traducía en su privatización y vulneraba su autonomía.

Esto se expresó en los documentos producto de las reuniones de la MANE, en los debates públicos entre los voceros estudiantiles y el gobierno, y en las consignas de las movilizaciones: “Las universidades públicas no son empresas”, “Ni Ley 30 ni reforma”, “Cinco años estudiando y quince pagando” –para rechazar el subsidio a la demanda– y “Más lápices, menos balas” –para reclamar menos recursos a la guerra y más a la educación superior. En un comunicado luego de la radicación del proyecto de ley por parte del gobierno se afirmó:

El articulado contenido en dicho proyecto atenta contra la financiación de las universidades, contra la autonomía universitaria y reduce la educación a una mercancía alejándola del profundo sentido crítico y transformador que la debe caracterizar, a esta situación debemos agregar que todo el articulado fue elaborado a espaldas de la sociedad colombiana y de la comunidad universitaria en general.

La mercantilización de la educación es rechazada porque ahonda la desigualdad, abandona la posibilidad de una educación de calidad que responda a las necesidades del país y la reduce a “instrucción de mano de obra barata”. En la “Declaración política del Encuentro Nacional Estudiantil del 19 y 20 de marzo” el movimiento denigra el que la reforma no haya sido consultada con la comunidad universitaria y sí con “las multinacionales y el capital financiero”, y explica la in-

2 La Asociación Colombiana de Estudiantes Universitarios (ACEU), la Organización Colombiana de Estudiantes (OCE), la Federación de Estudiantes Universitarios (FEU), la Federación Universitaria Nacional (FUN-Comisiones) y el Proceso Nacional Identidad Estudiantil, tienen alcance nacional. Las demás, Comuna Universitaria, Conciencia Crítica y Rebeldía Estudiantil Organizada (REO), tienen un alcance local o regional. A la MANE se articularon cerca de 3.000 procesos organizativos además de estas grandes organizaciones.

roducción del ánimo de lucro como una consecuencia de los acuerdos suscritos por el país en el marco del TLC con Estados Unidos.

El Ministerio de Educación Nacional (MEN) implementó tres estrategias comunicativas para contrarrestar al movimiento. Primero, puso a circular propagandas televisivas en horarios triple A que instaban a la ciudadanía a no dejarse “engañar” por los adversarios de la reforma. Segundo, sus funcionarios recorrieron buena parte del país realizando eventos de socialización y crearon mecanismos de consulta virtual para presentar la iniciativa como una reforma consensuada. Finalmente, la ministra descalificó a los voceros estudiantiles afirmando que desconocían la propuesta y que en su construcción hubo 28 foros y un mecanismo de participación virtual. Luego de radicar el proyecto de ley en el Congreso y de que el movimiento estudiantil decidiera entrar en paro nacional universitario, se adicionó a esas estrategias la deslegitimación del paro resaltando sus altos costos, moteando al estudiantado como una “minoría privilegiada” y llamando a discutir la reforma en las instituciones, no en las calles.

La situación para el movimiento estudiantil era adversa, pero la opinión pública empezó a ponerse de su lado gracias al gran desempeño de los voceros de la MANE en las audiencias públicas televisadas, convocadas por congresistas afines al movimiento los días 11 y 17 de mayo, 7 de septiembre, 26 de octubre y 3 y 10 de noviembre, las cuales iban acompañadas de grandes jornadas de movilización que terminaban en la Plaza de Bolívar de Bogotá, frente al recinto del Congreso.

En la audiencia del 19 de octubre, a la que la ministra no asistió, los voceros estudiantiles demostraron su conocimiento de la política educativa. En contra de los postulados del gobierno, según los cuales el movimiento no conocía la propuesta de reforma, su discurso desplegó un análisis minucioso y técnico. Ese mismo día la ministra llamó a conformar una mesa de diálogo pero los voceros estudiantiles pusieron como condición que se retirara el proyecto, que el debate fuera televisado y se realizara el 3 de noviembre. El 26 de octubre se realizó una jornada nacional de protesta aprovechando la continuación de la audiencia pública en la Cámara de Representantes, que nuevamente dejó la sensación de triunfo para los argumentos del movimiento frente a los funcionarios del MEN.

El gobierno no acudió al debate convocado por el movimiento el 3 de noviembre. Ese día se desarrolló el “carnaval nocturno por la educación”, además de la audiencia en el Congreso. Allí se reiteraron los objetivos del paro universitario: hundimiento del proyecto de ley y garantías para la construcción democrática de una propuesta alternativa. Unos días después el movimiento decidió no participar en las discusiones del proyecto de ley en la Comisión Sexta de la Cámara de Representantes. En carta abierta a dicha corporación, el 8 de noviembre, la MANE afirmó que el proyecto no recogió las opiniones de los estudiantes, los 28 foros que hizo el MEN no fueron escenarios de debate sino de socialización y legitimación, y el Congreso no era un lugar idóneo para la construcción democrática por tener mayorías del gobierno. Para entonces, los voceros de la MANE eran conscientes de haber ganado el pulso en la opinión pública:

[El respaldo se explica] fundamentalmente porque en términos de opinión pública los pocos debates que hubo con el gobierno nacional fueron debates donde los estudiantes los ganaron todos, las audiencias en el Congreso, las entrevistas vía medios de comunicación fueron escenarios de interlocución donde a través de la razón y los argumentos se dejó mal parado al gobierno nacional. (Entrevista 4)

El éxito en las audiencias se explica por una estrategia de comunicación que incluyó el estudio de los discursos de la ministra de educación y la producción de argumentos que facilitaran la transmisión de los propósitos del movimiento:

Nosotros y nosotras tuvimos una intencionalidad política, definimos dentro de la MANE tener frases que representaran el movimiento estudiantil y eran: “esta no va a ser la generación que vio morir la universidad pública”, “cinco años estudiando y quince pagando”, “prefiero perder un semestre en la universidad que la universidad en un semestre”. Con esas consignas nosotros y nosotras estábamos dispuestos a dar debates abiertamente al público, en las audiencias públicas, en donde fuera. Previo a las audiencias públicas, por ejemplo, nos reuníamos y definíamos y nos corregíamos, “eso se dice, eso no se dice, esto va así”, pero hacíamos gran hincapié en dejar unas frases, que la opinión pública las adoptara, se hiciera parte de ellas, y digamos que dio resultado. (Entrevista 5)

El trabajo de la comisión de comunicaciones se expresó en la posibilidad de atraer los medios de comunicación masiva y hacerlos funcionales a la causa del movimiento; por ejemplo, ahora tenía la posibilidad de convocar ruedas de prensa. Eso implicó establecer vínculos con los reporteros:

Algo que me di cuenta en esta movilización es que el estudiantado nunca se va a ganar los medios en términos institucionales, pero digamos al periodista, el que viene y hace la nota de prensa, era un man [hombre] que respaldaba la movilización estudiantil [...] antes era difícil buscar los medios, ahora los medios nos buscan. (Entrevista 4)

Así, por primera vez los estudiantes fueron protagonistas centrales de la esfera pública y política, tomaron la palabra para hablarle al país por medios como la televisión, la prensa escrita y la radio. Esto se articuló a un hábil manejo de los medios de comunicación virtuales. La MANE creó un perfil oficial en Facebook y Twitter con miles de seguidores, así como un blog donde se colgaban sus documentos y toda clase de publicidad novedosa e imaginativa.

En diversas oportunidades, el movimiento decidió contrarrestar la estrategia publicitaria del gobierno desvirtuando argumentos específicos. Por ejemplo, el gobierno afirmaba que los estudiantes eran una “minoría privilegiada” y que su proyecto de reforma había sido concertado con la comunidad académica. En respuesta, desde la primera sesión de la MANE, el 20 y 21 de agosto, se decidió

realizar una Consulta Nacional Universitaria que preguntara a los estudiantes si la reforma había sido concertada. La Consulta se realizó los días 5, 6 y 7 de octubre. Participaron más de 50.000 estudiantes de 35 universidades públicas y privadas a nivel nacional y sus resultados fueron ampliamente publicitados. El documento “MANE y Consulta Nacional Universitaria”, resume los resultados:

Las preguntas de la consulta realizada son: 1) ¿Participó usted en la construcción del proyecto de la reforma a la Ley de Educación Superior ley 30, presentada por el gobierno de Juan Manuel Santos? En esta pregunta el 97,9% de los estudiantes votó que nunca participó de la construcción de esta nueva ley. 2) ¿Comparte el contenido de la reforma a la Ley de Educación Superior, Ley 30, presentada por el gobierno de Juan Manuel Santos? En la cual el 94,74% del total de votantes respondieron que no están de acuerdo con lo propuesto en esta reforma. 3) ¿Estaría dispuesto a participar en la construcción de una propuesta alternativa de universidad? Y el 94,2% de los estudiantes votaron que están dispuestos a construir una propuesta democrática que contenga las necesidades de la academia y de la sociedad.

3. Nosotros los estudiantes, por otra educación y otro país

Si bien la lucha de la MANE se presenta como gremial, el marco de acción colectiva se proyecta para representar los intereses de los demás estudiantes, de universidades públicas y privadas, técnicas y tecnológicas, y de secundaria, así como del pueblo colombiano. Primero se trata de unificar al estudiantado. Una Declaración de la MANE decía:

Conscientes de los enormes esfuerzos que requiere la consolidación de este proceso, pero convencidos del momento histórico que nos compete, convocamos a toda Colombia pero en especial a los jóvenes y estudiantes, profesores, trabajadores y directivos a que defendamos la educación como un derecho, y para que luchemos de manera decidida por un nuevo sistema educativo que sienta las bases para las transformaciones que requiere el país y así alcanzar la senda definitiva de paz, democracia y soberanía.

Este discurso se manifestaba en consignas como: “¿Quién es usted? Soy estudiante. No lo escuché. Soy estudiante. Una vez más. Soy estudiante, soy (bis). Yo quiero estudiar para cambiar la sociedad. ¡Vamos a la lucha!”. Este lema muestra una intención articuladora, no discrimina entre estudiantes de distintas procedencias, sino los hace equivalentes en tanto estudiantes. En fin, el discurso político del movimiento se orientó a articular el pueblo colombiano a su lucha. Así, en la Declaración de la IV plenaria de la MANE se afirmaba:

Hemos considerado la construcción programática como el medio a través del cual podremos constituir un proyecto de reforma a la educación superior, a partir del programa mínimo de los estudiantes, que contenga el sentir de la población colombiana en general, que incluya las necesidades de los estudiantes, este proceso será de convergencia regional, pluriétnico, multicultural y social, de la comunidad académica y los sectores sociales del pueblo colombiano.

Esta disposición a articular también se manifestó en consignas utilizadas en las jornadas de movilización, sobre todo: “Amigo mirón: únase al montón, su hijo es estudiante y usted es trabajador”, para interpelar al ciudadano de a pie y mostrarle que el problema también le competía.

La estrategia fue exitosa, primero, en generar una identidad colectiva de “estudiante”. Esto puede comprobarse cuando se tiene en cuenta que el acelerado enrolamiento de nuevas personas al proceso desbordó su capacidad organizativa:

El principal problema organizativo es que el movimiento tuvo un período, un momento de desarrollo súper-acelerado. El movimiento en su desarrollo tuvo un grado de aceleración, aparte de inesperado, incontrolable, y lo grave es que ese proceso tan acelerado de desarrollo no ayuda a unas bases organizativas ni regionales ni locales que le pudieran dar como salida a ese proceso tan acelerado [...] se desarrolló tan rápido que no había algo que soportara estructuralmente ni organizativamente esa amplia participación y lo organizativo se vio muy pequeño. (Entrevista 7)

Un eje que ha sido como la principal causa de todos estos problemas que tiene la MANE es el siguiente: y es precisamente que el movimiento de masas que se origina al interior de la MANE y al interior de la coyuntura, que son dos elementos diferentes, rebasa las capacidades y la planificación que tenían las organizaciones para ese espacio. (Entrevista 11)

Segundo, como nunca antes la movilización estudiantil consiguió articular a su lucha actores muy diversos. En las movilizaciones participaron estudiantes de universidades públicas y privadas, del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) e instituciones tecnológicas, de secundaria, profesores universitarios y de secundaria, sindicatos de trabajadores, congresistas e incluso padres de familia. Los estudiantes de universidades privadas se articularon como consecuencia del trabajo de las organizaciones estudiantiles y de la valoración crítica de la reforma. Su participación fue importante para que el movimiento innovara en los repertorios de acción colectiva y en el apoyo de la opinión pública:

Para nosotros ese proceso nos da dos grandes lecciones. Una primera, una política: sí es posible articularnos públicas y privadas sin distinción, porque los compañeros, más allá de que hayan elegido una universidad privada, debieron haber tenido la posibilidad de estudiar en una pública; y dos, es posible hacer movilización estudiantil, masiva, amplia, democrática. (Entrevista 3)

En este proceso fue fundamental el uso de medios de comunicación alternativos y las redes sociales virtuales. Mención especial merece la transmisión en directo, vía internet, de varios eventos, puesto que generó un proceso de visibilización y contribuyó a construir la identidad del estudiantado. Transmitir en directo las asambleas de la MANE, que llegaron a tener entre 1500 y 5000 asistentes, coadyuvaba a resaltar el carácter “amplio” y democrático de esta organización.

En el mismo sentido, en el intento de vincular a los ciudadanos del común a la causa del movimiento se optó por repartir carteles con mensajes como: “En esta casa apoyamos a la MANE” o “Yo apoyo a la MANE”. Hasta cierto punto los tradicionales grafitis que generan molestias en los espectadores se cambiaron por la vinculación de la ciudadanía a las movilizaciones invitándolos a tomarse fotos con estos carteles, de forma que en las redes sociales y los sitios virtuales de la MANE circulaban familias enteras, grupos de compañeros de trabajo y transeúntes de todo tipo portando mensajes alusivos a la causa del estudiantado.

Sin embargo, también hubo tensiones. Paradójicamente, la vinculación del movimiento con los medios masivos de comunicación generó problemas de comunicación interna que redundaron en disputas por la centralización del proceso y el protagonismo de los voceros de Bogotá. Desde muy temprano hubo necesidad de elegir voceros de carácter nacional:

Se ha venido discutiendo la necesidad de tener unas vocerías de carácter nacional [...] y es evidentemente por la característica que hoy tiene el movimiento y es que este movimiento tiene medios de comunicación a diferencia de otros. Hay una cosa muy particular y es que el estudiantado se da el lujo de convocar ruedas de prensa [...] digamos que la vocería es una necesidad, es una necesidad que tiene el movimiento pero que no ha sabido saldarse. (Entrevista 5)

Pese a la importancia del tema en distintos momentos la elección se aplazó. En el Segundo Comité Operativo, el 5 de noviembre, se acordó elegir 15 voceros nacionales. Se propusieron 23 personas de distintas organizaciones y regiones pero la elección se frustró, puesto que previamente se había acordado que decisiones de este nivel se tomarían por consenso y ninguno de los aspirantes desistió. Por esta razón, en la práctica los 11 voceros de Bogotá, elegidos en una Mesa Amplia Estudiantil Distrital el 19 de octubre, oficiaron como los voceros nacionales de la MANE.

El aplazamiento indefinido de la elección de voceros nacionales provocó descontentos entre estudiantes de organizaciones locales y regionales, que no consideraban representativos a los voceros de Bogotá, quienes provenían de las organizaciones nacionales y de la Universidad Nacional sede Bogotá en su mayoría. A ello se adicionaba el hecho de que las principales comisiones del proceso, comunicaciones, derechos humanos y académica, funcionaban también de forma centralizada, adoptando un papel preponderante los estudiantes de las universidades bogotanas.

Estas tensiones no impidieron que el movimiento acordara por consenso un “deber ser” para la educación. El movimiento condensó su proyecto en el Programa Mínimo de los Estudiantes, documento elaborado en la primera sesión de la MANE. Es un conjunto de principios orientadores donde la educación juega un papel importante en la generación de igualdad, inclusión y oportunidades, y es responsabilidad del Estado. Con el Programa Mínimo la lucha del movimiento dejó de ser reactiva para tornarse proactiva, dejó de ser contra la reforma de la Ley 30 y pasó a ser por otra educación y otro país.

Dicho documento presenta una concepción de educación y de universidad que disputa los significados hegemónicos insertos en la propuesta gubernamental. El primer punto, depende por el “aseguramiento de la Educación como un derecho y una condición necesaria para el desarrollo nacional, dejando de lado su connotación como mercantía”. El segundo reivindica “la facultad de las Instituciones de Educación Superior para definir sus cuerpos de gobierno de manera democrática y con participación mayoritaria de los estamentos que componen la comunidad universitaria en la dirección de la misma”. El tercero sostiene que el bienestar debe ser ofrecido por las universidades, financiado por el Estado, y no a través de concesiones. El cuarto plantea el descongelamiento de la planta docente en las universidades públicas y el aumento progresivo de docentes de tiempo completo y dedicación exclusiva, respeto y garantía de la libertad de cátedra y el aumento de la cobertura en educación superior con calidad. El quinto, exige respeto y apoyo a expresiones políticas, sociales y culturales y a formas de organización de profesores, estudiantes y trabajadores en las universidades, y la protección a los derechos humanos. Finalmente, el sexto plantea que “la universidad colombiana debe estar ligada a las necesidades más sentidas del pueblo colombiano”.

4. Cómo decir cosas con acciones

Los marcos de acción colectiva no solamente están hechos de palabras: existen puestas en escena, performances que igualmente contribuyen a transmitir significados. Este aspecto fue tenido en cuenta por la MANE, al desplegar acciones colectivas de contenido lúdico y festivo, predominantemente no violentas, con el objetivo de crear acontecimientos que pudieran convertirse en noticias en los medios masivos de comunicación:

Lo que se privilegia es la transmisión de un mensaje, que sea claro [...] el movimiento estudiantil siempre se ha caracterizado por expresarse desde las ideas, desde la cultura, desde el arte, desde el folklor [...] y el objetivo ha sido articular, ganar apoyos. (Entrevista 9)

Esos repertorios contrarrestaron la represión y criminalización de la protesta, un discurso que estigmatiza cualquier manifestación pública de descontento

presentándola como consecuencia de la infiltración de las organizaciones sociales por parte de la insurgencia armada. Por ejemplo, a fines de marzo, luego de grandes protestas en las universidades Distrital y Pedagógica en Bogotá, el director de la policía afirmó que había una “estructura terrorista” en la ola de protestas universitarias y se avanzaría en labores de inteligencia para determinar responsabilidades. Tras los enfrentamientos entre estudiantes de la Universidad Distrital y la policía, el 22 de septiembre, apareció un informe de prensa donde se afirmaba que el gobierno tomaba medidas para tratar dicha infiltración.

Tal vez la influencia del movimiento estudiantil chileno motivó un énfasis sobre acciones lúdicas y de contenido simbólico:

Ha cambiado la forma de protesta, eso ha sido muy importante porque ha apelado a las formas culturales, a las formas poco ortodoxas, a formas de convocatoria, hay unas formas muy particulares, la “tón” es una nueva moda en el movimiento estudiantil, la abrazatón, todo termina en tón, hay disfraces, hay música, hay batucada. Es decir, eso ha cambiado porque ya no es el mismo como nosotros lo sabemos identificar y es la misma característica del movimiento obrero de marchar, de caminar, sino que es por el contrario una cosa mucho más cultural que ha posibilitado, digamos, esa es la raíz de una cosa muy importante que tiene el movimiento estudiantil y es la gran aceptación social. (Entrevista 5)

Así, el argumento de que las protestas estudiantiles estaban infiltradas fue contrarrestado con el carácter no violento que, en general, caracterizó el movimiento. En ello radicó buena parte de su éxito, al privilegiar repertorios como las marchas pacíficas y expresivas, con estudiantes desnudos portando en sus cuerpos eslóganes de protesta, dramatizaciones alusivas a la crisis de la educación superior y la reforma, besatones, abrazatones, carnavales y “universidad al parque”. Por ejemplo, el 7 de abril, en Cali, los estudiantes hicieron cadenas humanas para proteger la movilización de la violencia. El 12 de octubre, en Pereira, marcharon con un ataúd para simbolizar que el gobierno mataba la educación. En Barranquilla y Bogotá, varias estudiantes marcharon desnudas con un cartel que decía: “Para estudiar nos tocó vender la ropa”. El 26 de octubre decenas de estudiantes abrazaron a los policías en la Plaza de Bolívar, luego se tomaron de las manos e hicieron una ronda. En la marcha del 3 de noviembre, al medio día, cerca de 500 estudiantes hicieron una besatón en el cruce de la avenida Jiménez con carrera séptima en Bogotá. En la tarde, un grupo de estudiantes se acostó en el suelo formando un letrero que decía: “Ni reforma ni Ley 30”. En la noche se desarrolló el “carnaval nocturno y besatón por la educación”.

Empezaron a surgir esas grandes ideas sobre todo desde lo local, eso habrá que decirlo [...] La besatón consistía en que parejas, no necesariamente heterosexuales, que durante 30 minutos, 30 con el tema simbólico de la Ley 30, se besaran en forma de protesta. Pero había un cartel que decía: la educación debe ser como los besos,

gratuita, de calidad y para todo el mundo. Entonces digamos que era politizar formas culturales de poner la protesta. La abrazatón era abrazarnos todos y todas, uno, en señalización de que el movimiento estudiantil se fraternalizaba (sic), se hacía mucho más fuerte, pero además era por ejemplo hacer abrazatones afuera de la universidad, hacer grandes cadenas humanas afuera de las universidades para no dejar entrar la reforma. Digamos que esas formas de protesta eran formas alternativas, eran formas muy diferentes de lo que ha sido tradicionalmente la movilización en Colombia. (Entrevista 5)

En estos repertorios hubo un buen componente de espontaneidad y de participación de estudiantes de universidades privadas así como de estudiantes que se enrolaron en el proceso en el camino:

La espontaneidad es lo que ha jugado mucho, si todo lo hubiera definido la MANE no hubiera salido ni la mitad de lo que se hizo. Usted ha visto los videos por internet, los comunicados y todo el mundo ahora es artista y se disfrazan y hacen comparsas y todo, todo el mundo tiene la iniciativa propia y hace de todo. (Entrevista 6)

Prueba de esa espontaneidad fue el abrazo a los policías del 26 de octubre, determinante en el apoyo de la opinión pública, hasta el punto de que la revista más importante del país, *Semana*, presentó en la portada de su edición de noviembre a un joven estudiante abrazando a un policía antimotines en la Plaza de Bolívar, con el sugestivo titular de “Un grito de amor y de protesta”. El hecho de que un movimiento que lucha por la educación se mostrara lejano a la violencia desarmó cualquier intento de criminalizar la protesta y dio a entender que la lucha por la educación no discriminaba a nadie, ni siquiera a los policías. El hecho fue netamente espontáneo, pues se había planeado un abrazatón y una ronda en la Plaza para romper el estilo tradicional de ocupar el espacio, pero no incluía a la policía. Según algunas entrevistas, los estudiantes que lo realizaron provenían de universidades privadas o no eran organizados.

Yo no abrazo un policía, ni nadie de mi organización abraza un policía, pero es muy conveniente que un compañero que tal vez tenga un padre policía abraza a su padre, o abraza a su tío, o a su hermano, o a su primo, listo si quiere hacerlo [...] el simple hecho de que salga una foto abrazando a un policía hace que la gente vea en nosotros una posición totalmente diferente, una posición de alguien que quiere dialogar, yo a usted no lo veo como un enemigo, yo a usted lo veo como un ser humano que también quiere estudiar, que también quiere trabajar, que necesita también educación como yo necesito, hace que el debate no se centre en que los chinos quieren echar piedra. (Entrevista 8)

El hecho de que las universidades privadas participaran implicó ese tipo de acción colectiva, las universidades públicas jamás irían a darle un abrazo a un policía [...]

en esas marchas que terminaron con abrazos a la policía eran fundamentalmente estudiantes de universidades privadas, pues porque ellos no han tenido un ejercicio de represión como tal tan fuerte como le ha tocado a otros espacios de universidades públicas. Yo creo que los estudiantes de universidades públicas después de ver asesinado uno de sus compañeros no iban a darle un abrazo a un policía. (Entrevista 4)

El tema de los abrazos a los policías fue algo espontáneo que sucedió el día 26 de octubre aquí en Bogotá. Eso no había pasado en ninguna región y eso lo hicieron unos estudiantes de universidades privadas. Y eso fue determinante. Muchos y muchas no estuvimos de acuerdo porque si bien es cierto hoy el movimiento estudiantil ha sabido entender que el problema no es la policía [...] y muchos y muchas estuvimos al frente de que no hubiera disturbios, no por defender a la policía, como se ha planteado, sino porque creíamos que la discusión era llegar a la plaza de Bolívar y plantear lo que estábamos pidiendo. (Entrevista 5)

5. Corolario

En 2011 las protestas estudiantiles irrumpieron en el escenario político colombiano y consiguieron un respaldo en la opinión pública que ningún movimiento social ha tenido en la historia reciente del país y que se expresó en conseguir el retiro de la reforma de la educación superior planteada por el gobierno. En buena medida el éxito –“parcial” según los voceros estudiantiles– se explica por los procesos de enmarcamiento y las estrategias de comunicación implementadas, donde el principal antagonista es el gobierno, se reivindica la educación como derecho y no como mercancía, y se plantea una lucha que se proyecta más allá de la comunidad universitaria y el estudiantado para articular diversos actores sociales y populares. Los participantes en el movimiento tuvieron en cuenta la necesidad de disputar el espacio de los medios de comunicación masivos haciéndolos funcionales a su causa, implementar formas de comunicación alternativas mediante los medios virtuales y crear acontecimientos visibles que pudieran convertirse en noticias y transmitieran su mensaje.

Referencias bibliográficas

- Archila, M. (2012). El movimiento estudiantil en Colombia. Una mirada histórica. *OSAL*, 31, pp. 71-103.
- Blee, K. & Taylor V. (2002). Semi-Structured Interviewing in Social Movement Research. En B. Klandermans & S. Staggenborg (eds.), *Methods of social movement research* (pp. 92-117). Minneapolis-London: University of Minnesota Press.
- McAdam, D., McCarthy, J. & Zald M. (1999). Oportunidades, estructuras de movilización y procesos enmarcadores: hacia una perspectiva sintética y

comparada de los movimientos sociales. En D. McAdam, J. McCarthy & M. Zald (eds.), *Movimientos sociales: perspectivas comparadas. Oportunidades políticas, estructuras de movilización y marcos interpretativos culturales* (pp. 21-46). Madrid: Itsmo.

Snow, D. & Benfort, R. (1992). Master frames and cycles of protest. En A. Morris & C. Mueller (eds.), *Frontiers in social movement theory* (pp. 133-155). New Haven y Londres: Yale University Press.

Entrevistas

1. Integrante (m) de la Coordinadora Estudiantil de Asuntos Rurales (CEAR), Bogotá, noviembre 11 de 2011.
2. Integrante (m) del Proceso Nacional Identidad Estudiantil, Bogotá, noviembre 16 de 2011.
3. Integrante (f) de Conciencia Crítica, Bogotá, noviembre 16 de 2011.
4. Integrante (m) de la Federación de Estudiantes Universitarios (FEU), Bogotá, noviembre 17 de 2011.
5. Integrante (m) del Sindicato Estudiantil, Bogotá, noviembre 17 de 2011.
6. Integrante (m) de la Organización Colombiana de Estudiantes (OCE), Bogotá, noviembre 21 de 2011.
7. Integrante (m) de la Federación Universitaria Nacional (FUN-Comisiones), Bogotá, noviembre 22 de 2011.
8. Integrante (f) de la Corriente Estudiantil Alternativa Popular, Bogotá, noviembre 22 de 2011.
9. Integrante (m) del Proceso Nacional Identidad Estudiantil, Bogotá, noviembre 23 de 2011.
10. Integrante (m) de la Asociación Colombiana de Estudiantes Universitarios (ACEU), Bogotá, Noviembre 23 de 2011.
11. Integrante (m) de Rebeldía Estudiantil Organizada (REO), Bogotá, noviembre 23 de 2011.

Documentos de la Mesa Amplia Nacional Estudiantil (MANE)

MANE. (2011). MANE y Consulta Nacional Universitaria.

MANE. (2011, noviembre 7). Declaración de la MESA AMPLIA NACIONAL ESTUDIANTIL -MANE. Recuperado en: <http://www.ocecolombia.com/2011/09/declaracion-de-la-mesa-amplia-nacional.html>.

MANE. (2011, noviembre 7). Declaración Política del Encuentro Nacional Estudiantil del 19 y 20 de marzo de 2011 en Bogotá. Recuperado en: <http://pre-sauniversidad.tk/> (Consultado: noviembre 7 de 2011).

MANE. (2011, noviembre 11). Carta abierta de los y las estudiantes colombianos

a la Comisión 6 de la Cámara de Representantes, al gobierno nacional y a la sociedad colombiana. Recuperado en: http://feucolombia.org/index.php?option=com_content&view=article&id=170:carta-abierta-de-los-y-las-estudiantes-colombianos-a-la-comision-6-de-la-camara-de-representantes-al-gobierno-nacional-y-a-la-sociedad-colombiana&catid=38:inicio.

MANE. (2011, diciembre 10). Comunicado a propósito de la radicación de la Ley de Educación Superior. Recuperado en: <http://www.conapcolombia.org/?p=1454>.

MANE. (2011, diciembre 10). Declaración de la IV Sesión MESA AMPLIA NACIONAL ESTUDIANTIL -MANE- 3 y 4 de diciembre de 2011 Universidad Sur Colombiana, Neiva. Recuperado en: <http://manecolombia.blogspot.com/>.

—

Información del autor

Edwin CRUZ RODRÍGUEZ

ecruzr@unal.edu.co

Politólogo. Especialista en análisis de políticas públicas de la Universidad Nacional de Colombia, Magíster en Análisis de problemas políticos, económicos e internacionales contemporáneos de la Universidad Externado de Colombia. Candidato a Doctor en Estudios Políticos y Relaciones Internacionales e integrante del Grupo de Investigación en Teoría Política Contemporánea de la Universidad Nacional de Colombia.

Internet y redes sociales: ¿artefacto tecnológico o *locus* digital para la movilización política?

*Internet and social media: technological device or digital locus
for political mobilization?*

*Internet e redes sociais: artefato tecnológico ou locus digital
para a mobilização política?*

—

Verbena Córdula ALMEIDA

Universidade Estadual de Santa Cruz, de Ilhéus, Bahia, Brasil

Tainan BARBOSA DE SOUZA PIANTAVINHA

Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico – CNPq –Brasil

Vilmária BISPO DOS SANTOS

Universidade Estadual de Santa Cruz UESC, Ilhéus, Bahia, Brasil

—

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 128, abril - julio 2015 (Sección Monográfico, pp. 85-99)

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

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 11-02-2015 / Aprobado: 03-03-2015

Resumen

La diversidad y multiplicidad de fenómenos económicos, culturales y políticos de los individuos y grupos en la experiencia contemporánea subraya la urgencia de comprender la comunicación a partir de una multiplicidad de códigos, dado su carácter polisémico. Considerando que la apropiación de internet con finalidad política viene asumiendo una amplitud global, este trabajo es fruto de una investigación que analizó la práctica de la ciber-comunicación tomando como objeto de estudio el grupo Fiscal Grapiúna (FG), constituido a partir de las inquietudes de ciudadanos y ciudadanas preocupados con los rumbos políticos de la ciudad de Itabuna, en Brasil, tras el proceso electoral que se produjo en 2012. El objetivo fue detectar si el grupo logró –y si lo hizo, hasta qué punto– movilizar políticamente a través y a partir de la conexión concreta entre lo virtual y real.

Palabras clave: cibercultura, movilización política, virtual-real.

Abstract

The diversity and range of economic, cultural and political phenomena in individuals and groups in our daily life highlights the urgency of understanding communication from a great variety of codes, given its polysemic nature. Considering that appropriation of the internet for political purposes has spread to a global scale, this work is the result of an investigation that examined the practice of cyber communication taking as an object of study the Brazilian movement Fiscal Grapiúna (FG), which was created as a consequence of concerned citizens that were worried about the political course of the city of Itabuna, in Brazil, after the electoral process that took place in 2012. The aim was to detect if the group managed -and if so, to what extent- to politically mobilize their followers through and from the specific connection between the virtual and the real life.

Keywords: cyber culture, political mobilizations, real-virtual.

Resumo

A diversidade e multiplicidade dos fenómenos económicos, culturais e políticos apresenta a urgência de pensar a comunicação a partir de uma multiplicidade de códigos, dado seu carácter polissémico. Considerando que a apropriação da internet com finalidade política vem assumindo cada vez mais proporções globais, este trabalho é fruto de uma pesquisa que analisou a prática da comunicação cibernética tomando como objeto de estudo o grupo Fiscal Grapiúna (FG), constituído a partir das inquietações de cidadãos e cidadãs preocupados com os rumos políticos da cidade de Itabuna, Bahia, Brasil, após os resultados das últimas eleições municipais em 2012. O objetivo principal foi detectar se o grupo conseguiu –e em caso positivo até que ponto– mobilizar politicamente a partir da conexão concreta ente virtual e real.

Palavras-chave: cibercultura, mobilização política, virtual-real.

1. Introducción

Los rápidos avances tecnológicos en los últimos años han abierto también nuevas posibilidades para el intercambio de información. La “maravilla” de internet proporciona una sensación de mayor velocidad y de quiebre de barreras territoriales a través de la construcción de territorios virtuales. La popularización de estas nuevas herramientas, que están cada vez más al alcance de las personas, puede ampliar el debate y difusión de ideas a partir de la creación de formas de interacción, tales como sitios web y blogs, y más recientemente a través de las redes sociales, sobre todo Facebook.

Existe un consenso sobre que la concentración de la comunicación por parte de las corporaciones ha creado barreras al incremento de la toma de conciencia política por una parte considerable de los individuos y grupos en todo el mundo. El uso del ciberespacio como contrapoder ha sido objeto de numerosos estudios, los cuales buscan presentar y analizar las posibilidades de intervención de esos individuos y grupos en la vida social a través de la red. Las nuevas tecnologías de información y de comunicación han posibilitado la apertura de un inestimable espacio político para intercambiar información sin el control de las corporaciones mediáticas, ya que las personas comunes pueden hacerse de esas herramientas para organizar movimientos sociales e, incluso, “guiar” la cobertura de ciertos acontecimientos en los propios medios de comunicación tradicionales.

Basado en esas cuestiones, el presente trabajo –fruto de un proyecto de investigación– presenta una reflexión respecto al traslado virtual-real de los movimientos sociales organizados. Para ello utiliza como objeto de análisis el grupo Fiscal Gra-piúna (FG), una organización no gubernamental sin fines lucrativos formada en la ciudad de Itabuna, Bahía, Brasil, que se constituyó a través de internet tras los comicios electorales municipales realizados en 2012 con el propósito principal de fiscalizar las acciones de los poderes Legislativo y Ejecutivo del referido municipio.

Los objetivos de la investigación estuvieron orientados a conocer si el grupo realmente logró fomentar la participación política de quienes accedieron a su página en Facebook; si hubo, efectivamente, propuestas de movilizaciones políticas fomentadas por el grupo; y, aún, en el caso de haberse registrado movilizaciones políticas, hasta qué punto hubo un traspaso de lo virtual hacia lo real.

2. Marco teórico

Al considerarse que la ciudadanía es una construcción que reúne a personas con conocimiento de una función en la organización política de la vida social (Charaudeau, 2005), es posible decir que internet puede tener un rol importante en la pertinencia de esta construcción, ya que se constituye como una nueva herramienta para facilitar el flujo de información y tiene, sobre todo, potencial

para permitir la diversificación y ampliación de las formas de comunicación en las sociedades contemporáneas.

En este sentido, la comunicación política puede adquirir una fuerte influencia por parte de internet, ya que ésta posee el potencial para fomentar cambios efectivos en las prácticas políticas. Es posible afirmar que la red presenta un potencial para modificar el viejo modelo basado en el criterio de “pocos informan a muchos”, dando lugar al esquema donde “muchos informan a muchos”, puesto que permite enfoques multidireccionales y abre espacios para el diálogo entre la diversidad del escenario político con el fin de transformar la participación política de muchas personas. Esto se debe a que el ciberespacio constituye una gran posibilidad de democratización, tal como subraya Pierre Lévy (2000, p. 65), ya que la ciudadanía se define a partir de la “contribución a la construcción de un panorama político perpetuamente en movimiento, y el apoyo que da a ciertos problemas (que se juzgan prioritarios), ciertas posiciones (a las que se adhiere), ciertos argumentos”. Este mismo teórico define cibercultura como el resultado de una aspiración para la construcción de un vínculo social que no se funda en bases territoriales sino en intereses comunes, con énfasis en el aprendizaje cooperativo y en los procesos de colaboraciones abiertas. Aún para Levy (2000, p. 130) las comunidades virtuales encuentran un “ideal de relación humana desterritorializada, transversal y libre”. El teórico afirma que el modo como la realidad se desarrolla nos lleva a formar no solo un nuevo medio de comunicación, sino también de concepción y de trabajo.

Según Castells (1999) y Lemos (2001) el ciberespacio es un medio de interacción social. La reunión de personas de distintos orígenes, pero con intereses convergentes, es prueba innegable de que la red permite una cantidad expresiva de logros y se manifiesta, no como un simple medio de comunicación, sino como un espacio invaluable capaz de dar lugar a infinitas formas de relaciones y actividades de rasgo social, cultural, político, entre otros.

Coincidimos con los enfoques de Castells, Lemos –y también con Lévy– porque la posibilidad del tráfico virtual favorece la agrupación de interés, que a su vez, puede generar una contribución a la construcción de las ideas colectivas para promover soluciones a problemas comunes. Para Lévy (2000, p. 49), “solamente las características técnicas del ciberespacio permiten a los miembros de un grupo humano (que pueden ser tantos como se quiera) coordinar, cooperar y consultar para alimentar a una memoria común, y esto casi en tiempo real, a pesar de la distribución geográfica y la diferencia de horarios”.

Para Castells (1997, p. 47) “la sociedad de la información se destaca por tener una forma específica de organización social en la que las nuevas tecnologías proporcionan las fuentes fundamentales de la productividad y el poder está en la generación, procesamiento y transmisión de la información”. Por lo tanto, a partir de esa perspectiva, internet se ha configurado como un apoyo fundamental para esta nueva sociedad y ha dado una importante contribución en lo que concierne a la destitución de la verticalidad en la comunicación masiva y, por consiguiente, de la comunicación política –ya que facilita la participación

de la sociedad civil en distintos debates, incluyendo la elaboración de leyes y políticas públicas. Eso contribuye al establecimiento de una comunicación a través de relaciones que involucran información, intereses, participaciones, apoyos, demandas, críticas y otras cuestiones que se encuentran directamente en la relación entre los ámbitos privado y público. De ese modo la comunicación política puede adquirir una configuración distinta de la practicada antes de la aparición y el uso cada vez más masivo de internet por los ciudadanos comunes.

De acuerdo con Castells (1999), la sociedad en red también se traduce en un cambio de sociabilidad, que no se produce a través de la eliminación de las relaciones cara a cara. Según señala este teórico, los estudios realizados en diferentes sociedades apuntan hacia una mayor actividad política, hacia más alegría y más contactos sociales entre los usuarios de internet, además de una mayor interacción cara a cara, simultáneamente a las interacciones virtuales. “Del mismo modo, las nuevas formas de comunicación inalámbrica, desde el teléfono móvil al SMS, WiFi y WiMax, hacen aumentar considerablemente la sociabilidad, sobre todo en las poblaciones más jóvenes” (Castells, 1999, p. 23).

Guimarães Jr. (1997) afirma que, en general, con relación a internet existen dos posiciones que pueden ser identificadas: la que analiza la red como un fenómeno, y la que la destaca como un artefacto tecnológico innovador que establece nuevos espacios e interacción social. Esto coincide con lo que afirma Castells (1999) sobre el hecho de que internet ha provocado un cambio en la sociabilidad, especialmente la superación del territorio geográfico.

Estamos de acuerdo con lo que reflexiona Castells (1999) en su libro “La Sociedad en Red” y, en este sentido, podemos decir que internet se ha convertido en un apoyo esencial para la sociedad contemporánea ya que amplía las posibilidades de participación de la sociedad civil en los distintos debates. La afinidad con este teórico se solidifica aún más con la afirmación según la cual “la práctica de las comunidades virtuales se resume en la práctica de la libertad de expresión global en una era dominada por los conglomerados de medios de comunicación y las burocracias gubernamentales censoras” (Castells, 1999, p. 48). Podemos decir que es posible pensar la internet como un *locus digital*, aquí comprendido desde la perspectiva de Josgrilberg (2012, p. 13): “un lugar combinado por las estrategias de poder que articulan la información digital y los sistemas de comunicación [...]; un lugar de realización de la vida [...]. En ella, los seres humanos se someten a presiones [...] pero también a reinventar la vida, crear espacios”.

Castells (1999) afirma que en la cultura de la sociedad en red la virtualidad es responsable por refundar la realidad por medio de nuevas formas de comunicación. En ese contexto la política adquiere una fuerte influencia de la red, ya que ésta puede proporcionar cambios efectivos en las prácticas políticas, incluso con el protagonismo de nuevos sujetos sociales.

Los espacios virtuales como *locus digital* –conforme señala Josgrilberg (2012)– son perceptibles en las más diferentes sociedades, entre ellas Brasil. La comunidad

indígena puede citarse como un buen ejemplo a través del sitio Indios On-line¹. De acuerdo a Almeida (2013, p. 7), este sitio significa la apropiación de internet por parte de esas comunidades indígenas excluidas de la sociedad brasileña (y por consiguiente de los medios, excepto cuando se trata de mediaciones que dan cuenta de conflictos, o de su existencia como víctimas; o, aún, de aquellas que los presentan como “figuras folclóricas”) para hacer visible su existencia societaria. Es como afirma Castells (1999, p. 23) respecto a que la gente integra la tecnología en sus vidas “mediante la conexión a la realidad virtual y la virtualidad real, viviendo en diversas formas tecnológicas de comunicación, la articulación de ellos de acuerdo a sus necesidades”. La creación de Indios On-line puede analizarse, entre otras cuestiones, como conquista de voz activa en la comunicación mediada, puesto que los grandes grupos mediáticos no proporcionan esos canales a las minorías para que puedan mostrarse como sujetos activos. Almeida (2013, p. 8) afirma que las iniciativas como esa “abren posibilidades para una nueva manera de pensar las subjetividades y, en consecuencia, la producción de cultura, de demandas políticas y sociales de los diversos grupos que componen la vida societaria”. Estamos hablando de empoderamiento (Foucault, 1979). Este filósofo francés aborda la presencia del poder en distintas dimensiones de la vida cotidiana y, a partir de esa lógica, se puede decir que la apropiación de internet por colectivos ávidos de participación política se configura como ese ejercicio de poder; en este caso, la toma de conciencia respecto al poder de comunicarse masivamente a través de internet. Thompson (2007) acuerda con Foucault cuando afirma que, tratándose de la sociedad, los individuos están inmersos en “campos de interacción” y ejercen cierto tipo de poder con la finalidad de lograr sus objetivos. Él afirma que los medios técnicos y las informaciones o contenidos simbólicos en ellos almacenados pueden ser fuentes para el ejercicio de diferentes formas de poder.

La apropiación de espacios en internet como *locus* por individuos y grupos se hace intencionalmente y es un fenómeno global. Según Lévy (2003, p. 11), esa interacción mediada por el ordenador significa la existencia de actores capaces de fomentar la discusión acerca de la participación política a través de la *red*, por intermedio de una herramienta descentralizada y democrática que contribuye a la difusión de opiniones e informaciones que permiten conectar ideales globales y locales.

El junio de 2009 el mundo tuvo conocimiento, a través de internet, de sucesos e imágenes sobre lo que ocurría en Irán, cuando una multitud tomó las calles de aquel país para movilizarse en contra del proceso electoral y a favor de la libertad de prensa. Lo mismo ocurrió en 2011 cuando una sublevación popular cobró significativas dimensiones, a partir de la cual las poblaciones de algunas naciones árabes protestaron y consiguieron derribar gobiernos establecidos desde hacía mucho tiempo –la llamada “Primavera Árabe”. “El papel de internet y de los medios sociales en destacar la sublevación en Túnez ha sido fundamental [...]

1 <http://www.indiosonline.net/>.

porque fue un catalizador que auxilió el movimiento a alcanzar la masa crítica” (Global Voices, 2011).

Para Castells (1999, p. 24) “teniendo en cuenta que la política depende en gran medida del espacio público de la comunicación en la sociedad, el proceso político se transforma de acuerdo con las condiciones de la cultura de la virtualidad real. Las opiniones políticas y el comportamiento político se forman en el espacio de las comunicaciones”. Sin embargo, el propio autor subraya que esto no significa afirmar que todo lo que se dice a través de internet sea determinante en el pensamiento y en el comportamiento de las personas.

En ese sentido es posible que la red se configure no solo como una herramienta para la discusión, sino también para la organización y movilización, como ha estado tratando de hacer el grupo Fiscal Grapiúna (FG) en la ciudad de Itabuna, Brasil, de manera deliberada, con el fin de discutir, movilizar, integrar, compartir las mismas preocupaciones respecto a la dirección que han estado tomando las discusiones y acciones en el ámbito de la política local.

3. Materiales y métodos

La presente investigación tuvo una naturaleza documental, por medio de la exploración de materiales publicados por los organizadores del grupo FG y por sus participantes, disponibles en su página de Facebook; y se basa en un análisis cualitativo y cuantitativo. Se utilizó como técnica de recolección y análisis de datos el Análisis de Contenido (AC).

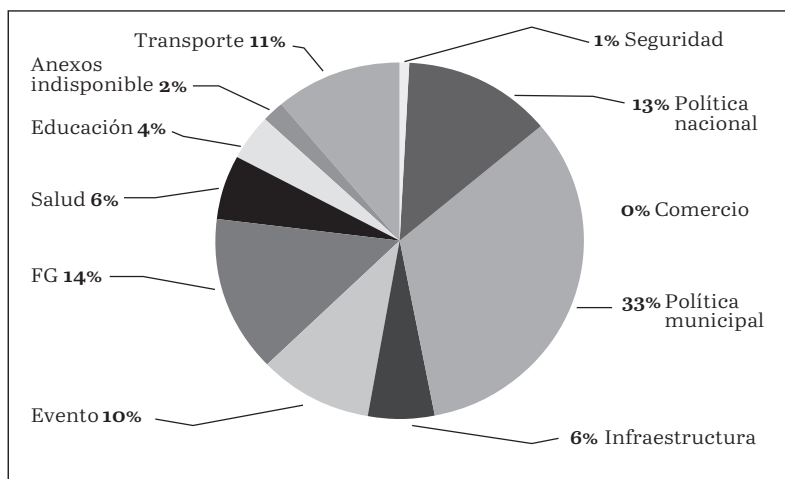
El análisis fue realizado en un período de 18 meses –comprendido entre el mes de fundación del grupo– octubre de 2012, hasta el mes de abril de 2014. Los datos fueron recolectados en una ficha que sirvió como herramienta para la catalogación de las informaciones a fin de que pudiesen ser fácilmente identificadas. Con estos datos, se procedió a un estudio cuantitativo para medir la cantidad de temas presentes en las discusiones; cuántas personas accedieron a la página; cuántas participaron con comentarios; cuántas propuestas concretas de movilizaciones realizadas por el FG; cuáles estrategias fueron utilizadas con el objetivo de atraer personas al grupo; además de la identificación de los instrumentos utilizados para la construcción de estrategias –por ejemplo, los textos en sus diversos formatos (pictórico, videográfico y otras modalidades) con el objetivo de analizar los argumentos utilizados como herramientas de persuasión.

4. Resultados

A menos de una semana de su formación como página en Facebook el FG ya contaba con casi 10.000 seguidores que compartían información, ideas, posiciones y la inminente necesidad de una ética política municipal y realmente inclusiva.

Durante nuestras investigaciones fue posible identificar discusiones propuestas por el grupo, que variaron entre política nacional, política municipal, incluyendo temáticas como educación, salud, transporte, seguridad pública, infraestructura, entre otros, conforme describe la figura 1:

Figura 1. Gráfico temas mencionados en la página del FG

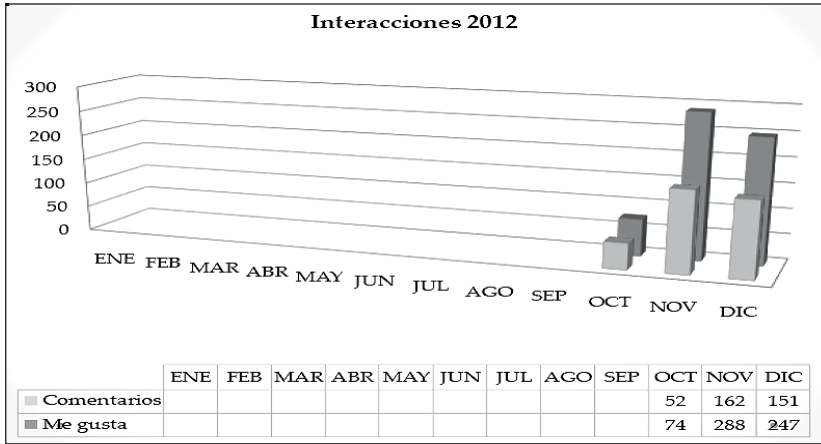


Fuente: Elaboración de las autoras.

A pesar de que el grupo definiera como su objetivo la fiscalización y exigencia a las autoridades políticas –ejecutivas y legislativas locales de la ciudad de Itabuna–, los temas de interés nacional estuvieron en las pautas de las discusiones en la página de Facebook del Fiscal Gapiúna. La preocupación del grupo respecto a determinadas temáticas sociales menos localizadas y más generales refleja lo que afirma Josgrilberg (2012, p. 23) acerca de las acciones de los sujetos sociales: “La intencionalidad de las acciones humanas es un movimiento de la conciencia, lo que incluye [...] el sentido a partir de un conjunto de significaciones vividas [...]”. Esto demuestra una presencia de inquietudes por parte de algunas personas frente a cuestiones de ámbito nacional que no anulan sus preocupaciones locales, sobre todo porque los grandes problemas que afectan al país en general están presentes en los municipios, con variaciones de grados.

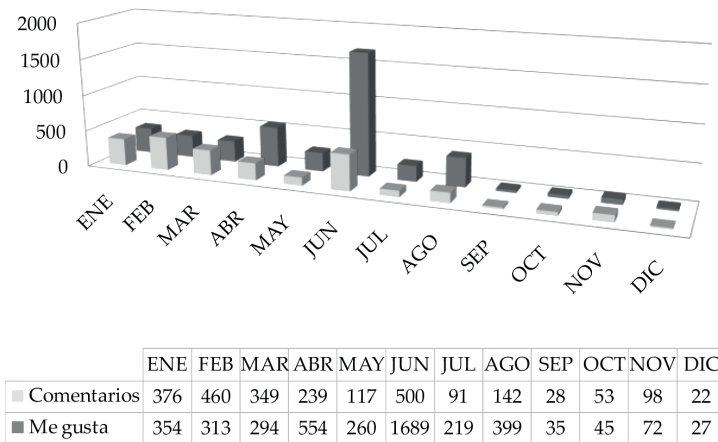
Fue posible detectar, también, una alteración en el número de participantes entre los años 2012 y 2014, con una predominancia de mayor participación en 2013, conforme demuestran las figuras 2 a 4.

Figura 2. Gráfico de cantidad de personas que se sumaron y de comentarios (2012)



Fuente: elaboración de las autoras.

Figura 3. Gráfico cantidad de personas y comentarios (2013)

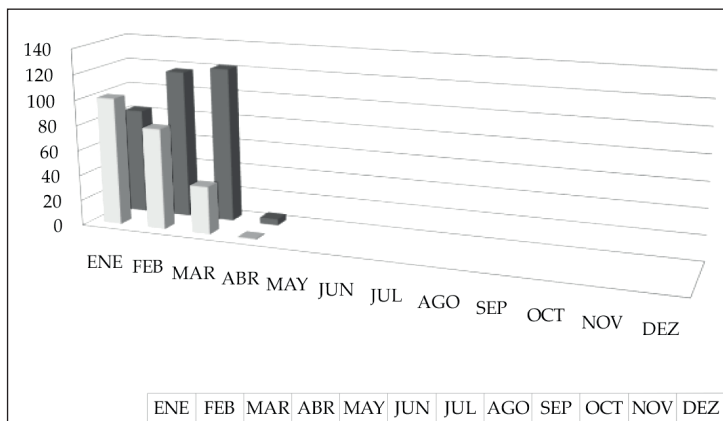


Fuente: elaboración de las autoras

Es posible observar un considerable incremento –tanto de personas a quienes “les gustó” la página del FG como también en relación a la cantidad de comentarios dejados en el sitio. Hubo un aumento de más del 500% respecto al número de personas que dijeron gustar del FG entre un mes y otro; y más de 400% de diferencia respecto al número de comentarios registrados. Ese incremento posiblemente está relacionado con la irrupción de manifestaciones que ocurrió en el país a partir del mes de junio de 2013, en primer lugar con reivindicaciones

relacionadas a las tarifas del transporte colectivo; y posteriormente a un sinfín de demandas, tales como educación, seguridad, salud, entre otros.

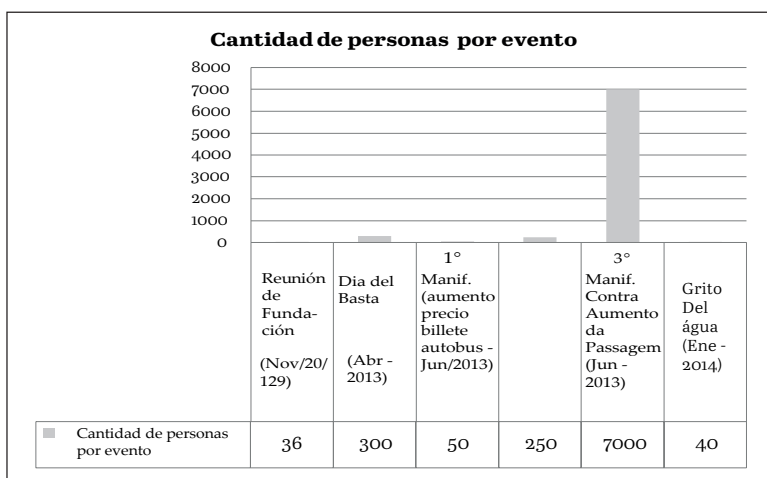
Figura 4. Gráfico cantidad de personas y comentarios (2014)



Fuente: elaboración de las autoras.

Durante los dieciocho meses de la investigación se detectó, también, que el grupo Fiscal Grapiuna propuso o se sumó a manifestaciones en la ciudad de Itabuna. De un total de cinco movilizaciones propuestas por el grupo, se detectó la participación efectiva de 7.640 personas, como lo demuestra la figura 5.

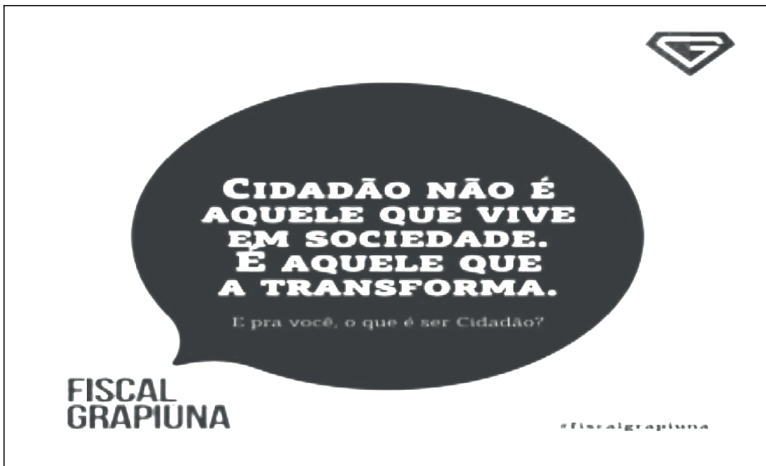
Figura 5. Gráfico participación presencial en los eventos (2012 al 2014)



Fuente: elaboración de las autoras.

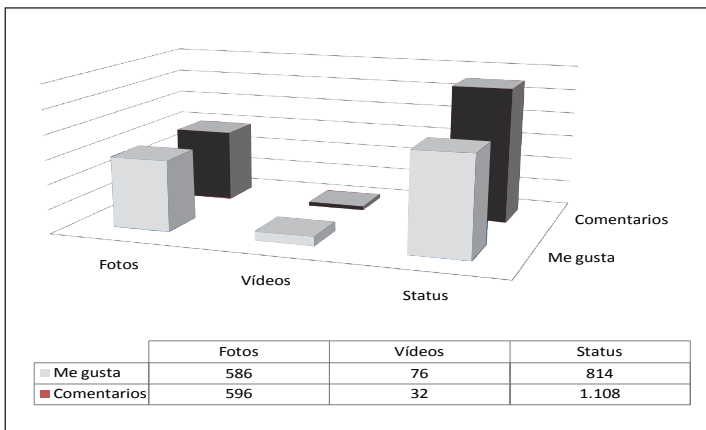
Los objetivos del grupo FG son, conforme a lo descrito en su página, “fiscalizar y reclamar a los gobernantes y representantes de la población itabunense: alcalde, vice-alcalde y concejales”. Con el fin de reunir seguidores/participantes, en sus materiales audiovisuales, los “Fiscales” enfatizan el ejercicio de la ciudadanía a través de frases como “Ciudadano no es aquel que vive en sociedad, sino aquel que la transforma”; “Nadie se organiza para lograr algo bueno para Itabuna. Ha llegado la hora”; o “Reclama de los políticos, pero no participa de los movimientos sociales. Ejercite su ciudadanía”, como el ejemplo del banner, en la figura 6:

Figura 6. Banner llamamiento a la participación ciudadana



Fuente: Página Facebook del Fiscal Grapiúna.

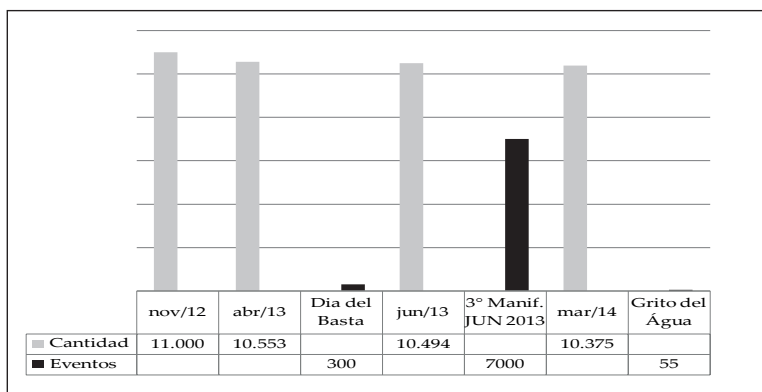
Figura 7. Gráfico estrategias de llamamiento de personas



Fuente: elaboración de las autoras .

Nuestra investigación detectó que, a pesar de haberse utilizado varias estrategias audiovisuales con el fin de atraer a personas –vídeos, fotografías y otros recursos propios del Facebook, como los *status*², que permiten la utilización de *emotions*³, tal como lo demuestra la figura 7–, fue posible detectar que hubo una variación bastante considerable en el número de participaciones en las movilizaciones presenciales, las cuales no reflejaron, en número, las participaciones en forma virtual, tal como muestran los datos de la figura 8.

Figura 8. Gráfico tránsito virtual-real



Fuente: elaboración de las autoras.

5. Conclusiones

Según el último censo demográfico realizado por el Instituto Brasileño de Geografía y Estadística (IBGE), la ciudad de Itabuna tiene 218.124 habitantes, distribuidos en un área de 432.244 km². Como la mayoría de las ciudades brasileñas, presenta problemas en sectores como salud, educación, infraestructura urbana, falta de políticas de inclusión social, además de figurar como una de las ciudades con el mayor índice de homicidios⁴ del país. Esas cuestiones demuestran tener lugar en las preocupaciones del grupo fundador del Fiscal Grapiúna, en su objetivo de movilizar ciudadanos para la mejora de las condiciones de vida de la población local.

2 Son las frases cortas que los usuarios actualizan para expresar lo que están haciendo, pensando o cualquier cosa que quieran compartir con sus amigos.

3 Secuencia de caracteres que representa un rostro humano y expresa una emoción.

4 De acuerdo al Mapa de la Violencia de Brasil (2014), Itabuna figura situada como la 12ª ciudad en números de asesinatos del país. Son 109 asesinatos por cada 100 mil habitantes. Es la 6ª ciudad de Bahía con el mayor número de homicidios (Bahía tiene 415 municipios). Disponible en: <http://www.mapadaviolencia.org.br/>. Acceso en: 20 oct. 2014.

Fue posible detectar, a través de nuestro estudio, que aunque al principio una gran cantidad de personas haya accedido al Facebook del grupo Fiscal Grapiuna hubo una considerable disminución en ese número cuando los “Fiscales” buscaron trasladar la movilización virtual al plano de lo real. Al considerarse un total de 11 mil personas que llegaron a acceder dicha página, y de 7.640 que, efectivamente, se movilizaron en situaciones prácticas, es evidente que hubo un traslado efectivo desde lo virtual hacia lo real. Sin embargo, ese tráfico efectivo se configuró sobre todo en el auge de las movilizaciones que ocurrieron en el país en junio de 2013, ya que luego de esos sucesos, fue notable una significativa disminución en las participaciones, tanto en el plano de lo virtual como en lo real.

Cuando consideramos esos datos, lo primero a subrayar es que no es tarea sencilla analizar esta compleja situación relativa a la articulación entre la intención política y la dimensión organizativa de la participación política, particularmente a través del ciberespacio.

El estudio “Brasil con S de Social”⁵ reveló que en promedio los usuarios brasileños permanecen 12 horas por mes en las redes sociales; y que en cuanto al uso de Twitter y de Facebook, Brasil solamente está por detrás de Estados Unidos. Pero ese mismo estudio reveló que los comportamientos on-line denotan lo que las personas son en la vida real y, siguiendo esa perspectiva, “Brasil con S” buscó entender los porqués del gusto de los brasileños y brasileñas por las redes sociales, lo que llevó a la evidencia de seis características que definirían la manera de ser de este pueblo, todas reflejadas en el uso de las redes: 1) ser social y sociable; 2) gustar de novedad; 3) valorizar símbolos de estatus; 4) apreciar la informalidad; 5) apreciar la relajación; 6) gustar de observar la vida ajena.

De acuerdo con los resultados de nuestra investigación, observados en el período delimitado por los análisis, fue evidente que el grupo Fiscal Grapiuna logró establecer un tránsito virtual-real, y que sobre todo, estuvo movilizandando personas. Sin embargo, fue evidente también que la mayoría de las personas que al principio demostraron interés en participar del grupo –sumando su página de Facebook, compartiendo texto, registrando ideas, comentarios– no ha presentado, concretamente, un interés político efectivo en seguir con ese propósito, teniendo en cuenta los números de participaciones registrados tras el auge de las movilizaciones de 2013. Ha habido una caída en los números, lo que demuestra que, probablemente, no hubo una efectiva identificación de la mayoría de esos participantes con los propósitos del grupo, sino un entusiasmo momentáneo, sobre todo a partir de la ola de manifestaciones que ocurría en el país.

Si consideramos las conclusiones del estudio “Brasil con S” sobre el uso de las redes sociales por la sociedad brasileña, es posible inferir que la mayoría de las personas que al principio accedieron al FG ha tenido la intención principal de

5 Estudio realizado por la empresa Ampfy, juntamente com la consultoría de encuestas The Listening Agency. Datos disponibilizados por el diário “O Estado de São Paulo”. Disponible en: <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,em-2013-brasil-vira-potencia-das-redes-sociais-imp,1111960>.

amplificar su visibilidad en las redes sociales. Pero, como nuestra investigación no contempló las opiniones de los participantes del FG respecto a lo que les llevó a acceder a la página y “participar” del grupo, nos quedamos en el campo de las hipótesis.

Cuando se trata de las sociedades contemporáneas, marcadas sin duda por el protagonismo de la imagen y la sed de visibilidad, es importante tener en cuenta muchos factores, entre ellos el hecho de que las tecnologías de la información y comunicación, así como las redes sociales, prescinden de una conciencia política para funcionar como *locus* político; por el contrario, son meros “artefactos tecnológicos” utilizados –como muchos otros– para propósitos de visibilidad narcisista, y por lo tanto, quedan lejos de constituirse en herramientas capaces de proveer a la movilización de personas imbuidas del propósito de transformar su entorno.

Hay que considerar, entre otros factores, que el ciberespacio se constituye como una especie de herramienta para la acción política, y que permite al colectivo una resonancia de su voluntad (Levy, 2000), pero no es prudente perder de vista el rol que deben desempeñar los individuos y los grupos, especialmente en lo que se refiere a los objetivos y la necesidad de diálogo, condiciones *sine qua non* en lo que concierne a transformarse y armonizarse con los demás. En este sentido es imprescindible que las personas (las que tienen sed de ciudadanía) presenten sed de participación política, aquí entendida desde el concepto de Alessandro Pizzorno (citado por Borba, 2011, p. 267), según el cual, para ser viable, la participación debe estar basada en la conciencia de clase, ya que esta participación sería el producto de la identidad política compartida por los actores.

No es excesivo subrayar el pensamiento de Lévy en su obra *La inteligencia colectiva* (2003), según el cual el teórico afirma que existe una indeterminación referente a la forma y al contenido del ciberespacio, además de que destaca la necesidad de observar las elecciones políticas y culturales, tanto de los gobiernos, como de los actores económicos y también de los ciudadanos comunes.

Aunque no podamos desconsiderar el logro de los organizadores del Fiscal Grapiúna en su intento de movilizar hacia el ejercicio de la ciudadanía, es necesario considerar que, a pesar del gran impacto de las redes sociales como herramientas de comunicación y movilización, como ocurrió por ejemplo en la llamada “Primavera Árabe”, es importante destacar que esos aparatos tecnológicos son solo herramientas, las cuales pueden o no desempeñar un importante rol en la actividad política de los individuos y grupos y ser convertida en su *locus* –digital y social. No es suficiente la apropiación por parte de los individuos y grupos de una poderosa herramienta si éstos no están imbuidos de conciencia política, con fuertes convicciones, además de una voluntad para hacer valer esas convicciones.

Referencias bibliográficas

- Almeida, V. C (2013). Internet, demandas culturales y minorías en Brasil: resistencia y voz activa en Indios On-line y Central Hip Hop. *Diálogos de la Comunicación*, 86, 1-15.
- Borba, J. (2012). Participação política: uma revisão dos modelos de classificação. *Revista Sociedade e Estado*, 27(2), 268-288.
- Charaudeau, P. (Ed.) (2005). *Discurso Político*. São Paulo: Contexto.
- Castells, M. (Ed.) (1999). *A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra.
- Foucault, M. (Ed.) (1979). *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Edições Graal.
- Guimarães Jr. M. (1997). A Cibercultura e o Surgimento de Novas Formas de Sociabilidade. Recuperado de <http://portalcfh.ufsc.br/~guima/ciber.html>.
- Josgrilberg, F. (2012) Locus digital: Um lugar entre tantos outros. *Palavra Chave* 15 (1). Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64923563002>.
- Lemos, A. (2001) *Comunicação e cibercultura*. São Leopoldo: Unisinos.
- Lévy, P. (Ed.) (2000). *Cibercultura*. São Paulo: Editora 34.
- Lévy, P. (2003). *A Inteligência coletiva*. São Paulo: Loyola.
- Thompson, J.B. (Ed) (2009). *A mídia e a Modernidade. Uma teoria social da mídia*. Petrópolis: Vozes.

Información de la autoras

Verbena Córdula ALMEIDA

vcalmeida@uesc.br

Doctora en Historia y Comunicación en el Mundo Contemporáneo por la Universidad Complutense de Madrid (UCM). Profesora Adjunta del Departamento de Letras y Artes de la Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC, Ilhéus, Bahia, Brasil. Autora de los libros *Prensa y Propaganda en la Emancipación Hispanoamericana* (Universidad de León, España, 2011); *Da pesquisa para a Sociedade. Reflexões sobre comunicação científica e tecnológica*.

Tainan BARBOSA DE SOUZA PIANTAVINHA

taipiantavinha@gmail.com

Becaria del Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico, CNPq, Brasil.

Vilmária BISPO DOS SANTOS

marabissan@gmail.com

Becaria del programa de Iniciación Científica de la Universidade Estadual de Santa Cruz UESC, Ilhéus, Bahia, Brasil.

Vídeo-ativismo e a imagem documental cidadã

Video-activism and the citizenship documentary image

Videoactivismo y la imagen documental ciudadana

Denis PORTO RENÓ

Universidad Estadual Paulista – UNESP

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 128, abril - julio 2015 (Sección Monográfico, pp. 101-111)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 11-02-2015 / Aprobado: 03-03-2015

Resumo

Compreender a ecologia midiática contemporânea é um desafio aos pesquisadores da comunicação. Nesta complexa diversidade comunicacional, o vídeo-ativismo e o documentário popular encontram-se em destaque pela capacidade de construção da opinião pública. Pensar em vídeo-ativismo sugere uma revisão sobre o que o mesmo significa. É, basicamente, todo e qualquer produto audiovisual que tem como objetivo mudar a sociedade. Este ensaio apresenta uma reflexão resultante de um estudo sobre vídeos de caráter ativista e construídos por imagens documentais. A expectativa é construir base para novas pesquisas a respeito, a partir das categorias aqui apresentadas.

Palavras-chave: comunicação, documentário, vídeo-ativismo, cidadania.

Abstract

Understanding the contemporary media ecology is a challenge for researches in the communication. In this complex communication diversity, the video-activism and the popular documentary film stand out for the capacity of construction of the public opinion. Thinking about video-activism implies a review of what it means. It is, basically, any audiovisual product that aims to change society. This paper offers a resultant reflection of a study on activist videos and build of documentary images. The aim is to build basis for further research on the subject, from the categories presented here.

Keywords: communication, documentary, video-activism, citizenship.

Resumen

Comprender la ecología mediática contemporánea es un reto para los investigadores de la comunicación. En esa compleja diversidad comunicacional, el video-activismo y el documental popular se destacan por la capacidad de construcción de la opinión pública. Pensar en el video-activismo implica una revisión sobre lo que ello mismo significa. Es básicamente, cualquier producto audiovisual que tiene como objetivo cambiar la sociedad. Este ensayo presenta una reflexión resultante de un estudio sobre videos de carácter activista construidos por imágenes documentales. El objetivo es establecer las bases para nuevas investigaciones sobre el tema, a partir de las categorías aquí presentadas.

Palabras clave: comunicación, documental, video-activismo, ciudadanía.

1. Introdução¹

O documentarista e professor belga radicado no Brasil, Jean-Claude Bernardet (1997, p. 41), definia o documentário como produto resultante de narrativas com imagens do povo. Entretanto, ao propor essa reflexão, levava em consideração obras artísticas produzidas por profissionais do audiovisual e que posicionavam os cidadãos como atores sociais em um contexto de registro do real.

Em outro cenário, e com uma diferente preocupação, o professor e produtor audiovisual Luiz Fernando Santoro apresentou em 1989 um estudo sobre o vídeo popular no Brasil, tendo como foco um resgate sobre a participação do audiovisual nos movimentos sociais da época. A discussão proposta por Santoro resgatava experiências realizadas por grupos brasileiros num momento em que o audiovisual popular dava seus primeiros passos graças à tecnologia do vídeo analógico e das câmeras VHS.

Porém, a contribuição de Santoro não se limitou a relatar essas experiências, mas em analisá-la e categorizar seus formatos. Dessa maneira, aquelas obras foram compreendidas como produtos com um propósito social e uma linguagem própria justificada pelo caráter documental e ativista no contexto em que os grupos sociais responsáveis se encontravam. Obviamente, os produtos apresentavam limitações técnicas, estéticas e artísticas coerentes à tecnologia oferecida na ocasião.

Na sociedade contemporânea, onde smartphones são equipados com câmeras capazes de gravar vídeos em alta definição, *Full HD*, com entrada de áudio *Dolby Stereo*, e que possuem aplicativo os capazes de editar vídeos com qualidade e recursos superiores aos encontrados em equipamentos profissionais na década de 1980, o vídeo popular ganhou força e importância social. Grupos populares produzem e transmitem, em tecnologia streaming (gratuita) os seus registros ao vivo. Canais de exibição audiovisual, como o *YouTube*, assumem o papel de distribuidoras desses conteúdos (Renó, 2007). Meios sociais fazem com que esses conteúdos tenham uma circulação P2P com capacidade de promover a retroalimentação e o debate.

Mas esse cenário exige um acompanhamento sobre seus resultados. Para tanto, questionamentos dos devem ser considerados. Um deles refere-se ao conteúdo em si, ou seja, trata-se de algo que podemos definir vídeo-popular (ou ativista)? Ainda sobre o conteúdo, podemos posicioná-lo como vídeo de conteúdo documental? Por fim, esses vídeos seguem uma linguagem audiovisual específica, ou próxima de vídeos profissionais? A partir dessas indagações, conseguimos ao menos criar parâmetros para compreender o fenômeno do vídeo-ativismo contemporâneo, cada vez mais presente nos processos de construção da opinião pública, independente do poder midiático.

A metodologia empregada nesse ensaio é inaugurada pela pesquisa bibliográfica, pois dessa maneira podemos posicionar o mesmo em definições

¹ Este trabalho integra a pesquisa do processo no. 446535/2014-1, financiado pelo CNPq.

que direcionam nosso estudo. Em seguida, torna-se necessária a análise de vídeos de caráter ativista selecionados de maneira aleatória e por conveniência, de maneira que possamos interpretar os mesmos dentro dos questionamentos aqui apresentados: A expectativa ao realizar esse estudo-ensaio é construir uma base para pesquisas futuras, especialmente no que diz respeito ao vídeo-ativismo em uma sociedade digitalmente conectada e discretamente móvel.

2. O vídeo-ativismo (do analógico ao digital móvel)

Pensar em vídeo-ativismo sugere uma revisão sobre o que o mesmo significa. Em realidade, o vídeo-ativismo está presente nas práticas audiovisuais desde os primórdios do cinema. Vídeo-ativismo é, basicamente, todo e qualquer produto audiovisual que tem como objetivo mudar a sociedade. Isso vemos em obras de Dziga Vertov, especialmente em *“Um homem com uma câmera”* (1922), quando o cineasta ofereceriam narrativa para mostrar o caos de uma grande cidade e, dessa maneira, provocar reflexão sobre para onde estávamos indo. Também podemos pensar em obras de ficção que nos levam a reflexões sobre mudança do mundo. Exemplo disso é o filme *“O encouraçado Potemkin”* (1925), de Sergei Eisenstein.

Porém, vídeo-ativismo difere do cinema profissional. O importante no vídeo-ativismo não é a qualidade da produção, e sim o seu conteúdo. A qualidade, como nós a conhecemos e definimos, está presente. A mensagem, e não na estética adotada. Isso vai de encontro ao que defende Galán Zarzuelo (2012), para quem as obras vídeo-ativistas se impõem aos acordos estéticos e às alternativas tecnológicas. Na realidade, o que acontece é uma apropriação social sobre a tecnologia existente e sua reinvenção para atender às necessidades destes grupos. Isso reforça a proposta de Renó (2013), para quem o meio não é mais a mensagem, e sim a mensagem é o meio, propondo, assim, uma revisão sobre a popular proposta de Marshall McLuhan sobre a ecologia dos meios antes da web 2.0.

O vídeo-ativismo está marcado na história social há pelo menos um século, desde o surgimento das imagens em movimento –editadas ou não–, ainda que de maneira dispersa. Porém, essa é a verdadeira arma destas obras que têm como objetivo a transformação social –a descrição–, e dessa maneira tem alcançado melhores resultados. Além disso, o vídeo-ativismo tem acompanhado a sociedade em seus diversos momentos. Segundo Mateos e Rajas aponta “a prática vídeo-ativista tem estado sempre muito vinculada às condições e aos meios de produção, e estes fatores têm estado e seguem estando em contínua transformação, fazendo possíveis em cada momento diferentes poéticas de representação audiovisual” (2014, p. 19).

A partir desse aporte, percebemos que o vídeo-ativismo supera as limitações estéticas impostas pelos meios e pela indústria cultural. Não interessa aos vídeo-ativistas uma construção artística padronizada, e sim uma construção

narrativa que colabore com a construção da opinião pública sobre algum tema desconhecido, ou manipulado midiaticamente. A incidência de situações deste tipo é frequente, e tais materiais colaboram com a desconstrução dos mesmos.

Podemos confirmar essa ideia ao analisar os vídeos sobre a primavera árabe, produzidos por cidadãos e posteriormente aproveitados por meios de comunicação tradicionais. Nestes registros documentais, encontramos os fatos como eles são registrados da maneira como foi possível. A única preocupação é com o registro, com a produção da prova audiovisual sobre aquele tema. Trata-se de um registro cidadão realizado pelos próprios cidadãos frente aos fatos, como defendem Espiritusanto e Gonzalo Rodríguez (2011).

Mas o vídeo-ativismo antecede ao digital, e não se limita aos registros da primavera árabe ou a protestos. O vídeo-ativismo pode ser melhor elaborado, ou pelo menos mais planejado, não incidental. Para tanto, podemos considerar as investigações realizadas por Renó (2007), que apresenta dados quantitativos e qualitativos referentes à produção de vídeos por grupos cidadãos com conceitos relacionados à folkcomunicação e distribuídos pelo *YouTube*. Isso tornou-se comum desde o surgimento do canal digital. Porém, antes de sua existência, grupos populares produziam obras de ficção e documentais para o registro de suas realidades. Exemplo destas obras é uma série de vídeos produzida por um grupo do Movimento Sem-terra do Sul do Brasil, que misturavam ficção e realidade em suas narrativas. Trata-se de obras de caráter híbrido, que trazem à tona os primórdios do cinema e que apontam para uma existência constante –ainda que modesta– neste mais de um século de Sétima Arte.

3. Categorias documentais vídeo-ativistas

A partir de modelos apresentados pelos seres-meio (Gillmor, 2005), podemos decifrar algumas categorias documentais existentes. Entre os exemplos, destacam-se vídeos produzidos para refletir os conflitos no Oriente Médio durante a conhecida Primavera Árabe (Espiritusanto & Gonzalo Rodríguez 2011), além das coberturas realizadas por cidadãos comuns durante os protestos ocorridos no Brasil durante os movimentos denominados *FreePass*, em junho de 2013 (Gonçalves, Renó y Miguel, 2013). Porém, outros movimentos vídeo-ativistas ocupam parte deste espaço, ainda que não observados neste estudo.

Para entender sobre categorias, é fundamental antes esclarecer que os formatos são dinâmicos e respondem às inovações comunicacionais resultantes de iniciativas sociais ou do surgimento de alternativas tecnológicas. Para entendermos melhor, basta observar os processos de registros pessoais com os quais convivemos atualmente. O surgimento do *selfie*, ou seja, o auto-registro e o compartilhamento do mesmo, sempre existiu através de pinturas. Porém, com o advento da câmera digital (e, posteriormente, dos smartphones com câmera

frontal) esse hábito social se intensificou, a ponto de alguns lugares turísticos explorarem o *selfie* como dica ao visitante (cf. imagem 01).

Da mesma forma que o *selfie* passou a ser uma rotina com o surgimento da câmera digital, o vídeo produzido pelos cidadãos tornou-se uma realidade com esses dispositivos móveis. Luiz Fernando Santoro (1989) registra a prévia desses vídeos num momento em que o vídeo analógico proporcionou aos cidadãos uma emancipação comunicacional. A possibilidade de registrar seus momentos, criar suas histórias ou compartilhar suas inquietações sociais por imagens em movimento foi antecedida pelo cinema e por tecnologias inviáveis para um cidadão comum ou por um grupo social. Porém, com o surgimento do vídeo analógico os custos tornaram-se possíveis para estes atores sociais. Outra condição que aproximou o cidadão do audiovisual a partir do vídeo analógico foi a facilidade em operar os equipamentos.

Figura 1: Ponto de parada para Selfie em Toledo (Espanha).



Porém, com o surgimento da tecnologia digital, a tecnologia na produção de vídeo ganhou duas vantagens: qualidade no resultado final e distribuição do mesmo por meios sociais. O cidadão superou a condição de produtor, passando a ser também um distribuidor do seu próprio conteúdo. Além disso, esse conteúdo passou a contar com outro diferencial, declarado por Marc Augé (2007) como o principal: a mobilidade. O antropólogo descreve, em um de seus mais recentes estudos, o cidadão contemporâneo como um ser que tem a mobilidade como fundamentação de seu caráter. Tal leitura do cidadão contemporâneo se aproxima das propostas de Zygmunt Bauman, que define a sociedade atual como líquida (2001)

e ao mesmo tempo individualizada (2009). Essas leituras vão na mesma direção de Gillmor (2005), que descreve o desejo desses cidadãos em produzir conteúdo midiático (os seres-meio, como citado anteriormente neste texto).

As categorias que podemos considerar para compreender a produção de vídeos de caráter ativista tomam como base a proposta de Denis Renó e Elizabeth Gonçalves (2008), que apresenta, a partir de um olhar digital, uma revisão das propostas originais de Santoro (1989). Porém, tais categorias já encontram novas condições e realidades, especialmente no campo do ativismo social se considerarmos as observações de Manuel Castells (2013) sobre os movimentos sociais potencializados pelas redes sociais e pela tecnologia digital.

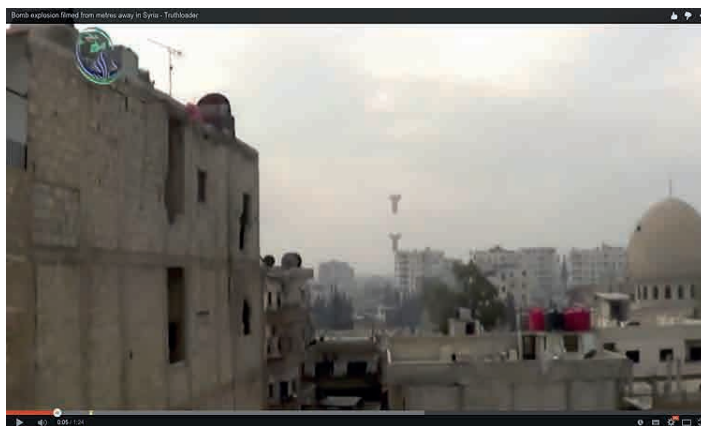
As narrativas proporcionadas pelo advento da câmera digital e dos smartphones, especialmente à produção de vídeos, reposicionam o vídeo popular. Mas o que é vídeo popular? Segundo Santoro (1989, p. 59), “uma tentativa de conceituação da expressão ‘vídeo popular’ deve partir, no nosso entender, do reconhecimento do conjunto das produções e dos modos de atuação dos grupos de vídeo junto aos movimentos populares”. Porém, esses modos de atuação foram modificados com o surgimento dessas tecnologias de registro imagético em plataforma digital, especialmente a partir de dispositivos móveis. Consequentemente, as categorias definidas por Santoro passaram por uma revisão por Renó e Gonçalves (2008, p. 9). São elas:

1. Autoscopia, que consiste em gravar reuniões de grupos populares, registrando-as, para que as mesmas possam ser assistidas e difundidas apenas entre integrantes do grupo, vetadas aos não-integrantes. Esses vídeos não sofrem processos de edição por parte dos produtores, pois trata-se de um conteúdo informativo interno.
2. Registro, que consiste na gravação de eventos ou fatos que sejam de interesse do grupo, sem se preocupar se o conteúdo passará ou não por processos posteriores de edição, como ocorre na categoria autoscopia.
3. Edição simples, com a manipulação e/ou edição de material já gravado. Isso é comum atualmente em materiais denominados *Comic* (Scolari, 2013). Desta forma, registros de fatos sociais ganham força midiática para a construção da opinião pública.
4. Documentário, quando as gravações são realizadas com um objetivo prévio –normalmente em um roteiro ou argumento–, produzindo um material com características artísticas e resultados potencializados.
5. Roteiro original, que possui uma melhor qualidade de produção que os outros tipos, inclusive o documentário. Também podemos encontrar obras de ficção, especialmente em conteúdos de cunho educativo social.
6. Suporte, que consiste na análise de outros conteúdos produzidos previamente e, a partir deste ponto, desenvolve-se um debate sobre o tema. O debate é gravado e compartilhado em meios sociais, especialmente o *YouTube*.

Porém, a partir da Primavera Árabe e do movimento *FreePass*, outras categorias podem ser detectadas, cada um com suas especificidades relacionadas ao momento em que ocorreram. A Primavera Árabe, por exemplo, aconteceu num momento em que o uso de smartphones era menos frequente e os equipamentos móveis existentes possuíam câmeras de qualidade inferior às atuais. Dessa maneira, os cidadãos utilizaram de maneira frequente câmeras fotográficas nos registros dos protestos sociais ocorridos na ocasião, sem respeitar qualquer formato estético previamente definido pelos meios comunicacionais como ideias. O que valia nesses conteúdos era o registro do fato em si, e não a arte audiovisual.

Esse tipo de registro sugere uma nova categoria de vídeos populares, denominada neste estudo como “Registro Factual”. Nessa categoria, o que importa é registrar a realidade, o fato, sem se preocupar com uma sequência narrativa ou artística. Além disso, trata-se de um conteúdo que serve como testemunha de uma narrativa maior, apesar de ser, em diversas ocasiões, a informação mais importante, essencial para o relato. O vídeo representado pela imagem abaixo acabou sendo aproveitado por emissoras de televisão de diversas nacionalidades.

Figura 2: Cidadão registra bomba caindo ao lado de seu apartamento, na Síria, pela categoria “Registro Factual”².



Outro tipo de registro que podemos encontrar nos modelos de produção popular contemporânea é a categoria aqui denominada de “Realidade em Tempo Real”. Nesse modelo, torna-se frequente o uso de aplicativos que proporcionam a transmissão via streaming, como o *Ustream*. Entretanto, tal modelo só é possível em registros a partir de smartphones. Porém, essa limitação não é um problema, já que o uso de smartphones popularizou-se nos últimos anos.

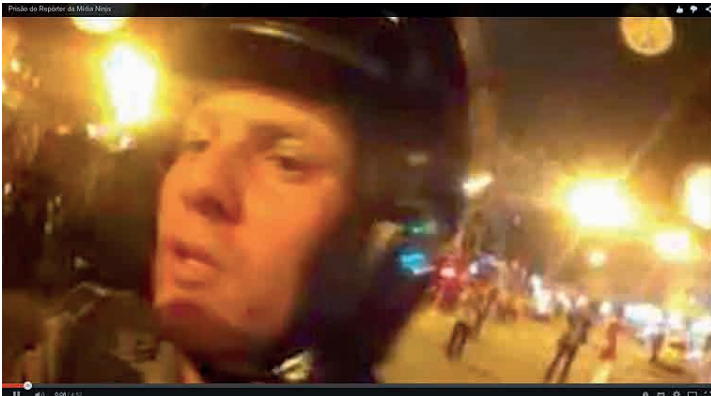
² Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=OUJoitUMBGA>. Acessado em 02/03/2015.

Figura 3: Entrevista a cidadãos com estética incomum, na Síria, também pela categoria “Registro Factual”³.



Um grupo de produção de conteúdos cidadãos que adota a categoria “Realidade em Tempo Real” é o Mídia NINJA, que ganhou popularidade no movimento *FreePass*, ocorrido no Brasil em 2013. Os vídeos eram gravados a partir de dispositivos móveis modelo iPhone conectados a um computador portátil carregado em uma mochila. Dessa maneira, os dispositivos móveis, que possuíam tecnologia de conexão 3G, tinha maior capacidade de bateria, já que o próprio computador carregava sua bateria. Esses registros também foram utilizados por algumas emissoras de televisão do Brasil, além de emissoras internacionais (Gonçalves, Renó y Miguel, 2013), mas sua circulação real ocorreu nos meios sociais.

Figura 4. Repórter Mídia MINJA transmite por Ustream a própria prisão durante protesto no Rio de Janeiro, pela categoria “Realidade em Tempo Real”⁴.



3 Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=OUJoitUMBGA>. Acessado em 02/03/2015.

4 Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=aDO6tr6kgAk>. Acessado em 02/03/2015.

Esses registros possuem uma característica única: oferecem conteúdos ativistas. Por outro lado, as estéticas adotadas são diversas e não seguem um padrão. Nem dentro de um grupo parcialmente organizado, como o Mídia NINJA, encontramos padrão estético. Apenas a abordagem é a mesma em quase todos os vídeos do coletivo, abusando da espontaneidade e da naturalidade ao conduzir a câmera. Trata-se de uma real câmera-olho, como propôs Dziga Vertov (Xavier, 1983, p. 247), “nós nos denominamos KINOKIS para nos diferenciar dos ‘cineastas’, esse bando de ambulantes andrajosos que impingem com vantagem as suas velharias”. Porém, é uma câmera-olho sem fins artísticos, e sim apoiados em objetivos cidadãos, ainda que Vertov tenha sido um cineasta intensamente ativista. Seguramente, encontraremos outras categorias entre os vídeos populares. A produção é dinâmica, assim como os processos criativos.

4. Conclusões

Ainda que seja inviável classificar todas as categorias existentes na produção de vídeos populares de caráter ativista, este trabalho oferece uma parte significativa e abrangente. Além disso, a revisão das categorias apresentadas por Luiz Fernando Santoro (1989) colabora com a reorganização classificativa desses vídeos. Porém, o mais importante é perceber a sua existência, assim como o poder midiático apresentado por eles.

Essa produção é socialmente importante, pois a atividade vídeo-ativista colabora com a justiça social e a democracia. Seguramente, se não existissem os vídeos populares, os protestos ocorridos no Oriente Médio e no Brasil, entre outros não observados neste trabalho, teriam uma condução diferente do ocorrido. Mais prisões injustas e mais violência seriam implantadas nessas localidades, assim como uma diferente construção da opinião pública por parte dos oligopólios midiáticos. Entretanto, com a circulação de conteúdos testemunhais pelos meios sociais os grandes meios perderam a força e, conseqüentemente, o poder manipulador (Gonçalves, Renó & Miguel, 2013) e a justiça social foi concretizada entre os mais interessados (Castells, 2013): os cidadãos.

Este ensaio apresenta características iniciais relacionadas ao vídeo-ativismo, mas são leituras importantes para o desenvolvimento de novos estudos. Seguramente, a partir das informações aqui apresentadas, assim como definições e valores, a pesquisa sobre conteúdos vídeo-ativista será simplificada. O desafio, agora, é manter esse olhar atualizado, pois o dinamismo criativo do vídeo-ativismo é uma realidade.

Referências bibliográficas

- Augé, M. (2007). *Por una antropología de la movilidad*. Barcelona: Gedisa.
- Bauman, Z. (2009). *A sociedade individualizada*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Bernardet, J. C. (1997). *Cineastas e imagens do povo*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Espiritusanto, O. & Gonzalo Rodríguez, P. (2011). *Periodismo Ciudadano*. Madrid: Ariel.
- Galán Zarzuelo, M. (2012). Cine militante y videoactivismo: los discursos audiovisuales de los movimientos sociales. *Revista Comunicación*, v., no. 10, 1091-1102.
- Gillmor, D. (2005). *Os seres media*. Lisboa: Pensamento.
- Mateos, C. & Rajas, M. (2014:19). *Videoactivismo: concepto y rasgos*. In Bustos, G. et al. *Videoactivismo. Acción política, cámara en mano*. Tenerife: Cuadernos Latina.
- Renó, D. (2013). *Discussões sobre a nova ecologia dos meios*. Tenerife: Cuadernos Latina.
- Renó, D. & Gonçalves, E. (2008). O vídeo popular e as novas tecnologias digitais: mudanças na tecnologia, na linguagem e no espaço. *Razón y Palabra*, 61. Disponível em http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n61/varia/porto_moraes.html.
- Renó, D. (2007). Youtube, el mediador de la cultura popular en el ciberespacio. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62, Disponível em http://www.ull.es/publicaciones/latina/200717Denis_Reno.htm.
- Scolari, C. (2013). *Narrativa transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Madrid: Deusto.
- Xavier, I. (1983). *A experiência do cinema: antologia*. Rio de Janeiro: Graal.

Información del autor

Denis PORTO RENÓ

denis.reno@faac.unesp.br

Periodista y documentalista, es doctor en Comunicación Social por la Universidad Metodista de São Paulo (Brasil), posee postdoctorado en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid (España) y postdoctorado en Comunicación y Artes por la Universidad de Aveiro (Portugal). Es profesor del programa de Periodismo de la Universidad Estadual Paulista (Brasil) y del programa de postgrado en Televisión Digital de la misma institución. Además, es profesor del programa de postgrado en Periodismo de la Universidad Estadual de Ponta Grossa (Brasil).

Movimientos sociales y acción colectiva en la sociedad red

Social Movements and Collective Action in Network Society

Movimentos sociais e ação coletiva na sociedade rede

—

Silvia LAGO MARTÍNEZ

Universidad de Buenos Aires (UBA)

—

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación

N.º 128, abril - julio 2015 (Sección Monográfico, pp. 113-130)

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

Ecuador: CIESPAL

Recibido: 11-02-2015 / Aprobado: 03-03-2015

Resumen

En los últimos años se han producido una serie de movilizaciones masivas en el mundo, y en América Latina en particular, que expresan formas contemporáneas de la política donde las tecnologías digitales e internet tienen un papel destacado. El año 2011 marca simbólicamente el comienzo de éste nuevo ciclo de protestas a escala mundial, que reconoce como antecedentes el período de luchas protagonizado por los movimientos de resistencia global un decenio atrás. Entre otras cuestiones se observa la apropiación social de internet, combinando el activismo en la calle con el activismo en el espacio virtual; una nueva estética y culturización de la práctica política; la vinculación de sus formas de acción directa y de representación a la idea de contra información (cultural y política); una composición fuertemente juvenil pero no restringida solo a un fenómeno joven; una diáspora de posiciones políticas e ideológicas.

Palabras clave: acción colectiva, protesta social, internet, redes sociales.

Abstract

A series of massive mobilizations have recently taken place world-wide and particularly in Latin America, representing contemporary political expressions that highlight the role of digital technologies and the Internet. The year 2011 has been symbolically chosen as the onset of this new world-wide cycle of protests that find precedent in global resistance movements emerged a decade ago. Some features of contemporary movements include the social appropriation of the Internet, the mixture of street activism with on-line activism, a new aesthetics and culturization of political practices, the relationship between the different types of direct action and representativeness with the notion of political and cultural counter-information, and the coexistence of a wide range of political and ideological stances.

Keywords: collective action, social protest, internet, social networks.

Resumo

Nos últimos anos tem-se produzido uma série de mobilizações massivas no mundo e na América Latina em particular, que expressam formas contemporâneas da política onde as tecnologias digitais e a Internet têm um papel destacado. No ano 2011, marca-se simbolicamente o começo deste novo ciclo de protestos em escala mundial, que reconhece como antecedente o período de lutas protagonizadas pelos movimentos de resistência global uma década atrás. Entre outras questões, se observa a apropriação social de Internet, combinando o ativismo na rua com o ativismo no espaço virtual; uma nova estética e culturação da prática política; a vinculação de suas formas de ação direta e de representação à idéia de contrainformação (cultural e política); uma composição fortemente juvenil, mas não restringida somente a um fenômeno jovem; uma diáspora de posições políticas e ideológicas.

Palavras-chave: ação coletiva, protesto social, internet, redes sociais.

1. Introducción: la red y la acción 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: las redes sociales electrónicas.

Al mismo tiempo, las múltiples y heterogéneas acciones colectivas surgidas en este nuevo milenio, expresan la visibilización de otras subjetividades y la búsqueda de novedosas formas de resistir y promover un proyecto de sociedad alternativo. Se destaca el protagonismo de los jóvenes y de los sectores subalternos, a la vez que el desencanto que producen los partidos políticos y organizaciones tradicionales, la democracia representativa y el orden económico existente, identifica las coincidencias y los objetivos de los movimientos en red.

Entre otras cuestiones que caracterizan a las movilizaciones contemporáneas se observa la apropiación social de internet, combinando el activismo en la calle con el activismo en el espacio virtual; una nueva estética y culturización de la práctica política; la vinculación de sus formas de acción directa y de representación a la idea de contra información (cultural y política); una composición fuertemente juvenil pero no restringida solo a un fenómeno joven; una diáspora de posiciones políticas e ideológicas.

Internet y las tecnologías digitales, en particular las redes sociales, permiten expandir y visibilizar a los movimientos pero también contribuyen fuertemente a la constitución y consolidación de las organizaciones, generando nuevas condiciones para el activismo social y político.

Por otra parte, se profundiza el proceso de politización de la cultura con una estética particular que continúa la línea de los movimientos globales de fines de los '90 y 2000. Compartimos con Brian Holmes 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 complementarios a la acción directa y con internet se despliegan produciendo uno de los grandes cambios que han transformado las posibilidades del activismo político (Holmes, 2005, p. 226).

Al mismo tiempo, y paradójicamente, se produce la ocupación de los espacios públicos en una suerte de territorialización de la política. Harvey (2012, p. 171), 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 la lucha de clases. Las plazas centrales simbólicas de la ciudad postindustrial aparecen como escenarios de imposición de un orden hegemónico y las mismas son ocupadas para la movilización social. Señala, además, que 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.

Para el desarrollo de este artículo se consideran como antecedentes los avances producidos en nuestras investigaciones¹, donde estudiamos a movimientos de resistencia global y a colectivos culturales y de comunicación que desarrollaron una actividad sostenida en el terreno audiovisual y comunicacional durante las últimas dos décadas en Argentina (Lago Martínez, Marotias A., Marotias L. & Movia, 2006; Lago Martínez, 2012).

2. Mundialización de la protesta: movimientos internacionales

En la década de los 1990 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 y en 1999 la “batalla” de Seattle marca el comienzo simbólico de las sucesivas movilizaciones de carácter global denominadas por sus actores “contra cumbres”.

Este fenómeno 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 algunas de las reivindicaciones que sostenían los activistas.

El movimiento (o red de organizaciones en movimiento) era sumamente heterogéneo y estaba compuesto por un abanico de organizaciones, desde ONG cristianas hasta grupos anarquistas, pasando por colectivos 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, p. 401). 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. Esta experiencia de una comunicación en tiempo real, desde cualquier punto del planeta, involucró un

1 Se refiere a las investigaciones “Internet, cultura digital y contrahegemonía: nuevas formas de intervención militante”, “Internet: un nuevo campo para la acción colectiva” y “Política y creatividad social: nuevos escenarios en la cultura digital”, llevadas a cabo entre los años 2005 y 2013, bajo la dirección de Silvia Lago Martínez en el Instituto Gino Germani, con acreditación y financiamiento de la Universidad de Buenos Aires.

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 (Lago Martínez et al., 2006, p. 43).

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 –con énfasis en la oposición a la explotación de los recursos naturales– 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.

3. Los movimientos globales y la intervención política

Cabe señalar algunas de las características de los movimientos globales de fines de la década del '90 y la de 2000, éstas son: 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, 2008, p. 103).

Fotografía 1. Protesta contra el ALCA, Ciudad de Buenos Aires, abril 2001.



Fuente: Registro propio en la acción de protesta.

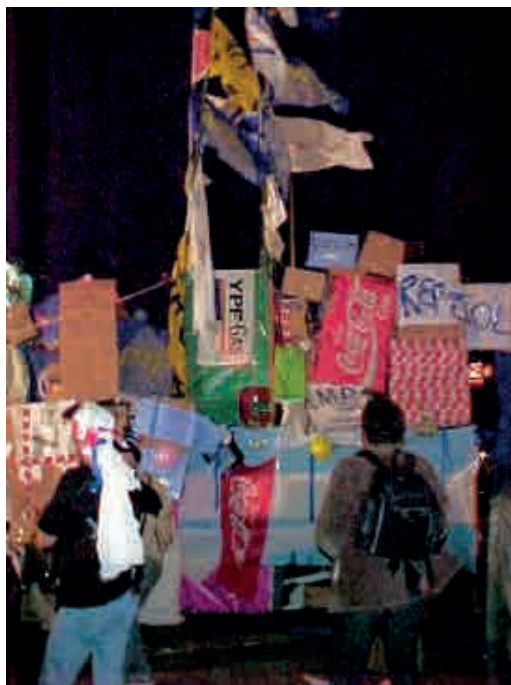
Se adoptan consignas, logos y colores, que hacen a las características globales y universales de su lucha.

“Estamos en todas partes; Los días de acción global; ¡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 Foro Social Mundial (FSM) alcanzó un enorme impacto en la opinión pública mundial gracias a la creación de una red de comunicación alternativa en sus inicios 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).

Fotografía 2. Carnaval anticapitalista. Día de Acción Global. Ciudad de Buenos Aires, septiembre de 2000.



Fuente: Registro propio en la acción de protesta.

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.

Este ciclo de luchas de alguna manera va declinando en virtud de la criminalización que se produce sobre los activistas. Las consecuencias de los atentados del 11 de septiembre de 2001 (11-S), cometidos en los Estados Unidos, tienen gran parte de la responsabilidad. Los activistas fueron acusados de terrorismo y la prensa internacional comienza 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 DETENER LA GUERRA ES POSIBLE.

4. 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, p. 20), se producen diversas rebeliones en el mundo: los grupos 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 on-line y offline son difusas en éstas formas de intervención política.

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

Como ejemplo, Feixa Pàmpols, Sánchez García & Nofre Mateo (2014, p. 91) señalan que la ciudad de Barcelona en las últimas dos décadas ha *sido una de las capitales mundiales del movimiento alterglobalización*. Para fundamentar esta caracterización observan cinco acontecimientos protagonizados por un activismo político juvenil, cuatro de ellos preceden a la movilización del 15M (llamado movimiento de *indignados* español) que los autores caracterizan de naturaleza altercapitalista. Estos son: contra cumbre del Banco Mundial en Barcelona (2001); protestas contra la Guerra de Irak (2003); movimiento estudiantil anti-Bolonia (2008-2009); los jóvenes en la huelga general en España (2010); movimiento de

los indignados (2011). Estas experiencias se encuentran fuertemente conectadas con la memoria colectiva de resistencia político-social, donde las acciones de resistencia global han contribuido.

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 apropiación de las tecnologías digitales para la actividad política.

Los recursos utilizados en los 1990 y gran parte de 2000 eran fundamentalmente el correo electrónico, listas de distribución, blogs y 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.

Fotografía 3. Manifestantes del movimiento ‘Ocupa Wall Street’, en el área de coordinación de noticias instalado en el parque Zuccotti de Nueva York, Octubre, 2011.



Fuente: Foto de JOHN MINCHILLO (AP). Recuperado de <http://www.cubadebate.cu/fotorreportajes/2011/10/03/en-fotos-los-indignados-de-nueva-york-la-protesta-se-extiende/#.VP4VyKROzcc>.

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, 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, 2012).

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

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: a) 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; b) esta conexión incluye redes sociales on-line y offline, redes sociales ya existentes y otras formadas durante las acciones del movimiento; c) los movimientos son virales, siguiendo la lógica de las redes de internet; d) se llevan adelante 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; e) los movimientos son locales y globales a la vez; f) el poder de las imágenes, YouTube es una de las herramientas de movilización más poderosas; g) papel decisivo de la comunicación en la formación y práctica de los movimientos (Cfr. Castells, 2012, pp. 212-218).

Las peculiaridades de estos movimientos y de su acción colectiva no son tan diferentes de las que reconocíamos para una década atrás, 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 (2012, p. 219), *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: 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, en comunidades de significados y de proyectos con posibilidad de entrar en diálogo con otros (Rueda, 2012, pp. 113-114). 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, dividen el mismo espacio.

La impronta local, es decir los problemas específicos de cada país o ciudad, surge con más fuerza que en las causas de los movimientos de resistencia global, pero lo que tienen de semejantes son las técnicas y las formas de movilizar, y el sentido global de sus reivindicaciones.

5. El control de internet y el hacktivismo

Una de las cuestiones que preocupa a los activistas se vincula con 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 lo 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.

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 sorprendidas 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. Los hackers (o el término hacker) tienen 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, la misma se atribuye a los medios de comunicación.

La red Anonymous es la más conocida globalmente por sus ciberataques, 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 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 cualquier protesta de Anonymous y 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.

Los activistas de Anonymous al principio solo desarrollaban 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 ofreció una imagen polivalente para ocultar su identidad.

6. Los movimientos y la protesta en América Latina

En la región latinoamericana los movimientos sociales tienen una larga historia, la intervención política 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 última puede ser autoconvocada por los ciudadanos o no tanto, puede emerger desde las redes sociales o de redes sociales ya existentes y otras formadas durante las acciones del movimiento, en cualquier caso esta conexión incluye redes sociales on-line y offline.

6.1 Movimiento estudiantil chileno

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 difundidas por YouTube incansablemente.

El movimiento se fue consolidando a través del tiempo, aunque no necesariamente surge en la red, ésta le brinda infinitas posibilidades para sus acciones y la distribución de las mismas, así como también para mostrar al mundo la violenta represión de las fuerzas de seguridad.

En este sentido es interesante citar fragmentos del relato de estudiantes chilenos que entrevistamos en nuestro trabajo de campo².

Benjamín, estudiante de Ciencia Política en Santiago de Chile, menciona que las consignas principales que definen al colectivo estudiantil en el cual participa son *educación popular, tierra y rebeldía*. Cada uno de los términos tiene su

2 Las entrevistas fueron realizadas por Sheila Amado, Anahí Méndez y Juan Basanta, integrantes del equipo de investigación, en octubre del año 2013.

significado: *educación popular*, porque el sistema educacional está en manos del empresariado y “*lo que hace es fomentar relaciones sociales capitalistas en el plano reproductivo e ideológico*”; la tierra, “*en el sentido que nosotros reivindicamos el control comunitario y también haciéndole un gesto de respeto y de asumir su lucha como propia a la del territorio mapuche*”; rebeldía “*es una invitación a la acción, a deshacer el orden establecido, a la esperanza y a la lucha*”.

En relación con el uso de las tecnologías digitales comenta:

A nosotros en particular nos sirvió mucho el Fotolog en el 2006 porque se posteaba en todos los muros –en todos lados– las manifestaciones y eso nos sirvió para la comunicación territorial [...] y en el 2011 hubo otro estallido: el Facebook. Esto nos ha obligado a desarrollar otras técnicas como audiovisuales, difusión de grupos de música que en realidad trabajaban con nosotros y lo audiovisual sirve para difundir ideas más allá de lo consignatario [...] Ahora sí es parte de la agenda de propaganda de nosotros, [...] Facebook en particular nos sirve para sortear las barreras que ponen los medios de comunicación... (Benjamín. Entrevista personal N° 1. Octubre de 2014)

También señala que el activismo por internet se complementa con la discusión territorial, con el *cara a cara*, y que a través de Facebook se respalda con información más detallada, más atractiva y didáctica. Pero agrega que en las movilizaciones hay que jugarse y poner el cuerpo, habida cuenta de la violenta represión que sufrieron los estudiantes:

... recuerdo que una vez me agarraron a botacazos adentro de la Universidad, me sacaron inconsciente de allí; a otros los atropellaron las motos de carabineros, a compañeros nuestros les han llegado perdigones, de hecho la Universidad ha llegado a estar absolutamente llena de gases lacrimógenos... (Benjamín. Entrevista personal N° 1. Octubre de 2014)

Felipe, estudiante de Antropología en la Ciudad de Arica, nos relata que la primera consigna que levantaron los estudiantes fue el “fin a la educación de mercado, el fin de los sistemas de crédito abusivos, el fin del filtro de selección” y con el paso del tiempo las organizaciones fueron instalando la demanda de la educación gratuita. Agrega:

Las redes sociales como Facebook es lo más masivo [...] desde mi experiencia me causa mucha impresión, se toma la Universidad por las redes sociales, nos juntamos a esta hora para tomar la Universidad por Facebook. Poderosa herramienta [...] es como que se puede crear una realidad virtual, una realidad paralela a lo que pasa en la calle, a lo que pasa en el movimiento social [...] recuerdo particularmente la primera protesta que fue una velatón³, que forma parte de las expresiones artísticas

3 Una velatón es prender velas en la noche significando una educación de luto porque no hay educación

callejeras, la no violencia, pero los chicos están haciendo la velatón y en eso llega un carro lanza agua y nos tira agua, por la otra calle entra un zorrillo, que es el que lanza el gas lacrimógeno y tira una tonelada de gas lacrimógeno y se reprime. (Felipe. Entrevista personal N° 2. Octubre de 2014)

Felipe remarca que todo se discute por Twitter y Facebook pero que el momento de la marcha es sólo el momento de la marcha. Se trata de un recorte espacial y temporal de la discusión política que las redes sociales agudizan en el devenir del movimiento social.

Con todo, los jóvenes colocaron el problema en la agenda pública y obligaron a los candidatos a las presidenciales de Chile en el año 2013 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 actual presidenta Michelle Bachelet. En este momento el movimiento estudiantil se encuentra en un impasse a la espera de las propuestas de la mandataria.

Fotografía 4. Mural pintado por los estudiantes en la Universidad Central. Santiago de Chile, octubre 2013



Fuente: Registro propio.

6.2 #YoSoy132 de México

Por su parte, el colectivo #YoSoy132 surge el 11 de mayo de 2012 en un acontecimiento inesperado en la Universidad Iberoamericana (una de las más costosas del país), en Ciudad de México⁴. También es un movimiento de base estudiantil que se articula a través de ocho principios generales: apartidista, pacifista, incluyente y plural, de carácter político y social, autónomo y responsable,

pública.

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

promueve la libertad de expresión y el compromiso en la construcción del país y la transformación de su sociedad, y rechaza a la falsa democracia y las imposiciones.

Los medios de comunicación masivos mexicanos son sus principales 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.

Massimo Modonesi (2014, pp. 136-139), intentando establecer lazos entre los activistas del #YoSoy132 y el movimiento zapatista, advierte que “con la aparición del Movimiento #YoSoy132 en 2012, se hace evidente el desdibujamiento del zapatismo en las identidades políticas juveniles y estudiantiles en México”. Esta nueva generación de activistas no buscó vincularse con el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) signando el fin del ciclo de la generación zapatista y el inicio de una etapa post zapatista de movilización y politización juvenil y universitaria. Si embargo señala que “en la medida en que el zapatismo anunció y marcó un giro en los formatos de la acción colectiva, que posteriormente se generalizaron en el ciclo abierto por los movimientos altermundistas, no dejan de encontrarse elementos de continuidad”. Agrega que se asiste a un redimensionamiento del zapatismo que da cuenta de su contracción a la dimensión indígena comunitaria y culmina advirtiendo que la articulación alcanzada por el movimiento #YoSoy132 se fue diluyendo entre el 2012 y el 2014, fuertemente reprimidos y criminalizados.

Fotografía 5. Protesta del Movimiento #Yosoy132. México DF, junio 2012



Fuente: recuperado de http://eleccionesmexiquenses.blogspot.com.ar/2012_06_01_archive.html.

6.3 La protesta social en Brasil y Argentina

Las manifestaciones en Brasil pueden encontrar un punto inicial en los actos de Porto Alegre, en 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. Las mismas fueron creciendo cada vez más a medida que se fueron incorporando otras demandas, como la oposición a los espectaculares gastos que demandaron la realización del campeonato mundial de fútbol, en detrimento de las inversiones en salud, educación, transporte, etc. Estas protestas fueron convocadas por el autodenominado Movimiento #Noalacopa.

La crítica se formula en contra de la forma como el gasto público se realiza, contra la calidad de los servicios públicos y la corrupción de los funcionarios, a la vez que se reclama por nuevas formas de habitar la ciudad, de su uso y apropiación.

Las protestas movilizaron más de un millón de personas y las redes sociales fueron la clave, así como también se manifestaron mediante formas estéticas y artísticas de intervenir la ciudad con murales y grafitos, *carnevalización* de la protesta y acciones performáticas que recuerdan las formas de representación de los altermundialistas.

Fotografía 6. Protestas y Movimiento #Noalacopa, Río de Janeiro, junio 2013



Fuente: Foto AP recuperado de <http://www.laopinion.com/indignados-protestas-sao-paulo-brasil>.

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 Fernández y que 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, #8ª, #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.

7. Conclusiones

El año 2011 marca simbólicamente el comienzo de éste ciclo de protestas a escala mundial, con la primavera árabe y los indignados de España, luego Occupy Wall Street.

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 que en décadas anteriores.

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. Incluso algunos especialistas denominan a éstos 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. Existen también colectivos de indígenas, de trabajadores, de la diversidad sexual, de migrantes, de campesinos, de centros culturales, entre muchos otros, que son activos protagonistas de los conflictos y movilizaciones en sus territorios de acción específicos.

La ola de movilizaciones recuerda a los estallidos de la contracultura y contra la guerra en el '68 y tiene como antecedente 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, los partidos políticos 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 elites 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 política de un modo que ya no tiene vuelta atrás.

Referencias bibliográficas

- Castells, M. (2012). *Redes de Indignación y esperanza*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2000). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, Tomo 2. México: Siglo XXI.
- Feixa Pàmpols C., Sánchez García J. & Nofre Mateo J. (2014). Del altermundialismo a la indignación. Cronotopos del activismo político juvenil en Barcelona. *Nueva Sociedad*, 251, 87-99.
- Harvey, D. (2012). *Ciudades Rebeldes. Del derecho a la ciudad a la revolución urbana*. Madrid: Ediciones Akal.
- Holmes, B. (2005). Estéticas de la igualdad. Jeroglíficos del futuro. *Brumaria*, 5, 225-241.
- Lago Martínez, S. (2012). Comunicación, arte y cultura en la era digital. En S. Lago Martínez (comp.) *Ciberspacio y Resistencias. Exploración en la cultura digital* (pp. 123-141). Buenos Aires: Hekht.

- Lago Martínez, S. (2008). Internet y cultura digital: la intervención política y militante. *Nómadas*, 28, 102-112.
- Lago Martínez, S., Marotias A., Marotias L. & Movia G. (2006). *Internet y lucha política*. Buenos Aires: Capital Intelectual.
- Modonesi, M. (2014). Postzapatismo. Identidades y culturas políticas juveniles y universitarias en México. *Nueva Sociedad*, 251, 136-152.
- Rueda Ortíz, R. (2012). Ciberciudadanías, multitud y resistencias. En S. Lago Martínez (Comp.) *Ciberespacio y Resistencias. Exploración en la cultura digital* (pp. 101-121). Buenos Aires: Hekht.
- Wallerstein I. (2004). El Foro Social Mundial está en la encrucijada. *América Latina en Movimiento*, 385-386, *Foro Social de las Américas*, ALAI. Recuperado de <http://www.rebelion.org/noticias/2005/1/10590.pdf>.

Información de la autora

Silvia LAGO MARTÍNEZ

slagomartinez@gmail.com

Es profesora de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA) e investigadora del Instituto Gino Germani donde co-dirige el Programa de Investigaciones sobre la Sociedad de la Información. Realizó estudios de posgrado en Políticas y Gestión de la Ciencia y la Tecnología en la UBA. En su trabajo académico y de investigación desarrolla varias líneas en el tema Tecnología y Sociedad, entre ellas la apropiación de tecnologías digitales de los movimientos sociales y su relación con la conformación de nuevos espacios de intervención política.

Comunicación y democracia en el siglo XXI: el reto de la formación

*Communication and Democracy in the Twenty-First Century:
The challenge of formation*

*Comunicação e Democracia no Século XXI:
O desafio da formação*

Raisa URRIBARRI

Universidad de Los Andes, Venezuela

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 128, abril - julio 2015 (Sección Ensayo, pp. 133-147)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 11-02-2015 / Aprobado: 03-03-2015

Resumen

Este ensayo presenta un panorama acerca de los cambios ocurridos en la relación comunicación, tecnología y política en los albores del Siglo XXI y propone una reflexión en torno a los desafíos que introduce el advenimiento de un medio que, como la internet, permite la interacción y la visibilización de movimientos, prácticas y discursos sociales antihegemónicos. Con base en una lectura de corte hermenéutico, alejada de la simplificación bipolar y fundada en las nociones gadamerianas de horizonte, formación y diálogo, se destaca la centralidad de la escucha como base para la construcción de sociedades genuinamente democráticas.

Palabras clave: comunicación, democracia, diálogo, escucha, política, tecnología.

Abstract:

This paper presents an overview about the changes in the relation between communication, technology and politics in the twenty-first century. It proposes a reflection on the challenges introduced by the advent of a medium such as the Internet, which allows interaction and the visibility of counter-hegemonic movements, practices and discourses. Based on a hermeneutic reading, away from the bipolar simplification and founded on gadamerianas notions of horizon, formation and dialogue, highlights the centrality of listening as a basis for the construction of genuinely democratic societies.

Keywords: communication, democracy, dialogue, listening, politics, technology.

Resumo:

Este artigo apresenta uma visão geral sobre as mudanças na relação entre comunicação, tecnologia e política no século XXI. Ele propõe uma reflexão sobre os desafios introduzidos pelo advento de um meio como a Internet, que permite a interação e a visibilidade dos movimentos contra-hegemônicos, práticas e discursos. Com base em uma leitura hermenéutica, longe da simplificação bipolar e fundada em gadamerianas noções de horizonte, formação e diálogo, destaca a centralidade da escuta como base para a construção de sociedades verdadeiramente democráticas.

Palavras-chave: comunicação, a democracia, o diálogo, a escuta, a política, a tecnologia.

1. Introducción¹

El tránsito del Siglo XX al XXI ha sido explosivo. La desaparición del socialismo real, el quiebre de la confrontación este-oeste, la crisis de legitimidad de las formas de ejercicio político tradicional (declive de los partidos, gremios y sindicatos), la emergencia de liderazgos asociados a la llamada antipolítica, son –en conjunto y por separado– hechos que han contribuido a crear un clima de perplejidad social.

La sociedad en su conjunto se percibe hoy desorientada, sin referentes y golpeada por los efectos de la pobreza. La inseguridad, el desempleo, la inflación, la corrupción y el deterioro de los servicios públicos, entre otros, son signos que denotan la baja calidad de vida de las grandes mayorías que progresivamente y cada vez con más fuerza hacen sentir sus demandas, en busca de lo que Thiebaut ha llamado “otro entendimiento de la organización social” (Sahú, 2002, pp. 1-2).

Es en esta tierra fértil, pero devastada, en la que cobran vida los movimientos sociales y colectivos que, según Melucci (citado por Huesca, 2001) adoptan nuevas formas de interacción y organización ubicadas en la dimensión simbólica para responder a los problemas emergentes de la sociedad contemporánea.

En la última década del siglo XX el cambio que implicó el advenimiento de la internet supuso una explosión del fenómeno en términos de la visibilización de los discursos de grupos e individuos que, tradicionalmente, no se encontraban mediáticamente –ni políticamente– representados. Los primeros eventos de este tipo que ganaron notoriedad fueron el Movimiento Zapatista (México, 1994) y, posteriormente, las manifestaciones del Movimiento Antiglobalización que se produjeron en Ginebra (1998) y Seattle (1999).

Gracias a una tecnología entonces emergente, la internet 1.0 (básicamente correo electrónico, listas de correos, sitios web), estos movimientos logran articularse como una red de comunicación alternativa global (Muniz, 2007) con el fin de impulsar acciones conjuntas como la que podría considerarse el primer ejemplo de *insurgencia cívica* a través de internet durante el intento de golpe de Estado soviético de 1991, cuando todos los medios de comunicación rusos, excepto los grupos de noticias Usenet, fueron cerrados por el gobierno.

De esa interconexión casi planetaria surgió lo que Wolton (2006) llamó una información militante que actúa en el plano global, la cual acoge como presupuesto el que las tecnologías de información y comunicación (TIC) pueden potenciar su incidencia política.

En los albores del siglo XXI, desde Moldavia e Irán hasta México, pasando por Túnez, Egipto, España e, incluso, por Estados Unidos, han sido notorias las protestas sociales articuladas, potenciadas, por y en la red. Ya en el año 2001 algunos estudiosos comenzaron a reflexionar sobre los efectos de internet en

1 Este texto está basado en uno de los capítulos de la Tesis Doctoral de la autora titulado: *La comunicación alternativa en la Sociedad de la Información: Una lectura hermenéutica de la situación venezolana*. Universidad de Los Andes, 2012. Para su realización recibió el financiamiento del Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico, Tecnológico y de las Artes de la ULA bajo el código No. NURR-H-537-13-09-B.

la democracia. Dos preguntas claves emergieron entonces: ¿Aumenta el uso de internet la deliberación, la participación y la incidencia en los asuntos públicos? ¿Fortalece la democracia?

2. La sociedad digital

La sociedad digital es compleja. Paradójicamente es, al mismo tiempo, símbolo de libertad y concentración industrial sin igual. Por un lado, los medios de comunicación pasan por un proceso de concentración de la propiedad e integración gracias a la digitalización; pero, por el otro, la misma tecnología, con internet a la cabeza, facilita el acceso democrático a la comunicación y a la interacción.

De acuerdo con Benkler (2006), gracias a la emergencia de una vibrante ciberesfera, una mayor cantidad de ciudadanos anónimos tiene la oportunidad de interactuar y de generar atención en torno a temas de su interés, de modo tal que se incluyan en la agenda mediática y política de una sociedad.

El principal efecto de Internet sobre la esfera pública es la producción de información por parte de nuevos actores: individuos que trabajan solos y en cooperación con los demás y asociaciones más formales, como las ONG, al margen de los medios de comunicación tradicionales [...] un número muy grande de nuevos emisores se ven como posibles contribuyentes al discurso público y como actores potenciales en los ámbitos políticos, en lugar de receptores pasivos de información mediada [...] La esfera pública en red permite a los individuos y grupos políticamente comprometidos desempeñar el papel tradicionalmente asignado a la prensa en la observación, análisis y creación de relevancia política en los asuntos de interés público. (Benkler, 2006, p. 220) (Traducción propia).

Autores como Hindman (2008), por el contrario, arguyen que si bien existe mayor capacidad de habla y relacionamiento entre los ciudadanos esto no asegura que sus demandas sean atendidas. El aumento de la participación en la esfera pública a través de la red es, de acuerdo con este autor, un mito. Es cierto, concede Benkler (2006), que solo algunos de estos nuevos emisores son escuchados por muchos, pero las nuevas plataformas permiten la creación de grupos de afinidad que revisan, filtran, acreditan y sintetizan información de actualidad o de interés. Estos grupos constituyen una gama enorme de personas que pueden impactar grupos más amplios y, en última instancia, a las organizaciones políticas sin tener que pasar por aquellos que aún controlan el flujo de información, es decir, por los medios masivos.

En la dirección que señala Benkler (2006) es posible detectar un fenómeno relevante: la llamada *infocidadanía*, vale decir, la expresión de una identidad política virtual que se entrecruza con la que el ciudadano ya posee en los espa-

cios fuera de línea, pero que expande sus alcances (Puyosa, 2008). Según Varela (citado por Rojano, 2009), el activismo social o la vocación de intervenir en la realidad desde la conversación virtual es uno de los rasgos más importantes y distintivos de este nuevo espacio.

3. Medios digitales, redes sociales y política

No cabe lugar a dudas. Los cambios ocurridos en los sistemas de comunicación han impactado con fuerza la esfera política. Como ha señalado Fernández (2011, p. 39):

Hace ya algunos años, una importante firma consultora identificó una tendencia con implicaciones globales: un adulto típico veía el doble de TV que su hijo adolescente, y éste a su vez pasaba seis veces más tiempo en la Red que el padre. Ese indicador, tan simple y a la vez tan poderoso, nos describe un patrón de consumo de la información que alterará drásticamente toda la comunicación que hasta ahora habíamos conocido, con implicaciones muy claras en el mundo de la información, el mercadeo y la política.

Estudios como los de Manrique (2011) muestran que el uso de internet comienza a ser relevante en el ámbito político latinoamericano. En una encuesta realizada a principios del año 2011 en la zona metropolitana de Lima se detectó que:

Un 56,2% de los consultados la utiliza para informarse o para formarse una opinión acerca de temas políticos. Usan la red de redes para discutir o para ponerse en contacto con personas que les interesan políticamente un 32,3% de los usuarios, y quienes manifiestan haber participado o participar actualmente en campañas políticas, de defensa de los DDHH, ecológicas o en otro tipo de activismo ascienden a un 16,6%. (Manrique, 2011)

La incidencia de los nuevos medios se percibe en diversos ámbitos políticos, incluido el de las protestas populares que son las que han llevado el tema a ser foco de atención internacional. Aunque con las ocurridas en Moldavia e Irán y, posteriormente, con las manifestaciones que desembocaron en la caída de los regímenes de Túnez y Egipto a principios de 2011, la causalidad entre el uso de los medios digitales y la explosión de los movimientos sociales cobró relevancia; su impacto aún no está claro y es objeto de polémica.

Como relata el sociólogo Manuel Castells (2011a), el proceso en Túnez siguió la siguiente pauta:

Un hecho dramático desborda la indignación, suscita manifestaciones que reprime la policía y de inmediato las imágenes de represión y los mensajes de protesta se

difunden en las redes sociales amplificando el movimiento hasta que los medios de comunicación no controlados por el Gobierno informan y retransmiten las imágenes y mensajes que cuelgan los manifestantes en YouTube y otras webs. Conforme se difunde la protesta, se activan las redes móviles, los SMS, los twitts y las páginas en Facebook y otras redes, hasta construir un sistema de comunicación y organización sin centro y sin líderes, que funciona con suma eficacia, desbordando censura y represión.

Según el investigador, la de Túnez fue “una revuelta cogenerada sin estrategia central” (Castells, 2011b) impulsada por un nuevo sistema de comunicación construido como mezcla interactiva y multimodal entre televisión, internet, radio y plataformas de comunicación móvil. Sin esa nueva forma de comunicación –asegura– que permitió la interacción y expuso al mundo las protestas, la revolución tunecina no hubiera tenido las mismas características: su espontaneidad, la ausencia de líderes, el protagonismo de estudiantes y profesionales, junto con los políticos de la oposición y los sindicatos jugando un papel de apoyo cuando el proceso estaba en marcha, gracias al protagonismo de los nuevos emisores que semanas después hicieron eclosión en Egipto. Este acontecimiento, destaca González-Quijano (2011, p. 116), “le otorga una dimensión inédita a la política”.

Existen divergencias de criterio en torno al efecto real de los nuevos medios en las protestas populares, sobre todo en las ocurridas en países en los cuales el acceso a internet, paradójicamente, es restringido y vigilado. Sin embargo, la opinión más extendida y aceptada es que estas no funcionan como disparadores sino que contribuyen a potenciarlos. Aunque no sea posible establecer causalidades entre el impacto real de los nuevos medios en las protestas populares, es innegable que estos constituyen una valiosa herramienta en manos de los ciudadanos que confrontan hegemonías.

Autores como Morozov (2011) sin embargo sostienen que por sí misma internet no provee ningún tipo de ventajas a los activistas sociales; de hecho, como ha resultado obvio en demasiados contextos, afirma, es evidente que aumenta el poder de los fuertes y reduce el poder de los débiles². Los gobiernos –ha advertido McLaughlin (2011)– pueden censurar, pagar a falsos comentaristas para que redirijan la conversación hacia donde les interesa y espiar a los opositores. Esto último constituye la forma de control más efectiva para los Estados y la más peligrosa para los activistas, pues cuando arrestan a alguien de forma arbitraria, envían la señal de que el activismo en las redes sociales te puede causar problemas.

En las redes sociales, ha observado Rincón (2011), quien estudió la campaña electoral colombiana del año 2010, se pueden contratar a usuarios fantasmas para atacar, crear ruido y organizar campañas sucias. Cuando no se tienen

² Traducción propia de: *All by itself, however, the Internet provides nothing certain. In fact, as has become obvious in too many contexts, it empowers the strong and disempowers the weak.* (Morozov 2011, p. 17).

ciberactivistas, se puede pagar a unos cuantos para crear una ola digital negativa para el contrincante y a favor de su rival. Así, la red es tan efectiva para convocar como para destruir.

A pesar de estas consideraciones, los hechos parecen indicar que la ampliación del acceso a la internet pone a los regímenes autoritarios en una seria disyuntiva. En el año 2008 la penetración de internet en Egipto era del 13 %. Al año siguiente casi se duplicó. Según el informe de la organización Freedom House (2011), como otros gobiernos de corte autoritario, el egipcio, a la par que desarrolló políticas dirigidas a ampliar el acceso se ocupó de mantener una vigilancia constante sobre el uso que se hacía de sus servicios para la difusión de información política sensible. Métodos como la intimidación, los procedimientos legales poco transparentes, las detenciones arbitrarias y la misma vigilancia a los activistas en línea, constituyen prácticas cotidianas en el país africano.

El patrón que se sigue, parece ser este: con el interés de brindar y mantener una fachada democrática, los gobiernos de corte autoritario optan en un primer momento por el acoso y la intimidación a los discolos usuarios, pero cuando ya la espiral se desborda, viene el bloqueo. En el caso egipcio, esto fue evidente. Al iniciarse las revueltas, tanto Twitter como Facebook fueron bloqueados y, posteriormente, todos los accesos a la internet fueron suprimidos³.

Comprender el impacto que ocasionan las innovaciones tecnológicas en la sociedad resulta una tarea compleja. Lo que aún vemos prevalecer son posiciones encontradas que conducen a un campo binario o bipolar; no obstante, parece haber coincidencia en que la internet constituye una nueva arena de disputa que se mueve bajo los pies de quienes se valen de ella tratando de controlarla:

Más allá de la actualidad, en realidad toda la historia del activismo político árabe en Internet pone de manifiesto que los espacios de libertad abiertos por los avances técnicos y explotados de inmediato por los “ratones” militantes son rápida e inexorablemente vueltos a cerrar por los “gatos” de los servicios especializados de represión (entre los cuales, por lo demás, se observa la creación de respuestas en función de las nuevas necesidades, es decir, cuando el poder toma conciencia de las nuevas amenazas contra su estabilidad). Sin embargo, aunque las múltiples técnicas de control o de represión pueden progresar de manera incesante, guardan por definición un tiempo de retraso respecto de las innovaciones de las que los militantes se apoderan rápidamente. (González-Quijano, 2011, p. 117).

Es por ello que el libre acceso a esta plataforma se ha convertido en un asunto crucial, tanto que el Consejo de Derechos Humanos de la Organización de las Naciones Unidas lo declaró un derecho humano. En su reporte al Consejo del año 2011 (La Rue, 2011) el Relator Especial sobre la promoción y protección

3 En Labovitz (2011), se encuentra un gráfico que recoge el tráfico de datos y, finalmente, el cese de la conectividad en Egipto durante dos días: 27 y 28 de enero de 2011.

del derecho a la libre opinión y expresión enfatizó que la promoción del uso de internet debía ser una prioridad para los Estados, pues éste no solo permitía a los individuos ejercer su derecho a la libre opinión y expresión, sino también otros derechos humanos y sociales.

4. La actuación en red: un potencial para la política

Con estos elementos como referencia adentrarse en la web social es un asunto complejo, pues en ella coexisten manifestaciones de diversos tipos; sin embargo, en cuanto a la política, es posible apreciar la potencialidad de los medios digitales para la difusión de discursos alternativos.

¿Qué impacto podría tener el nuevo entorno digital en los cambios políticos? Existen divergencias en torno a la eficacia de internet como una palanca para la democracia. No solo se cuenta con las advertencias de Morozov (2011), sino con las de Esfandiari (2010) y Gladwell (2010), quienes además señalan algo clave: la red, por sí sola, no proporciona la organización o el compromiso sostenido que son necesarios para lograr cambios trascendentes y de fondo.

Hace más de una década ya lo advertía Gómez (1998): se corre el riesgo de que las redes de comunicación electrónica (era el término de uso) no nos conduzcan al fortalecimiento de la esfera pública ni a la democracia, sino que contribuyan con su debilitamiento gracias a la proliferación de múltiples comunidades de interés, estrechamente enlazadas entre ellas, pero –paradójicamente– desconectadas del tejido social real, cotidiano.

La potencialidad de estas redes, o la actuación en red, según Miel (2008), depende de que estén vinculadas con organizaciones sociales ya existentes, y llama la atención sobre lo esencial: lograr que los ciudadanos participen. Y ello no depende solo de la tecnología: se trata de política.

5. Tendencias e interpretaciones

Los cambios que ocasionan las innovaciones tecnológicas no son definitivos; sin embargo, las tendencias que comienzan a emerger constituyen el salto más importante que pueda haber ocurrido en las relaciones sociales en varias décadas. No podía ser de otra manera cuando lo que se está transformando –gracias a estas nuevas tecnologías– es la forma en que nos comunicamos.

A escala internacional, la comunidad académica ha hecho esfuerzos importantes para medir –hablamos de estudios cuantitativos– el impacto del uso de las TIC en la sociedad, especialmente en la economía. De la misma forma, los gobiernos del mundo se han comprometido a fomentar el desarrollo de una Sociedad de la Información dentro de las fronteras de cada país. La *Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información*, promovida por la Organización

de las Naciones Unidas (ONU), y gestionada por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), celebrada en dos fases (Ginebra, 2003; Túnez, 2005), representó un esfuerzo notable para crear conciencia sobre la importancia de la inclusión digital⁴.

Académicamente, es grande el esfuerzo por comprender los nuevos escenarios sociales. Ello resulta evidente en la enorme cantidad de literatura y estudios disponibles fundados en diversos enfoques y teorías. La pregunta base de muchas investigaciones, en todo caso, es la que apunta a perfilar los rasgos de una nueva época.

Lo distintivo de nuestra época histórica es un nuevo paradigma tecnológico marcado por la revolución en la tecnología de la información centrado en torno a un racimo de tecnologías informáticas. Lo nuevo es la tecnología del procesamiento de la información y el impacto de esta tecnología en la generación y aplicación del conocimiento. Las nuevas tecnologías de la información de nuestra época marcan el comienzo de un nuevo paradigma tecnológico sobre la base de tres principales rasgos distintivos: 1. la capacidad de estas tecnologías para ampliar por sí mismas el procesamiento de información en cuanto a volumen, complejidad y velocidad, 2. su capacidad recombinatoria, y 3. su flexibilidad distributiva. (Castells, 2004, p. 113) (El énfasis es nuestro)

Si lo distintivo de esta nueva sociedad es la ampliación del procesamiento de la información y su impacto, es menester tener presente que, lamentablemente, los desarrollos tecnológicos en el campo de las comunicaciones y los cambios que estos provocan en la sociedad son complejos y se producen a mayor velocidad que la misma reflexión sobre ellos.

La necesidad de contar con abordajes teóricos de fondo, más estables, que permitan comprender los fenómenos en curso ha sido señalada, entre otros estudiosos latinoamericanos, por Bisbal (1998, 2005), Trejo (2004), Torrico (2004, 2005), Pineda (2005), Scolari (2008) y Pasquali (2007), quien precisamente destaca:

La época que nos ha tocado vivir apenas da para jadedear detrás de las atropellantes decisiones de los Cisco, Google, Microsoft, Intel, Nokia o Echelon, que imponen continuamente con una cadencia endemoniada nuevas reglas de la relación comunicativa. (Pasquali, 2007, p. 299)

En la década de los ochenta ya resultaba claro que las teorías de la comunicación tradicionales estaban quedando obsoletas. Desde 1983, autores como Rogers y Chaffee sugerían que los académicos se verían exigidos a elaborar

4 La exclusión que se produce en la Sociedad de la Información, esto es, el divisorio que separa a quienes tienen acceso o no a los recursos de teleinformación, ha recibido varios calificativos, como infoexclusión o brecha digital. La brecha de acceso además genera otros tipos de exclusiones, a saber: culturales, lingüísticas y políticas, entre otros. Al respecto se sugiere consultar: Delgado-Flores, C. y Díaz, L.C. (2010).

modelos que se adaptaran a la interactividad de las TIC (Scolari, 2009). Sin embargo, la extrapolación de teorías, ajustadas al análisis de los medios masivos para abordar los nuevos se entronizó y así fue cuestionada:

La crítica de los críticos es tan profunda bajo el agua que no deja ver la ola. Y, por su lado, los utópicos acrílicos están tan centrados en la cresta de la ola que no pueden ver el océano del que ésta forma parte⁵. (Lister et al., 2003; Scolari, 2009)

Pero, a pesar de estos tempranos juicios y advertencias, pareciera que aún nos mantuviéramos atrapados entre las dos posiciones confrontadas que, valiéndose de los conceptos acuñados por Umberto Eco para la sociedad de masas, se comenzaran a observar hace más de una década:

Los «neo-integrados» atribuyen ahora a las nuevas tecnologías la solución de los viejos problemas de incomunicación y de aislamiento, el establecimiento de una nueva sociedad más libre, cómoda e interconectada. Los «neo-apocalípticos» por el contrario, consideran que las nuevas tecnologías bajo la apariencia de interactividad representan el aislamiento, y aceleran el paso hacia una sociedad controlada y autoritaria. (De Moragas, 1997, p. 5)

En este punto coincidimos con Scolari (2008), quien señala que lo requerido para abordar los fenómenos que concurren con la digitalización de las comunicaciones son teorías interdisciplinarias y abiertas a diferentes tipos de contribuciones. Los investigadores, señala el académico argentino, están obligados a activar el cuidado de la *escucha teórica*, pues la emergente *cibercultura* constituye una buena fuente de interrogantes y desafíos que incluye una reflexión de fondo sobre su misma constitución.

6. Actualidad de la Hermenéutica

En nuestro criterio fue Gianni Vattimo, un filósofo⁶ representante de la corriente hermenéutica, quien comenzó a tender puentes entre las posiciones encontradas. Sin dejar de advertir acerca del control de los medios por parte del gran capital, con lo que se expresan de algún modo las prevenciones de los *apocalípticos*, el pensador italiano también señaló, con cierto tono *integrado*, que la explosión del ecosistema comunicacional ofrecía esperanzas de emancipación gracias a la

5 Traducción propia de: 'the critical critics are so deep underwater that they don't see the wave. Meanwhile, the uncritical utopians are so focused on the crest of the wave itself that they cannot see the ocean of which it is part'.

6 Lo cual no sorprende debido a la larga tradición que tiene la filosofía como fuente para las teorías de la comunicación de la cual provienen notables pensadores latinoamericanos como Pasquali y Martín-Barbero.

multiplicación de las voces. Proviene de esa percepción, claramente hermenéutica, la idea que tenemos de una Sociedad de la Información de rasgos contradictorios.

Lo que de hecho ha sucedido, a pesar de cualquier esfuerzo por parte de los monopolios y las grandes centrales capitalistas [...] es que la radio, la televisión y los periódicos se han convertido en componentes de una explosión y multiplicación generalizada de Weltanschauung: de visiones del mundo. (Vattimo, 1998, p. 79)

A pesar de las diferencias conceptuales y de fondo, y de las consecuentes divergencias interpretativas, la llamada nueva sociedad surge al alimón de las innovaciones tecnológicas que la reconfiguran y que, a su vez, estas contribuyen a modelar. Estamos hablando de la relación tecnología-sociedad o, en términos más amplios, del indisoluble vínculo comunicación-sociedad, pues como ha dicho Pasquali (2011, p. 16): “existen profundos y esenciales paralelismos entre el modo de comunicarnos y nuestras maneras de convivir, de ser animales políticos”.

Según lo expuesto por Vattimo en las Primeras Jornadas Internacionales de Hermenéutica realizadas en Buenos Aires en mayo del año 2009, a través de una videoconferencia: “la hermenéutica es la oposición a los absolutos. Por ello tiene un carácter emancipador. Se opone a todos los absolutismos fundados en la pretensión de verdad”.

Ya García Canclini (2006) había llamado la atención sobre el núcleo de la Sociedad del Conocimiento: aquel en el que se articulan las problemáticas de la diferencia y la conexión. Podemos conectarnos con los otros para obtener información y relacionarnos con ellos, pero conocerlos y aceptarlos –afirma– pasa por tratar con su diferencia, vale decir, en términos gadamerianos, con sus horizontes interpretativos, esos a los cuales, de manera tan pródiga, tenemos acceso ahora en la sociedad globalizada.

7. Formación, diálogo... Escucha

Una categoría central de la filosofía hermenéutica es la *formación* o *bildung*⁷, pues es ella la que permite ganar o ampliar un horizonte, lo cual quiere decir “aprender a ver más allá de lo cercano y de lo muy cercano, no desatenderlo, sino precisamente verlo mejor integrándolo en un todo más grande y en patrones más correctos” (Gadamer, 1999, p. 376). Es la formación la que nos va a permitir ver la multiplicidad de horizontes y conjurar la posibilidad de apostarle a la univocidad, un asunto clave para una convivencia democrática basada en el respeto de las diferencias.

7 Los traductores de Verdad y Método apuntan: “El término alemán Bildung, que traducimos como formación, significa también la cultura que posee el individuo como resultado de su formación en los contenidos de la tradición de su entorno. Bildung es, pues tanto el proceso por el que se adquiere cultura, como esta cultura misma en cuanto patrimonio personal del hombre culto” (Gadamer, 1999, p. 38).

Dentro de esta categoría, como ha apuntado Aguilar (2004a), se subsume otra noción hermenéutica clave como es el *diálogo*, el cual señala una apertura, una ruta de lectura que invita y conduce a pensar la hermenéutica desde la alteridad. El diálogo –o, si se quiere, la comunicación– este proceso de doble vía que recorren activamente dos sujetos, aparece marcado por la *formación* que, en palabras de Gadamer (1998, p. 130), significa ni más ni menos que “*poder contemplar las cosas desde la posición del otro [...] entender al otro desde sus puntos de vista*”. (El énfasis es nuestro)

Al proveernos de múltiples horizontes, gracias a la multiplicación de los discursos, la Sociedad de la Información reclama, entonces, diálogo y formación. Esto es, en términos hermenéuticos, comprensión y respeto por las diferencias. Sin embargo, esto no resulta un asunto fácil.

De acuerdo con su origen etimológico (Bohm, 1986), diálogo proviene del griego *dialogos*, término compuesto por la partícula *logos*, que entre otras acepciones tiene la de *palabra*, y el prefijo *dia*, que significa *a través de*. Se infiere entonces que se trata de una corriente de significados que fluye entre los implicados en él, de la cual emerge una comprensión inexistente al inicio del intercambio que se convierte en el vínculo entre los interlocutores.

Visto así, el diálogo pareciera una relación llana, sencilla, pero lo cierto es que su realización está llena de obstáculos, como se deduce de las preguntas que formula Aguilar (2005): ¿Cómo escapar de la ilusión de la comprensión cabal de nuestro interlocutor y del escepticismo de que alguna vez realmente nos entenderemos?, ¿cómo ubicarse ante ambos extremos?

En un intento de respuesta, la hermeneuta mexicana se vale de la *eumeneis elenchois* socrática⁸, de la manera como fue abordada por Gadamer, y señala que es “la inspección de mi propio horizonte de interpretación lo que me permitirá reconocer a mi interlocutor como diferente de mí” (Aguilar, 2005, p. 74). En otras palabras, que es el otro –reconocido en su alteridad– quien nos permite distinguir nuestro propio horizonte.

De allí que la *escucha*, en el verbo de Aguilar (2004b), sea no solo una virtud en la que uno se forma, sino un saber que permite identificar al otro en su diferencia específica. No implica necesariamente la anulación de nuestros puntos de vista, sino un esfuerzo consciente por integrar *sin violencia* el punto de vista del otro o de la otra. Escuchar –asevera– es el arte de construir las diferencias, arte central para la democracia.

8 Aguilar (2005) se refiere concretamente a la “condición de alteridad” y subraya que es preciso tener en cuenta que a quienes siguen apegados a la “filosofía de la sospecha” les resulta imposible comprender que es posible llegar a acuerdos, tener deseos sinceros, y postular la buena voluntad como condición de la comunicación entre diferentes. “Los seres humanos libres y con alteza de ánimo no van buscando la debilidad de lo que el otro dice para probar que tienen razón, sino que buscan reforzar el punto de vista del otro para que lo que él dice sea revelador” (Gadamer, en: Aguilar, 2005, p. 66)

En esta dirección, los planteamientos de Pérez (2009) son cuestionadores:

¿Estarían dispuestos los ciudadanos que utilicen internet a escuchar otras opiniones, que aunque no compartidas, pueden ayudar a construir una democracia plural y contribuir a la calidad de la opinión pública? [...] internet permite una mayor selección y personalización de la pauta informativa que recibe el usuario. Esta decisión de descartar e incluir puede convertirse en un filtro con el objetivo de ignorar otras opiniones, cuando en una sociedad democrática la reflexión, el debate y la crítica es fundamental para la construcción de la ciudadanía.

Rebasa los límites de estas páginas la discusión sobre estas consideraciones; no obstante, podríamos atrevernos a afirmar que más voces en el escenario no conducen, necesariamente, a una mayor *escucha*. Si bien tecnología y sociedad constituyen una dupla de relaciones indisolubles, sobre ese binomio actúa la dimensión política. Es en ese ámbito donde la formación –en términos hermenéuticos– resulta clave para la construcción de una sociedad genuinamente democrática.

Referencias bibliográficas

- Aguilar R., M. (2004a). Cultura de escucha, condición de la democracia. En *Ensayos*. México: Instituto Electoral del Distrito Federal.
- Aguilar R., M. (2004b). De la hermenéutica a la política. Ponencia presentada en el XV Congreso Interamericano de Filosofía y II Congreso Iberoamericano de Filosofía. Lima, Perú.
- Aguilar R., M. (2005). *Diálogo y alteridad. Trazos de la hermenéutica de Gadamer*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Benkler, Y. (2006). *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven: Yale University Press.
- Bohm, D. (1986). *Sobre el diálogo*. Barcelona: Editorial Kairós.
- Castells, M. (2004). Informacionalismo y la sociedad red. En Himanen, P. (Ed). *La ética del hacker y el espíritu de la era de la información*. Barcelona: Destino.
- Castells, M. (2011a). Entrevista con Carmen Aristegui en CNN. 14/04/2011. Transcripción propia. Disponible en: <http://youtu.be/sDGZHscJTtQ>. Consultado el 16/01/2012.
- Castells, M. (2011b). La wikirrevolución del jazmín. En: *Diario La Vanguardia*.
- De Moragas, M. (1997). Las ciencias de la comunicación en la “Sociedad de la Información”. *Diálogos de la Comunicación*. Vol 49 (1-7).
- Delgado-Flores, C. & Díaz, L. C. (2010). La marcha hacia las sociedades del conocimiento: 30 años de nuevas tecnologías. En Bisbal, M. & Aguirre, J. M. (2010). *Prácticas y travesías de Comunicación en América Latina*. Caracas: Fundación Centro Gumilla.

- Esfandiari, G. (2010). The Twitter Devolution. Disponible en línea: http://www.foreignpolicy.com/articles/2010/06/07/the_twitter_revolution_that_wasnt?page=full. Consultado el 08/04/2012.
- Fernández, C. (2011) Partidos políticos 2.0: mandatos para la nueva acción política. En: *Política e Internet en América Latina*. Buenos Aires: Konrad-Adenauer-Stiftung.
- Freedom House. (2011). Freedom on the Net. A Global Assessment of Internet and Digital Media Freedom. Disponible en línea: <http://www.freedomhouse.org/report/freedom-net/freedom-net-2011>. Consultado el 29/02/2012.
- Gadamer, H. G. (1999). *Verdad y método*. Salamanca: Ediciones Sigueme (octava edición). Publicado originalmente en alemán en 1960.
- Gadamer, H. G. (1998). *Arte y verdad de la palabra*. Barcelona: Península.
- García C., N. (2006). *Diferentes, desiguales, desconectados*. Barcelona: Gedisa.
- Gladwell, M. (2010). Small Change: Why the revolution will not be tweeted. Disponible en línea: http://www.newyorker.com/reporting/2010/10/04/101004fa_fact_gladwell?currentPage=all. Consultado el 6/5/2011.
- Gómez, R. (1998) The nostalgia of virtual community: a study of computer-mediated communications use in colombian non-governmental organizations. *Information Technology & People*. Vol. 11 No. 3 (217-234)
- González-Quijano, Y. (2011). Las revueltas árabes en tiempos de transición digital Mitos y realidades. *Nueva Sociedad*. No 235.
- Hindman, M. (2008). *The Myth of Digital Democracy*. Princeton, NJ: Princeton University Press
- Huesca, R (2001). El estudio de los nuevos movimientos sociales para renovar la investigación de la comunicación para el desarrollo. En Gumucio, A & Tufte, T. (2008). *Antología de Comunicación para el Cambio Social. Lecturas históricas y Contemporáneas*. New Jersey: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, Inc.
- La Rue, F. (2011). Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression. Sesión 17 del Consejo de los Derechos Humanos. Asamblea General de las Naciones Unidas. Disponible en línea: http://www2.ohchr.org/english/bodies/hrcouncil/docs/17session/A.HRC.17.27_en.pdf. Consultado el 01/09/2011.
- Labovitz, C. (2011). Egypt Loses the Internet. En Arbor Sert. Security engineering and response team. Disponible en línea: <http://ddos.arbornetworks.com/2011/01/egypt-loses-the-internet/>. Consultado el 30/07/2011.
- Manrique, N. (2011). Internet y la política. En: *La República*. Disponible en: <http://www.larepublica.pe/13-09-2011/internet-y-la-politica>. Consultado el 18/09/2011.
- McLaughlin, A. (2011). El espionaje en redes sociales es la forma más efectiva de control estatal en Internet. En IEco Clarín. Disponible en línea: http://www.ieco.clarin.com/tecnologia/espionaje-sociales-efectiva-control-Internet_o_545345712.html. Consultado el 31/08/2011

- Miel, P. (2008). *Media Re: Public: My year in the church of the web*. Nieman Report The Search for True North: New directions in a new territory. Disponible en línea: <http://www.nieman.harvard.edu/reportsitem.aspx?id=100693>. Consultado el 31/03/2011.
- Morozov, E. (2011). *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. New York: Public Affairs.
- Muniz, J. (2007) Las TIC y los movimientos sociales en Brasil: La reproducción de los sentidos convencionales. En Cremona, F. (Ed.) *Comunicación para el cambio social en América Latina. Prácticas de articulación entre movimientos sociales y redes de comunicación*. Buenos Aires: ALER.
- Pasquali, A. (2007). *Comprender la comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- Pasquali, A. (2011). *Palabras pronunciadas en el simposio Descentralización y autonomías: la fuerza del futuro*. Valencia, Carabobo, 06/07/2011.
- Pérez, V.M. (2009). Internet y su influencia en la opinión política de los venezolanos. *Comunicación*. 147 (78-85).
- Pineda, M. (2005) *Las ciencias de la comunicación a la luz del siglo XXI*. Maracaibo: EDILUZ.
- Puyosa, I. (2008) Identidades políticas en la web. Miradas sobre las prácticas políticas en red. *Comunicación*. 142 (50-56).
- Rincón, O. (2011). Mucho ciberactivismo... pocos votos. Antanas Mockus y el Partido Verde colombiano. *Nueva Sociedad*. No. 235.
- Rojano, M. (2009). La Blogosfera y las empresas informativas de prensa. Ponencia presentada en el II Congreso de Investigadores Venezolanos de la Comunicación. Isla de Margarita, Venezuela, 21-25/04/2009.
- Sahú, A. (2002). *Razón y espacio público. Arendt, Habermas y Rawls*. México: Ediciones Coyoacán.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Torrico, E. (2004). *Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación*. Bogotá: Norma.
- Vattimo, G. (1998) *La sociedad transparente*. Barcelona: Paidós.
- Wolton, D. (2006). *Salvemos la comunicación*. Barcelona: Gedisa.

Información de la autora

Raisa URRIBARRI

uraiza@ula.ve; raisaula@gmail.com

Periodista con postgrado en Ciencias de la Comunicación y Doctora en Ciencias Humanas. Profesora titular de la Universidad de Los Andes (ULA, Venezuela). Directora del Laboratorio de Telecomunicaciones para la docencia, la investigación y la extensión. Editora del Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones".

Cultura da telenovela: circulação, apropriação e práticas de consumo midiático em redes sociais digitais no Brasil

*Soap opera culture: circulation practices, appropriation and
media consumption in brazilian digital social media*

*Cultura de la telenovela: prácticas de circulación, apropiación y
consumo mediático en las redes sociales digitales en Brasil*

—

Erika OIKAWA

Pontificia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

Lourdes Ana PEREIRA SILVA

Universidade de Santo Amaro

Sara ALVES FEITOSA

Universidade Federal do Pampa

—

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 128, abril - julio 2015 (Sección Ensayo, pp. 149-164)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 11-02-2015 / Aprobado: 03-03-2015

Resumo

Este trabalho parte do pressuposto de que, no Brasil, a telenovela é um produto cultural transversal e parte importante na constituição de repertório para a sociedade, o que implica dizer que as narrativas melodramáticas que povoam a experiência cotidiana do brasileiro são parte constituinte de uma visão de mundo. Considera-se também que o hábito de assistir e comentar as tramas novelescas são práticas sociais que vêm sofrendo modificações significativas por conta da inserção das redes sociais digitais como *locus* de consumo, compartilhamento, circulação, apropriação e produção dos conteúdos da telenovela. Nesse contexto, o presente artigo propõe observar mais de perto como se expressam essas práticas sociais de consumo e de circulação nas redes sociais digitais.

Palavras-chave: telenovela; cultura; convergência; consumo midiático; redes sociais digitais.

Abstract

This paper assumes that in Brazil the soap opera is a cross-cultural product that constitutes an important part of the social stage. This fact implies that the melodramatic tales that populate the everyday experience of Brazilians are a constituent part of their worldview. It also assumes that the routine of viewing and commenting on the arguments and narratives of soap operas are social practices that are undergoing significant changes due to the insertion of on-line social media as a place of consumption, exchange, circulation, production and appropriation of the contents of the soap opera. In this context, this paper proposes a closer look at how these consumption and circulation social practices are expressed in on-line social media.

Keywords: soap opera; culture; convergence; media consumption; digital social media

Resumen

En este trabajo se asume que en Brasil la telenovela es un producto cultural transversal a la vez que se constituye en parte importante del repertorio social. Este hecho supone que las narrativas melodramáticas que pueblan la experiencia cotidiana de Brasil son una parte constitutiva de una visión del mundo. Igualmente se considera que el hábito de ver y comentar los argumentos y narrativas de telenovelas son prácticas sociales que están experimentando cambios significativos debido a la inserción de las redes sociales digitales como lugar de consumo, el intercambio, la circulación, la producción y la propiedad de los contenidos de la telenovela. En este contexto, el presente trabajo propone una mirada más cercana a la forma en que se expresan esas prácticas sociales de consumo y de circulación en las redes sociales digitales.

Palabras clave: telenovela; cultura; convergencia; consumo mediático; redes sociales digitales.

1. Introdução

A evolução da internet e das tecnologias digitais de comunicação vêm imprimindo novos sentidos para as experiências contemporâneas de interação, sociabilidade e comunicabilidade. Consequentemente, essas transformações afetam as várias dimensões de nosso cotidiano, à medida que consolidam a instituição de novas práticas culturais em torno das ecologias midiáticas que se formam com o avanço das tecnologias.

Resultados da pesquisa *Panorama da Internet no Brasil 2013* (F/ Nazca Saatchi & Saatchi/Datafolha)¹ expressam essas configurações tecnológicas que afetam o hábito dos brasileiros em relação ao consumo midiático. De acordo com os dados, o número de internautas com 12 anos ou mais chega a 84 milhões no país, sendo que 43 milhões acessam a internet pelos dispositivos móveis, em especial o celular. Ainda segundo a pesquisa, um em cada cinco brasileiros costuma comentar, divulgar ou compartilhar experiências pela internet no exato momento em que está vivenciando. Desses comentários e compartilhamentos on-line ao vivo, a maior parte é relacionada aos conteúdos de TV, configurando-se, assim, o fenômeno da “segunda tela”² (*second screen*).

Um levantamento divulgado no site do jornal *Valor Econômico* mostra que a “segunda tela” é um fenômeno cada vez mais presente entre os brasileiros. De acordo com o levantamento, que mediu a audiência brasileira no *Twitter* entre os meses de abril e outubro de 2012, a maioria dos *tweets* estava diretamente relacionada com eventos transmitidos pela TV –tais como novelas, shows e eventos esportivos–, sendo que *Avenida Brasil* foi o assunto mais comentado no referido ano. No período de exibição da novela, de março a outubro de 2012, foram registrados, no *Twitter*, cerca de dois milhões de mensagens, com picos de mais de três mil mensagens por minutos durante a exibição do último capítulo³.

Dessa forma, percebemos que, do hábito relativamente recente do brasileiro em acessar as redes sociais digitais emergem outros já consolidados há mais tempo em nossa cultura: o de assistir e reverberar as narrativas de telenovelas. Ora, conversar, comentar ou mesmo produzir conteúdos sobre os produtos midiáticos que consumimos não é nenhuma novidade, mas é preciso atentar que a internet provoca uma importante mudança de escalas em torno dessas reverberações, que passam a ocorrer de forma mais rápida, visível e, muitas vezes, em escala global, o que altera significativamente a potência, os efeitos e os impactos desses fenômenos na sociedade contemporânea.

Nesse sentido, torna-se imprescindível para a contextualização deste trabalho a discussão acerca dos processos de convergência que configuram o cenário midiático contemporâneo. Para Jenkins (2008), a convergência é um processo que

1 Recuperado em 05 de março de 2014, de <http://migre.me/ikR86>.

2 Refere-se, geralmente, à experiência de acessar a internet enquanto assiste à TV, muitas vezes, comentando nas redes sociais digitais o que se está vendo na mídia televisiva.

3 Recuperado em 05 de março de 2014, de <http://migre.me/ikRte>.

vai além das mudanças tecnológicas, embora esteja intrinsecamente relacionado a elas. Isso porque a convergência é um processo que modifica a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam o conteúdo midiático recebido, e tanto um como outro dependem de questões tecnológicas, que, por sua vez, engendram novas práticas e novos hábitos, capazes de alterar profundamente o nosso cotidiano. Por isso, a convergência trata-se também de um fenômeno sociocultural e econômico, não ocorrendo, portanto de forma homogênea ou igual em todos os lugares.

A partir de uma perspectiva que também ultrapassa a visão tecnicista em torno da convergência, Jensen (2010) propõe a compreensão desse fenômeno a partir das práticas que surgem da inter-relação de diferentes meios –comunicação interpessoal, meios de massa e redes digitais⁴– e suas materialidades. Para o autor, os meios digitais complexificam o processo de comunicação devido a sua capacidade de reproduzir e recombinar “ todos os meios anteriores de representação e de interação em uma única plataforma material de *hardware* e *software*”⁵ (Jensen, 2010, pp. 69-70), suportando, assim, várias práticas comunicativas. Em consonância com essa perspectiva, Aquino (2012) afirma que são essas práticas comunicativas e as interações que delas decorrem que caracterizam o fenômeno da convergência, marcado pela “multiplicidade de meios e pela versatilidade de papéis que os indivíduos assumem nos processos de comunicação, ora de emissores, ora de receptores” (Aquino, 2012, p. 63).

É nesse sentido que podemos afirmar que o processo de convergência não existe sem a participação dos consumidores/receptores. Pesquisas realizadas no âmbito do Observatório Ibero-Americano da Ficção Televisiva (Obitel), por exemplo, têm apontado à ação criativa da audiência no gerenciamento dos conteúdos televisivos nas redes sociais (Lopes et al. , 2011); e a busca da legitimidade da audiência como produtora no espaço digital (Jacks et al. , 2012), enfatizando a importância de observarmos com maior atenção o que se passa nesse ambiente que se constitui como *locus* de “produção, circulação, distribuição/consumo, reprodução” (Hall, 2003, p. 365) da cultura de telenovela no país.

Partindo dessas asserções, nosso objetivo neste artigo é identificar algumas dessas formas de interação, apropriação e circulação da narrativa da telenovela brasileira nas redes sociais digitais. Para isso, primeiramente, abordamos a formação de uma “cultura de telenovela” no Brasil e, em seguida, tratamos das diversas práticas sociais que essa cultura “telenovélica” engendra em nossa sociedade. Por fim, por meio do recorte de alguns casos que repercutiram na internet, refletimos sobre as transformações que o processo de convergência vem provocando em torno dos modelos de ver e de praticar a telenovela.

4 Para Jensen (2010), esses são os três graus de materialização dos meios.

5 Tradução das autoras para: “[...] reproduces and recombines all previous media of representation and interaction on a single material platform of hardware and software”.

2. A novela se fez matriz cultural e habitou a audiência brasileira

Há décadas, milhões de telespectadores se reúnem individual e coletivamente em torno da televisão para apreciarem ritualisticamente sua novela, um dos principais produtos da indústria midiática brasileira. Ao longo de mais de meio século a telenovela foi gestada no país, possibilitando que sujeitos construam suas identidades também a partir desse repertório, afinal, a telenovela ocupa um espaço significativo no cenário da cultura popular de massa.

A novela é aqui entendida nos moldes de Leal (1986), para quem esta narrativa é um elemento significativo do repertório ideológico da ordem simbólica, institucionalizada e dominante, que articula e atualiza significados a partir de suas mediações simbólicas não institucionalizadas da cultura⁶.

Assim, a telenovela fornece modelos daquilo que significa ser jovem, ser homem ou mulher; oferece elementos com os quais as pessoas constroem seu pertencimento étnico, de classe e até mesmo de sexualidade. Ela contribui na formação de comportamentos, juízos, valores, enfim, fornece visão de mundo e cria formas de dominação ideológica que contribuem para reiterar algumas posições hegemônicas da sociedade. Diversas pesquisas situadas no âmbito dos estudos de recepção têm reiterado tal afirmação. É o caso, por exemplo, de Stroschoen (2003), que, ao estudar a telenovela *Terra Nostra* (1999), observou como descendentes de italianos relacionaram seus processos sociais e pessoais de grupo de vivências com processo sociais midiáticos nessa trama. Para a autora, *Terra Nostra* funcionou como um lugar de reconhecimento e localização para que a lembrança fosse acionada, como um lugar de identificação evidente e tempos simbólicos ficcionalizados para o grupo de imigrantes italianos.

Nesse sentido, a telenovela traz à tona aspectos importantes do tecido social ao contribuir para a elaboração de problemas referentes a ele. Ela projeta uma aparência do cotidiano, que é tomada muitas vezes como verdade quando veiculada não só pela televisão, mas pautada de modo incisivo por outros meios de comunicação que dão suporte e que são extensões dessa prática ritualizada de assistência. Como observado por Motter (2004), a telenovela pauta o jornalismo diário e semanal no Brasil. Aliás, nos últimos anos tem se diversificado cada vez mais os modos de ver e consumir telenovela, a exemplo das revistas especializadas e de notícias semanais –que costumam dedicar espaços em sessões ou até mesmo páginas duplas–, dos suplementos de jornais, dos celulares, da indústria fonográfica⁷, das plataformas digitais –como YouTube, Twitter, Facebook, Tumblr,

6 Cabe ressaltar também que o gênero que abriga a telenovela é o melodrama. A estrutura do melodrama até os dias de hoje evidencia sua permanência nos meios de comunicação de massa e, mesmo depois de séculos, tem sido aplicada a várias narrativas e a diversas formas artísticas, a exemplo da literatura clássica, crônica, romances policiais e sentimentais, folhetim, teatro popular, tango, cinema, jornalismo e documentário, talk shows, telenovela e, passando desse modo por inúmeras manifestações culturais.

7 Veja-se a relação com a Som Livre, que atua nesse mercado de 1971.

além de sites e blogs das telenovelas– e dos demais programas televisivos que referenciam este formato.

Diante do exposto, é possível considerar a telenovela como uma narrativa que fornece um cenário simbólico de imagens, discursos, trilhas sonoras com suas tramas ambivalentes que contêm, concomitantemente, características progressistas e reacionárias. Desse modo, essa narrativa ficcional é particularmente rica de informações e símbolos, respondendo a questões fundamentais do período em que é veiculada, uma vez que interpela indivíduo e grupos e convida-os a identificarem-se com suas histórias, valores e comportamentos sociais.

Dada a sua enorme audiência e popularidade, não é exagero afirmar que existe uma “cultura de novela” no Brasil e que esta desempenha um papel na conformação de mentalidades e comportamentos⁸. Essa cultura da telenovela pode ser percebida ainda através da relação que os telespectadores estabelecem com o tempo de lazer e entretenimento, que vão contribuindo para tecer a vida cotidiana, atingindo mesmo aqueles que não a consomem diretamente, mas, que são interpelados por ela.

Diversos autores têm olhado a telenovela a partir de diferentes perspectivas: as estratégias de escritura, comercialização e recepção, ou seja, é resultante de um diálogo entre a produção e o consumo. Buonnano (2004), por exemplo, define a telenovela como um sistema de narrativa central da contemporaneidade; Para Mazziotti (2004), é o gênero com maior possibilidade de exportação; Lopes (2004) a entende como narrativa popular sobre a nação; Martín-Barbero (2004) vê a telenovela como ofício de imaginar para a nação; Straubhaar (2004) adota uma perspectiva que entende a telenovela como uma espécie de “brasilianização” da cultura (Silva, 2012).

Essa variedade de olhar sobre a telenovela elencados acima, que transitam entre produção e consumo, muitas vezes, estabelece um diálogo caracterizado como desigual. Essa assimetria de poder entre os âmbitos da produção e do consumo, por outro lado, vem sendo cada vez mais tensionada no cenário das redes digitais. Conforme afirma André Lemos (2009, p. 39), a cibercultura “instaura uma estrutura midiática ímpar [...] na qual, pela primeira vez, qualquer indivíduo pode produzir e publicar informação em tempo real, sob diversos formatos e modulações, adicionar e colaborar em rede com outros, reconfigurando a indústria cultural (‘massiva’)”.

Não se está questionando aqui que as condições de produção e de circulação da mídia de massa sejam exponencialmente maiores do que as dos receptores/consumidores. A intenção é atentar para o fato de que as tecnologias digitais de comunicação conectadas à internet possibilitam que a comunicação de nível interpessoal desses receptores, ao estarem em rede, ganhe potência política e engendrem novas práticas sociais e de circulação dos conteúdos midiáticos.

8 Ver, por exemplo, Telenovelas brasileiras: balanços e perspectivas (Borelli, 2001).

3. O consumo de novela como prática social

As práticas sociais são formas recorrentes de fazer certas coisas. É tudo aquilo que os seres sociais praticam em suas vivências. De acordo com Stuart Hall (1997, p. 91) “consumir um discurso significa transformá-lo em práticas sociais”. Para Anthony Giddens (1989), a prática social é constitutiva da vida social; fonte de mediação entre os sujeitos sociais e as estruturas, entre os indivíduos e a sociedade. É foco da análise sobre a dualidade da estrutura, em que esta é vista como potencialmente transformável através de ações reflexivas dos sujeitos.

Comentar a telenovela, por exemplo, se tornou uma prática social. Muitas vezes os telespectadores falam destas narrativas como se fosse algo muito próximo de suas realidades. Esse discurso não se constitui o avesso do real, mas um modo de captá-lo entre os limites da criação e da fantasia. Muitas vezes, a telenovela começa quando acaba um capítulo. Isso expressa que o significado da telenovela se relaciona mais com a circulação dos discursos sobre ela do que com seu texto em si. Essa circulação é ressemantizada pela coletividade, propiciando uma espécie de poder e cumplicidade entre emissor e receptor.

Não há dúvidas de que a telenovela seja um produto pertencente à cultura brasileira e de grande penetrabilidade e não somente uma atividade de entretenimento dedicada a telespectadores que precisam desopilar após uma jornada de trabalho. É preciso percebê-la como um constitutivo das interações cotidianas, à medida que no ambiente familiar, no trabalho, no salão, no ponto de táxi, etc., são desenvolvidos processos de significação.

A cultura da telenovela demonstra o quanto essas narrativas estão impregnadas no dia a dia das pessoas. Uma das maneiras de se analisar a extensão de uma forma cultural na sociedade é através de sua influência visível na linguagem falada por esta sociedade. Em se tratando da telenovela, os bordões têm por finalidade contribuir para que os personagens se popularizem e se convertam em expressões populares, a exemplo de “Tô certo ou tô errado”, em *Roque Santeiro* (1985); “Jamanta não morreu”, em *Torre de Babel* (1998); “Cada mergulho é um flash”, em *O Clone* (2001); “A culpa é da Rita”, em *Avenida Brasil* (2012).

A música é outro, entre tantos modos, das práticas sociais e culturais se expressarem. A trilha sonora, de um modo geral, tem a função de criar identificações entre telespectador, personagem e a cena. Desse modo, divulgar a música através de um personagem ou de uma cena é estratégico e possibilita que seu consumo seja potencializado através de sua associação com personagens exercendo um forte poder de identificação e reconhecimento de determinados acontecimentos no mundo ficcional. Como exemplo, podemos lembrar a música de Dorival Caymmi “Ierê-lerê, vida de negro é difícil, é difícil como quê” em *A Escrava Isaura* (Globo, 1976-1977), que até hoje se relaciona à escravidão e a trabalho pesado no imaginário dos telespectadores.

O cotidiano político também não está isento de ser atravessado pelas práticas sociais e culturais da telenovela. Ganhou destaque na imprensa brasileira em 2012

o fato da presidente Dilma Rousseff ter adiado o comício em apoio a Fernando Haddad, o então candidato do Partido dos Trabalhadores à prefeitura de São Paulo, para que não coincidissem com a transmissão do último episódio de *Avenida Brasil* (Oualalou, 2013). Cabe ressaltar que não se trata de um caso isolado, já que, em Cuba, nos anos 1980, Fidel Castro mudou o horário de reuniões para não perder a novela *A Escrava Isaura*.

Tais práticas envolvem o cotidiano nas suas mais distintas dimensões, como é o caso, por exemplo, do beijo gay na telenovela *Amor à Vida* (2014), que, mais do que mobilizar milhares de telespectadores em frente à TV no último capítulo da novela, fez surgir um grande debate em torno das relações homoafetivas.

O que aconteceu naquela noite de sexta-feira não se resume a um beijo. O impacto foi maior do que o provocado por uma passeata gigantesca, por um anúncio de página dupla no jornal de domingo ou por uma propaganda no intervalo do capítulo final da novela. Tratava-se da própria novela, narrativa tipicamente brasileira, detentora de imenso poder de sugestionamento. E, transcorrido pouco tempo, muita coisa já aconteceu. Pastores neopentecostais protestaram e propuseram boicote à Globo, enquanto falam em diabo e degradação moral com uma retórica apocalíptica e esvaziada de lógica. (Nechi, 2014)

Ainda sobre o beijo gay de *Amor à Vida*, Nechi (2014) afirma que o menosprezo com a cultura de massa não deve encobrir o fato de que “telenovelas [...] incidem na formação do imaginário nacional e pautam muito do que se fala e pensa no cotidiano”. Muitas outras dimensões da vida cotidiana do brasileiro, como o modo de vestir, o que comer, etc., sofrem repercussão da representação feita pela telenovela.

As tendências também repercutem no universo tecnológico e se expande para as práticas sociais. Nos últimos anos, com a popularidade das redes sociais digitais, o fenômeno de propagação dos *memes*⁹ tem atingindo fortemente as audiências, fazendo uso do humor a partir de fatos do cotidiano, etc. É o caso de *Avenida Brasil*, que mobilizou as audiências na criação de *memes*. A cada guinada na trama, a criatividade por parte das audiências repercutia nas redes sociais digitais, evidenciando, desse modo, o comportamento do consumidor midiático contemporâneo, cada vez mais conectado socialmente e distante da condição receptor passivo.

Um dos *memes* de *Avenida Brasil* de maior repercussão surgiu a partir de um “furo” na trama, quando a protagonista Nina perdeu as fotos tiradas de seu celular, que provavam o mau-caratismo da antagonista Carminha. Nas redes sociais digitais, vários espectadores se perguntavam por que fotos tão importantes não estavam salvas em pen drives e e-mails ou arquivadas na “nuvem”¹⁰, recursos am-

9 Meme é a expressão utilizada para definir aquilo que se “espalha” pela internet numa lógica “viral”, ou seja, que alcança uma repercussão rápida e intensa via compartilhamentos, sobretudo, nas redes sociais digitais.

10 Relacionado ao cloud computing, o serviço de “nuvem” permite o arquivamento em um servidor remoto,

plamente utilizados atualmente para salvar cópias de documentos. A repercussão foi tão grande que os internautas lançaram a campanha “Um pen drive para Nina” (Figura 1), que foi até aproveitada em anúncios publicitários na época (Figura 2).

Figura 1: Exemplos de fotomontagens da campanha “Um pen drive para Nina”



Fuente: Google Imagens.

A partir da observação dessas práticas sociais podemos dizer que as narrativas são construtoras, ou melhor, contribuem na construção da realidade social produzindo ações, significados e propondo uma concepção de mundo. A telenovela enquanto narrativa não se manifesta somente através das suas tramas, mas também como manifestação simbólica que, ao ser contada, o sujeito fala de si mesmo, reconhece-se e identifica-se nos valores expressos pelos personagens em uma espécie de identidade cultural.

Assim, o que atrai no melodrama, não é tanto o desfecho da narrativa, mas a encenação e as interações que se estabelecem a partir e por meio dele. Dessa forma, ao repercutir na vida social e cotidiana, a telenovela se constitui em um objeto crucial na construção de identidades. As práticas sociais decorrentes de assistir a telenovela colaboram e alteram o modo de ser dos sujeitos contemporâneos. Ou seja, a visão de mundo dos sujeitos é construída também a partir de repertórios da telenovela.

permitindo o acesso em qualquer lugar com disponibilidade de internet.

Figura 2: Anúncio de uma rede de supermercado inspirado na campanha “Um pen drive para Nina”



Fuente: Google Imagens

4. Circulação e apropriação das narrativas no contexto de convergência

A partir de pesquisas realizadas anteriormente, tomamos como pressuposto “que o consumo e as práticas dos sujeitos criam novos fluxos de circulação e reconfiguram o conteúdo produzido pelo emissor e por outras mídias de referência acerca da telenovela” (Jacks et al. , 2012, p. 193), como evidenciado por exemplos já citados.

As noções de circulação que orientam este trabalho partem de Stuart Hall (2003) e Richard Johnson (1999), que caracterizam a circulação entre o âmbito da produção e o do consumo. Para Hall (2003, p. 366), “os aparatos, relações e práticas de produção aparecem [...] num certo momento (o momento da ‘produção/circulação’), sob a forma de veículos simbólicos constituídos dentro das regras de linguagem”. Já o modelo de Johnson tem por objetivo representar o circuito da produção, circulação e consumo dos produtos culturais. Para o autor (1999, p. 33-34), “cada momento depende dos outros e é indispensável para o todo. Cada um deles, entretanto é distinto e envolve mudanças características de forma” e por isso não podemos analisar os produtos midiáticos apenas no âmbito da produção. Johnson (1999) alerta ainda, que devido à circularidade do sistema, as comunicações são propensas a sofrer transformações ao longo desse percurso. Assim, torna-se interessante refletir sobre o modelo de circulação proposta por Johnson no atual contexto de convergência, já que, mais do que dependentes e

inter-relacionados, cada etapa desse circuito tem suas barreiras cada vez mais borradas e indefinidas.

Atualmente, temos um contexto em que o sujeito, além de compartilhar conteúdos do campo da produção, interpreta, articula, cria e dissemina novas narrativas, o que tem sido chamado por alguns pesquisadores de *prosumer* (Orozco, 2011), um neologismo resultante das palavras *producer* (produtor) e *consumer* (consumidor) para dar conta desse cenário em que o consumo midiático e cultural ocorre de forma cada vez mais participativa.

Um exemplo recente desse processo de apropriação e circulação das narrativas das telenovelas nas redes sociais são as fotomontagens com as polêmicas frases do personagem Félix¹¹, de *Amor à Vida* (2014), na *fanpage* “Felix Bicha Má”¹², no Facebook, e o perfil “@bichamaoficial”, no *Instagram*¹³. Com milhares de seguidores nos sites de redes sociais, o perfil chegou a ser entrevistado pelo site *UOL*, como se o vilão fosse uma pessoa de verdade¹⁴. Interessante observar também que mesmo após o término da novela, tanto a *fanpage* no Facebook quanto o perfil no *Instagram* permanecem sendo alimentados com conteúdo atualizado, dando sobrevida ao personagem, como observado na Figura 3, que mostra uma fotomontagem do vilão na festa do Oscar 2014, realizada dois meses após o fim da novela.

Figura 3: Fotomontagem de Felix no “selfie do ano” na cerimônia do Oscar 2014¹⁵



Fuente: www.facebook.com/FelixBichaMa

Conforme Jacks et al. (2011, p. 327), “a apropriação desses personagens representa uma forma diferente de consumir esse produto midiático, mais participativa ao simples assistir TV. Por meio dessas apropriações, os receptores/consumidores

11 Interpretado pelo ator Mateus Sol

12 Recuperado em 05 de março de 2014, de <https://www.facebook.com/FelixBichaMa>.

13 Recuperado em 05 de março de 2014, de <http://instagram.com/bichamaoficial>.

14 “Em entrevista, Félix Bicha Mã revela queda por Michel e paixão por Cher”. Recuperado em 05 de março de 2014, de <http://twixar.me/tQK>.

15 Postado na fanpage na noite de 2 de mar 2014, na tarde de 03 março 183 pessoas haviam comentado e 4.689 curtidas. Recuperado em 05 de março de 2014, de <http://migre.me/i7PCh>

contam as suas próprias versões dos personagens, atribuindo outros sentidos à narrativa da telenovela, de forma independente e alheia às estratégias de produção oficial. Dessa forma, a evolução da internet e das tecnologias digitais de comunicação vêm permitindo a emergência de um cenário mais participativo no âmbito da recepção, possibilitando a emergência do que Lopes (2011) chama de “recepção transmidiática”¹⁶.

Retomando Michel De Certeau (2007) para compreender o consumo da telenovela com enfoque nas práticas de consumo, temos incorporado à nossa reflexão o conceito de “apropriação”, para auxiliar no processo de compreensão das produções dos *prosumers*. Em sua teoria dos usos sociais, De Certeau concentra-se nas processualidades das práticas e concebe a apropriação como uma operação sobre e a partir do que se consome, sendo configurada seguindo interesses e regras próprias do receptor.

Associando as ideias de Martín-Barbero (2003), quando afirma que os usos são inseparáveis da situação sociocultural do receptor, e, com De Certeau (2004), que identifica nesses usos expressões potenciais de apropriação, acreditamos na possibilidade de compreender o que os espectadores de telenovela no Brasil “fazem com e para além do contexto consumido na telenovela, com práticas situadas em contexto socioculturais específicos que, dentro da problemática proposta, incluem um contexto de convergência midiática” (Jacks et al. , 2012, p. 196).

A perspectiva adotada aqui é, portanto, de que o consumo midiático gera apropriações e práticas diversas, expressas nos exemplos já apresentados. Vale lembrar que nessas apropriações e circulação de conteúdos há também a expressão de uma memória social cuja matéria-prima são as telenovelas a partir do resgate de momentos e imagens ícone deste tipo de narrativa.

Gombrich (2012) ao estudar as relações do espectador com as imagens artísticas opõe duas formas principais de investimento psicológico na imagem: o reconhecimento e a rememoração. Um estaria no campo da função representativa e o outro, respectivamente, estaria relacionado à função simbólica. O reconhecimento relacionado mais à memória, logo, para o intelecto, e a rememoração para a apreensão do visível, ou seja, para as funções mais diretamente sensoriais.

Tomando de empréstimo estas considerações de Gombrich sobre as imagens artísticas e aplicando-as às imagens midiáticas do contemporâneo, arriscamos afirmar que os receptores se fazem parceiros ativos das imagens midiáticas de modo emocional e cognitivamente. Se o processo de reconhecimento e rememoração mobiliza investimentos distintos na relação espectador-imagens e que este se dá no consumo diário das imagens propagadas nas múltiplas telas que povoam

16 Conforme ponderam Jacks et al. (2013), Lopes não se propõe a analisar e diferenciar os diversos níveis ou modalidades do que ela denomina de “recepção transmidiática”. Por ser um processo ainda novo no âmbito do mercado e da pesquisa acadêmica, Lopes (2011) se prende na análise do fenômeno que modifica antigos modos de circulação desse gênero televisivo. Mas, para Jacks et al. (2013), o conceito de “recepção transmidiática” necessita dessa diferenciação em relação às formas de interação e de participação dos receptores com os produtos midiáticos.

nossa experiência cotidiana, podemos concluir que o uso reiterado de imagens que circulam no imaginário social (Bazcko, 1985) desencadeia um processo *continuum* de reconhecimento e rememoração no consumo das imagens midiáticas.

Figura 4. À esquerda, a imagem da personagem Gabriela (1975), à direita a fotomontagem que circulou nas redes sociais.



Fuente: Google Imagens.

Tais exemplos também são característicos dos processos de convergência, na medida em que compreendemos que esses processos também ocorrem quando os receptores se apropriam de determinados conteúdos midiáticos para dar outros sentidos a eles, de acordo com as suas experiências midiáticas e de vida, como pode ser percebido na fotomontagem da minissérie *Gabriela*, que viralizou nos sites de redes sociais ao ironizar uma operadora de telefonia celular e a dificuldades dos usuários em captar o sinal (Figura 4). Afinal, como afirma Lopes (2011), a audiência faz uso de certos conteúdos da telenovela “como *recurso* para dar sentido às suas identidades e para alterar a percepção de suas condições sociais. Por isso, a telenovela pode atuar na expansão de capacidades de uso da *narrativa como um recurso* nas práticas e interações cotidianas”.

Em consonância com essa perspectiva, Jenkins (2008, p. 28) afirma que “cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformado em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana”. Dessa forma, compreendemos que essas apropriações feitas pelos receptores, a partir de suas experiências de vida e de seus sentimentos, são capazes de produzir novos sentidos, não apenas em relação à narrativa da telenovela, mas ao próprio cotidiano desses sujeitos.

5. Considerações finais

As pessoas dedicam parte de seu tempo a assistirem televisão, ouvir rádios, ler revistas e jornais, navegar na internet, tudo isso possibilita identificações, sobretudo àquelas concernentes ao consumo. Assim, compreender os processos que se estabelecem entre as audiências e telenovela requer, sobretudo, estudar

as relações desenvolvidas no contexto sócio-histórico, no qual os receptores encontram-se inseridos. É preciso ver nessa prática social sua dimensão cultural e explorar os modos como os significados, mobilizados pela telenovela, tornam-se parte da vida cotidiana dos receptores. E, assim, compreender o quanto esse significado serve nos contextos estruturados da vida cotidiana, a fim de reafirmar ou questionar pressupostos tradicionais, tidos como estabelecidos. Nessa dinamicidade, o cotidiano dá significado à telenovela, ao mesmo tempo em que esta dá significado aos fenômenos do cotidiano, entrando em contato com as pessoas, integrando suas vidas, chegando, às vezes, a desvendar mecanismos através dos quais essas vidas se organizam socialmente.

A partir do uso de tecnologias de comunicação, esse processo de reconhecimento e rememoração é acrescido da apropriação dessas imagens ícones que nos afetam¹⁷, resultando em novas interpretações que, por sua vez, resgatam do passado personagens e narrativas que circulavam muito antes da existência da internet. Falamos aqui de fotomontagens que exploram narrativas do passado a partir das situações sócio-históricas atuais e memes capazes de fazer o cruzamento de narrativas distintas, evidenciando não apenas a competência técnica dos receptores frente às tecnologias digitais, mas também uma competência cognitiva em realizar essas associações variadas.

Nosso argumento é que vivemos em uma cultura em que grande parte da memória social é constituída de imagens que circulam nas várias telas e estas imagens sofrem modos de apropriação diversos. Como argumentado anteriormente, a cultura da telenovela se expressa também nesse processo de resgate e fazer circular imagens e afetos relacionado a personagens de telenovelas exibidas há várias décadas. Outro exemplo dessa memória afetiva em torno da cultura da telenovela foi observado, em pesquisa anterior, referências a tramas do passado nas várias redes sociais, seja na criação de perfis, fanpages e blogs não oficiais dedicados aos personagens da telenovela, memes que relacionam narrativas distintas, dentre outras manifestações da audiência que põe em cena lado a lado o passado e o presente da telenovela no Brasil.

Referencias bibliográficas

- Aquino, M. C. (2012). *Convergência entre Televisão e Web: proposta de categorização analítica* [Tese]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10183/72495>.
- Bazcko, B. (1985). A imaginação social. In: Leach, E. et al. *Anthropos-homem* (pp. 296-332). Lisboa: Imprensa Nacional/Casa da Moeda.

¹⁷ Chamamos de afeto o componente emocional de uma experiência, ligada ou não a uma representação. Suas manifestações podem ser múltiplas: amor, ódio, cólera, etc. (Dhote, 1989). Trata-se de considerar o sujeito espectador em sua dimensão subjetiva, mas de maneira não-analítica, sem remontar às estruturas profundas de seu psiquismo, permanecendo nas manifestações de superfície que são as emoções.

- Borelli, S. H. S. (2001). Telenovelas brasileiras: balanços e perspectivas. *São Paulo em Perspectiva*. [on-line]. vol.15, n.3, pp. 29-36. Recuperado de <http://twixar.me/8QK>.
- Buonano, M. (2004). Além da proximidade cultural: não contra a identidade, mas a favor da alteridade. Para uma nova teoria crítica dos fluxos televisivos interacionais. In: Lopes, M. I. V. de. (org.) *Telenovela. Internacionalização e Interculturalidade*. São Paulo: Edições Loyola.
- Dhote, A. (1989). Cinéma et psychanalyse. In: *CinémAction*, No. 50, Saint-Denis (France): Charles Corlet.
- Giddens, A. (1989). *A Constituição da Sociedade*. São Paulo: Martins Fontes.
- Gombrich, E. H. (2012). *Os Usos das imagens: estudos sobre a função social da arte da comunicação visual*. Porto Alegre: Bookman.
- Hall, S. (1997). A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. In: *Revista da Educação e Realidade*, Porto Alegre, 22(2), 15-46.
- Hall, S. (2003). *Da diáspora: Identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: Editora da UFMG.
- Jacks, N., Schmitz, D., Oikawa, E., Sifuentes, L., & Pieniz, M. (2012). Circulação e consumo de telenovela: Passione num cenário multiplataforma. In: *Comunicação, mídia e consumo*. São Paulo: ESPM, ano 9, vol. 9 n. 26, 91-210.
- Jacks, N. et al. (2013). Passione e Avenida Brasil: produção crossmídia e recepção transmidiática? In: Lopes, M. I. V. (org.) *Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira* (pp. 135-177). Porto Alegre: Sulina.
- Leal, O. F. (1986). *A leitura social da novela das oito*. Petrópolis: Vozes.
- Lemos, A. (2009). Cibercultura como território recombinante. In: Trivinho, E. & Cazelo, E. (org.). *A cibercultura e seu espelho: campo de conhecimento emergente e nova vivência humana na era da imersão interativa* (pp. 38-46). São Paulo: ABCiber; Instituto Itaú Cultural. Recuperado de <http://migre.me/2gHGa>.
- Lopes, M. I. V. de (org.). (2004). *Telenovela. Internacionalização e Interculturalidade*. São Paulo: Edições Loyola.
- Lopes, M. I. V. de. (2011). A recepção transmidiática da ficção televisiva: novas questões de pesquisa. In: Filho, J. F.; Borges, G. (Org.). *Estudos de televisão. Diálogos Brasil-Portugal*. Porto Alegre: Sulina.
- Lopes, M. I. V. de et al. (2013). Das ficções às conversações: a transmidiação do conteúdo ficcional na *fan page* da Globo. In: Lopes, M. I. V. (org.) *Estratégias de transmidiação na ficção televisiva brasileira* (pp. 135-177). Porto Alegre: Sulina.
- Martín-Barbero, J. (2004). *Ofício de cartógrafo. Travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Loyola.
- Mazziotti, N. (2004). A força da emoção. A telenovela: negócios, audiências, histórias. In: Lopes, M. I. V. de (org.). *Telenovela. Internacionalização e Interculturalidade*. São Paulo: Edições Loyola.
- Motter, M. L. (2004). Mecanismos de renovação do gênero telenovela. Empréstimos e doações. In: Lopes, M. I. V. de (org.). *Telenovela. Internacionalização e Interculturalidade*. São Paulo: Edições Loyola.

Oualalou, L. (2013). A fábrica de sonhos da Globo. Novelas, a construção de uma nação de telespectadores. Recuperado de <https://www.diplomatique.org.br/artigo.php?id=1461>.

Silva, L. A. P. (2012). *Melodrama como matriz cultural no processo de constituição de identidades familiares: um estudo de (tele)novela e bumba-meu-boi – Usos, consumo e recepção*. [Tese]. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10183/55326>

Straubhaar, J. (2004). As múltiplas proximidades das telenovelas e das audiências. In. Lopes, Maria Immacolata Vassallo de. (org.). *Telenovela. Internacionalização e Interculturalidade*. Sao Paulo: Edições Loyola.

Strohschoen, A. M. (2003). *Mídia e memórias coletivas*. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação), Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo: UNISINOS.

—

Información de las autoras

Erika OIKAWA

erikaoikawa@gmail.com

Graduada em Jornalismo pela Universidade Federal do Pará (UFPA), Mestre em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PPGCOM/PUCRS), Porto Alegre, RS, Brasil. Bolsista CAPES/FAPERGS.

Lourdes ANA PEREIRA SILVA

lourde_silva@hotmail.com

Doutora em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM/UFRGS). Docente no mestrado Interdisciplinar em Ciências Humanas da Universidade de Santo Amaro (UNISA) e do curso de Publicidade e Propaganda da mesma instituição, Santo Amaro, SP, Brasil.

Sara ALVES FEITOSA

sarafeitosa@unipampa.edu.br

Doutora em Comunicação e Informação (UFRGS) com estágio doutoral no Centre D'Étude des Images et des Sons Médiatiques (CEISME), na Université Sorbonne Nouvelle - Paris 3. Mestre em Educação (UFRGS). Graduada em Jornalismo (Unisinos). Professora adjunta nos cursos de Comunicação Social da Universidade Federal do Pampa (UNIPAMPA), Campus São Borja, RS, Brasil.

Emergencia indígena, Comunicación-otra y Buen Vivir. Pensar la socio-praxis comunicativa de los pueblos indígenas

*Indigenous Emergence, Communication-other, and Well Living.
Considering the communicative socio-praxis of indigenous people*

*Emergência indígena, Comunicação-outra e Bem Viver. Pensar a
prática comunicativa dos povos indígenas*

Claudio Andrés MALDONADO RIVERA

Universidad de La Frontera, Temuco / CIESPAL

Carlos REYES VELÁSQUEZ

Universidad de La Frontera, Temuco

Carlos DEL VALLE ROJAS

Universidad de La Frontera, Temuco

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 128, abril - julio 2015 (Sección Ensayo, pp. 165-182)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 11-02-2015 / Aprobado: 03-03-2015

Resumen

Emergencia indígena, Comunicación-otra y Buen Vivir son conceptos que este trabajo imbrica para aportar a la comprensión de la socio-praxis comunicativa que los pueblos indígenas latinoamericanos generan en el actual escenario (hiper) mediático, considerando las relaciones de conflicto que mantienen con el sistema de mando colonial de los Estados-nación en su alianza con el capitalismo global. Se establece que las prácticas comunicativas indígenas introducen sistemas de significación alterativos a los modos de representación impuestos por la colonialidad, produciendo una Comunicación-otra que tributa a la utopística de pensar/habitar otros mundos posibles.

Palabras clave: emergencia indígena, Comunicación-otra, Buen Vivir, prácticas comunicativas.

Abstract

Indigenous emergence, Communication-other and Well Living are concepts overlapped in this work, which are aimed to help to the understanding of the communicative socio- praxis that Latin American indigenous peoples generate in the current media landscape, considering the relations of ongoing conflict with the system of colonial control of the nation-state in its alliance with global capitalism. It is established that indigenous communicative practices introduce alterative systems of meaning to the means of representation imposed by colonialism, hence producing a different kind of Communication-other that negatively impacts the opportunity of thinking / living in other possible worlds.

Key Words: indigenous emergence, Communication-other, Well Living, communicative practices.

Resumo

Emergência indígena, Comunicação-outra e Bem Viver são conceitos interligados neste trabalho a fim de contribuir para a compreensão dos processos de comunicação gerados pelos povos indígenas da América Latina no atual cenário da (hiper)mídia, considerando a relação de conflito com o sistema colonial de Estados-nação modernos e capitalismo global. Estabeleceu-se que as práticas de sócio-comunicação indígenas incorporam sistemas alterativos de significação aos modos de representação impostas pela colonialidade, produzindo uma Comunicação-outra que contribui para a utopística de pensar/viver outros possíveis mundos.

Palavras-chave: emergência indígena, Comunicação-outra, Bem Viver, práticas comunicativas.

1. En torno a la emergencia indígena¹

Los pueblos indígenas que habitan Latinoamérica han sobrevivido durante siglos a las prácticas que el mundo occidental ha ejercido como formas de clasificación, explotación y control sobre esta vasta población, situación que Aníbal Quijano (2007) explica a través del concepto de colonialidad del poder².

Dussel (1994), Mignolo (2003; 2007), Quijano y Wallerstein (1992) concuerdan que la llegada del *ego conquiro*³ a las tierras del Nuevo Mundo es el hito fundacional del sistema mundo moderno-colonial. Acontecimiento que desataría un modelo de dominación heterárquico, afectando los planos molares y moleculares de la población “descubierta”.

La deslegitimación de los otros-conquistados es explicada por Maldonado Torres (2007) como un proceso de sub-ontologización que se desprende del “escepticismo misantrópico colonial/racial”. La dominación del otro ha operado a través de dispositivos de inferiorización/anormalización de las subjetividades y epistemes que no reproducen la racionalidad moderna/colonial/occidental, incluso, ha estado supeditada a una necropolítica (Mbembe, 2011) que ha administrado la vida y la muerte de indígenas a lo largo de la historia. El “otro” es representado como alteridad radical, pues esto ha permitido históricamente configurar un discurso de la “mismidad” basado en la superación del “nosotros” procedente del centro del sistema de dominación, generando, por efecto, que la relación entre mundo occidental y mundos indígenas esté caracterizada por el conflicto. Retomando el pensamiento de Simmel (2010), es factible señalar que el conflicto opera como principio rector de sus interacciones sociales y culturales.

Si bien los aspectos antes descritos han estado presentes en la cartografía histórica del pensamiento latinoamericano, queremos centrar este trabajo en la problemática indígena que se suscita a partir de la última década del siglo XX, período en que la relación de conflicto se redefine. A partir de los noventa la situación de los pueblos indígenas cobra relevancia sustancial en el debate político, social y cultural de los Estados-nación, dado que los diversos movimientos y organizaciones indígenas ingresan al campo de lucha sociocultural en defensa de sus matrices simbólicas, sus territorios y promoviendo formas de imaginar el

1 El trabajo es parte de las reflexiones teóricas y conceptuales asociadas al proyecto FONDECYT de Iniciación número 11140180, titulado “Apropiación tecnológica, discurso y decolonialidad: la producción informativa digital mapuche en el marco del conflicto Estado-nación y Pueblo Mapuche en la región de La Araucanía”. Cabe señalar que también es parte de las discusiones vinculadas al proyecto FONDECYT Regular número 1120904; y al proyecto DIUFRO D113-0024.

2 Aníbal Quijano señala que la colonialidad “es uno de los elementos constitutivos y específicos del patrón mundial de poder capitalista. Se funda en la imposición de una clasificación racial/étnica de la población del mundo como piedra angular de dicho patrón de poder, y opera en cada uno de los planos, ámbitos y dimensiones, materiales y subjetivas, de la existencia cotidiana y a escala social (Quijano, 2007, p. 93).

3 El *ego conquiro* para Dussel (2011) representa la protohistoria del *ego cogito* cartesiano. Con ello refiere a que en las bases que fundan el pensamiento moderno, antes de la racionalidad que instauró René Descartes se implementa una ontología basada en la experiencia de la dominación.

mundo divergentes al modelo establecido por la modernidad y la globalización neoliberal, dando cuenta de una imaginación política y cultural que desborda la lógica instrumental del mundo moderno/colonial/occidental.

Bengoa (2000) establece que durante la última década del siglo XX se evidencia un desplazamiento en los modos de discutir la situación indígena en el continente. Hasta mediados del siglo pasado la defensa de lo indígena estuvo sujeta a un discurso proveniente desde las castas intelectuales y políticas criollas. Sus demandas y problemáticas eran representadas por otros-hegemónicos, lo que se conoce como “indigenismo”⁴. Ello responde claramente a los argumentos de Spivak (2003), al momento de reflexionar en torno a las “mecánicas de construcción del otro” como tecnologías que producen la alteridad desde la identidad hegemónica.

La inserción del continente a los procesos de globalización económica y cultural trajo consigo el resurgimiento de lógicas de identificación por parte de los sujetos subalternizados. Las organizaciones indígenas, en este nuevo escenario, generan una “conciencia étnica” asociada a sus derechos, su autonomía y su diferenciación, lo que, en palabras de Bengoa denota la “cuestión indígena”:

La “cuestión indígena” es un concepto neutro que denota la aparición de la temática étnica en las sociedades latinoamericanas, pero posicionada de un nuevo modo. La “cuestión indígena” conlleva la existencia de nuevos actores indígenas, organizaciones étnicas, reuniones y declaraciones de carácter etnicista, acciones de reivindicación, movimientos étnicos y, en fin, un conjunto de demandas en que el carácter indígena aparece como central. (Bengoa, 2000, p. 24)

La “cuestión indígena” ha exigido a los gobiernos de turno incorporar en sus agendas programas que atiendan a los diversos tópicos que de ella se desprenden: educación, territorio, lengua, derechos, interculturalidad, etc. Sin embargo, el carácter uni-nacional de diversos Estados-nación latinoamericanos ha impedido que los pueblos indígenas sean reconocidos desde la autonomía y la diferencia que demandan como bases de un proyecto político-cultural que aboga por la inclusión desde lo plural. Ello porque problematiza el imaginario de unidad que le es constitutivo al Estado-nación desde su génesis; y si bien éste promulga una política intercultural, ésta más bien atiende a una lógica multicultural que reproduce la segregación y la exclusión (Jameson & Zizek, 1998). En efecto, la “demanda indígena” no tan sólo busca beneficios para las propias comunidades “sino que propone crecientemente cambios que afectan al conjunto de la sociedad nacional y el Estado” (Bengoa, 2000, p. 27). Y, cómo no, modificar el rol que presenta el mercado global en la afección de sus identidades y territorialidades.

4 José Bengoa, respecto a la noción de indigenismo, aclara en el 2° pie de página de su texto lo siguiente: “En todo este trabajo ocuparemos el concepto “indigenismo” en la acepción que le dio Aguirre Beltrán, “la realización de políticas para los indígenas dirigidas por no indígenas”. La obra a la cual alude Bengoa es Gonzalo Aguirre Beltrán, *Obra Antropológica Completa*, Fondo de Cultura Económica, México, 1991, tomo II. (Bengoa, 2000, p. 20)

Con base en lo anterior surge el concepto de “emergencia indígena”, el cual da cuenta de los diversos proyectos de lucha que los pueblos indígenas han venido desarrollando como subjetividad antagónica a los dispositivos de producción de la mismidad/alteridad de los Estados-nación y a los mecanismos de regulación/explotación impuestos por la globalización capitalista-neoliberal.

Bengoa (2000) establece tres factores para comprender la “emergencia indígena” desatada en los noventa: *globalización, guerra fría y modernización*, los cuales se abordan a continuación:

1) Concordamos con Bengoa en que la globalización ha generado una revitalización de las identidades locales, claro está, en un marco estratégico en que lo local dialoga con lo global. Es fundamental comprender que “emergencia indígena” no responde a un desprendimiento de los procesos de globalización, sino que configura un sistema de redes con lo global, sin que por ello la identidad se vea resquebrajada. La “emergencia indígena” introduce en el actual escenario global formas de “complicidad subversiva” (Grosfoguel, 2004) o estrategias de “pensamiento fronterizo” (Mignolo, 2003), pues desde la diferencia se producen discursos que, operando históricamente al interior de las comunidades, actualmente están dispuestos en los canales de intercambio simbólico como alicientes para el cambio de la estructura de mando colonial y como formas de autoafirmación de sus propias identidades.

Enfatizar, también, que este proceso no responde, exclusivamente, a la incorporación de discursos arraigados a la tradición cultural, pero sí tener presente que las actuales estrategias de comunicación desde lo local ponen en marcha procesos de semiosis que al ingresar a la semiósfera dominante buscan alterarla en función de códigos alternativos o alterativos a los que en ésta se organizan.

2) Es cierto que al finalizar la guerra fría se experimentó el surgimiento de identidades que no se restringieron al plano de las disputas ideológicas centrales del sistema mundo-moderno que, de paso, marginaron sistemas de pensamiento provenientes desde sus periferia constitutiva. Tal situación sufre modificaciones producto de la proliferación y entrada de nuevos relatos disidentes. La “emergencia indígena” es expresión de las múltiples visiones de mundo que desde la diversidad se están llevando a cabo como narrativas disruptivas. Los movimientos indígenas discuten y proyectan su propio porvenir. Existe una proliferación de sistemas de pensamiento creativo que encuentran en el espacio de lo propio los alicientes para el cambio de la actual estructura de mando colonial:

Los indígenas en estos últimos años se han liberado de los pesos ideológicos que los amarraban durante casi todo el siglo veinte iniciando un camino de construcción de nuevos paradigmas, nuevos discursos, combinaciones curiosas y novedosas de temas antiguos, de viejas tradiciones, con nuevos y posmodernos planteamientos. (Bengoa, 2000, p. 44)

Sin embargo, a diferencia de Bengoa, creemos que lo que está actualmente en la palestra de los planteamientos procedentes del mundo indígena no refiere a una lectura posmoderna del mundo, sino a una lucha por la materialización de lo que Dussel (2004) define como *transmodernidad*. El primero nos habla de hibridismos que pueden llevar a la anulación de las diferencias; lo transmoderno refiere al rescate de las fuerzas de lucha que desde la diferencia colonial subalternizada aportan a la mutación estructural de los fundamentos de la modernidad/colonialidad.

Para Dussel (2004) concebir un mundo transmoderno reside en la necesaria incorporación de innovadoras lógicas de convivencia humana fundadas en criterios alternativos a los que la modernidad, el capitalismo y la globalización hegemónica han impuesto:

las culturas de la mayoría de la humanidad excluidas por la modernidad (que no son ni serán posmodernas) y por la globalización (porque la miseria es necesidad “sin dinero”, sin solvencia, y por lo tanto no es mercado) guardan una inmensa capacidad y cantidad de invenciones culturales necesaria para la sobrevivencia futura de la humanidad, para una nueva definición de la relación humanidad-naturaleza desde el punto de vista ecológico, desde el punto de vista de relaciones interhumanas de solidaridad (no reductivamente definidas con el criterio solipsista y esquizoide del mero aumento de la tasa de ganancia). (Dussel, 2004, p. 222)

3) Por último, Bengoa establece como factor de la “emergencia indígena” el proceso modernizador, relacionado a la apertura del mercado global y al impacto que éste genera en el debilitamiento de los Estados-nación respecto a su rol regulador de las economías nacionales. Bengoa expone que la modernización concretiza una alianza entre democracia y mercado, vínculo “matrimonial” que consolida los procesos de exclusión que experimenta una gran parte de la población del continente latinoamericano, entre ella los pueblos indígenas. El desarrollo, en tanto leitmotiv de los discursos político-institucionales, responde a la sumisión del Estado al liderato del mercado global. Los privilegiados del desarrollismo son quienes poseen los medios de producción para sostenerse en una aldea global mercantilizada. Una vasta población observa desde los márgenes los procesos de desarrollo como quimera. Los Estados-nación son incapaces de proteger a la totalidad de la población de las alianzas mercantiles que consolidan un espacio social estratificado. Es más, cuando la ciudadanía emerge antagónicamente, denunciando la exclusión y demandando procesos equitativos, la institucionalidad pone en marcha mecanismos de regulación/control/disciplina. Los Estados-nación pierden su poder regulatorio frente al mercado, pero en caso alguno su poder opresor, siendo una máxima en este punto el trato que ejercen en desmedro de los pueblos indígenas. La manifestación del colonialismo interno se torna evidente, pasando a ser la norma(lidad) de seguridad de la sociedad y de la propia legitimidad institucional (González, 2006).

Los indígenas movilizados por sus derechos, demandas y proyectos de autonomía son representados como sujetos de ruptura frente al proyecto modernizador que en el actual escenario global lleva a cabo la democracia representativa y el libre mercado. Este proceso de exclusión y estratificación de la población produce una heterogeneidad social, económica y cultural que impacta sustancialmente en la población y, particularmente, en la población indígena.

Emergencia indígena, por tanto, responde a una subjetividad antagonista y autónoma frente al dominio de la colonialidad del poder global. Desde los márgenes que le son constitutivos al sistema de mando colonial emergen las voces de la disidencia, caracterizadas por su arraigo a elementos de autoidentificación⁵, pero también de innovación respecto a sus formas de lucha en el actual contexto sociocultural, en el cual las prácticas comunicativas efectuadas por estos colectivos cumplen un rol estratégico.

En este sentido, y a modo de ejemplo de lo dicho hasta aquí, el reciente fallo de la Corte Interamericana de Derechos Humanos⁶ en contra del Estado-nación chileno y a favor de un grupo de dirigentes mapuches que habían sido enjuiciados por los tribunales de Chile, debe ser entendido como una doble señal:

1) Un ejemplo más de la fragilidad creciente de los Estados nacionales para gestionar la diferencia desde sus estructuras cada vez más fatigadas, pero que a la vez intentan reproducir su hegemonía. De este modo, este caso es el primero de una larga historia de hegemonía y control desde el sistema jurídico-judicial, estructura que junto a la fuerza policial, en la represión, y las instituciones públicas, en la disuasión, garantizan el ejercicio del poder desde el Estado-nación.

2) Un relevamiento de carácter transnacional de las problemáticas nacionales, en las cuales históricamente sólo se ha logrado profundizar la diferencia como argumento para el control. Cuando la Corte Interamericana reconoce en su fallo la “existencia de estereotipos, prejuicios y discriminación en las sentencias penales [las cuales] utilizan expresiones discursivas cuya carga valorativa, moral y/o política denota la aceptación y reproducción de estereotipos que incluyen fuertes prejuicios sociales y culturales” (CIDH, 2014; Del Valle, 2013 y 2014), produce una ruptura de un tipo de estrategia hegemónica histórica, desde los tribunales, a la vez que deslegitima el uso de la diferencia como estrategia de exclusión.

5 Es importante enfatizar que los procesos de autoidentificación responden a lo que Bengoa conceptualiza como “conciencia indígena”, término que refiere “a la autopercepción de un grupo humano de poseer diferencias culturales profundas con el resto de la población (historia, lengua, religión, tradiciones, e incluso raza) y postular colectivamente su derecho a mantener esas diferencias, esto es, a no asimilarse culturalmente” (Bengoa, 2000, p. 22).

6 Se trata del fallo de la Corte Interamericana de Derechos Humanos sobre el Caso Norín Catrimán y otros (dirigentes, miembros y activista del pueblo indígena de Chile) contra el Estado nación de Chile, cuya sentencia fue dictada el 29 de mayo de 2014 (Fondo, Reparaciones y Costas). En lo principal, en lo que concierne a este trabajo, la Corte declara que: “El Estado violó el principio de legalidad y el derecho a la presunción de inocencia” y que “El Estado violó el principio de igualdad y no discriminación”.

2. Por una Comunicación-otra desde los pueblos

En relación a lo desarrollado en el apartado anterior y en consideración del rol que la comunicación cumple en el marco de la sociedad global, interesa reflexionar en torno a las prácticas comunicativas que organizaciones, movimientos o agrupaciones indígenas de todo el continente están efectuando en el actual ecosistema (hiper)mediático, con el fin de afianzar un camino de valorización de lo propio, integración desde la diferencia y, a la vez, tributar a la redefinición del actual universo moderno/colonial, optando por un pluriverso/decolonial (Maldonado, 2013).

Sostenemos que las diversas prácticas comunicativas que actualmente ejecutan los comunicadores indígenas responden a una forma de comunicar-otra, en la cual los aspectos que definen la emergencia indígena adquieren relevancia sustancial, en tanto formas de comunicar que van de la identidad hegemónica como estancamiento a la alteridad como nuevas posibilidades de significación y relación (Maldonado, 2010).

Comunicación-otra no se delimita a la tradición de la comunicación alternativa, aunque, obviamente, presenta elementos que son propios de esta forma de categorizar la comunicación como praxis contrahegemónica. Simpson (1984) señaló que los medios de comunicación alternativos implican una opción oposicional frente al discurso dominante. En tanto opción oposicional, se entiende que sus condiciones de producción dependen de una operatoria relacional/confrontacional/interdiscursiva con el sistema de medios hegemónicos (Ammann & Da Porta, 2008), construyendo un discurso que se gesta en función del reconocimiento de condiciones sociohistóricas de dominación. El carácter relacional/confrontacional/interdiscursivo que define lo alternativo debe ser pensado como respuesta adversativa a lo hegemónico. El campo cultural/comunicativo que genera lo alternativo es un campo de “luchas por la representación” (Da Porta, 2008, p. 28), y en tanto luchas por la representación son sistemas de sentido que buscan ser disruptivo del orden semiótico dominante.

Sin embargo, siguiendo a Jorge González (2011), establecemos que no siempre las prácticas de comunicación-otras pueden ser categorizadas como alternativas. González propone un análisis del epíteto “alternativo” atribuido a diversas prácticas comunicacionales que han emergido desde los grupos subalternizados, aclarando que no siempre esta asignación corresponde a sus formas concretas de comunicación:

Al parecer no había más que dos opciones: si no eras alternativo, entonces eras enajenado, integrado al “sistema”. Pero no porque se autodenominara a sí misma “alternativa”, necesariamente lo era. En una veta más romántica, se pensaba también que era popular todo aquello que el pueblo hiciera y a eso se le agregaba que simplemente por “ser pueblo” tenía la razón histórica (era “alternativo”). Me temo que no pocas iniciativas de comunicación llamadas “alternativa” se vieron limitadas, no

solamente por los fines, sino especialmente por diagnósticos más bien morales que de facto. (González, 2011)

Comunicación-otra, desde el punto de vista de la emergencia indígena, refiere a la producción de sistemas de pensamiento que exponen formas de relación entre sujetos y entre sujetos y entorno, ambas basadas en la valorización de lo humano y la naturaleza por sobre el mercado y el progreso. Además, son formas de comunicar que buscan modificar –desde los espacios de enunciación locales– los modos en que la alteridad ha sido representada desde la colonialidad. La negación del otro es develada, pero a la vez es superada por la autovalidación de la diferencia. Una negación de la negación a partir de la propia afirmación, en tanto proceso analéctico cuya teleología es la transformación de las condiciones de dominación para asegurar la liberación de los oprimidos (Dussel, 2011).

Entendamos que no se está aludiendo sólo a discursos oposicionales al sistema de medios hegemónicos, sino a innovadoras formas de representar la realidad desde la validación de la alteridad. No sólo se está en presencia de sistemas alternativos de comunicación. Los actuales procesos comunicativos que se desprenden desde los locus de enunciación indígena refieren –también– a sistemas de comunicación alterativos.

Una comunicación-otra responde al derecho a la comunicación por parte de los pueblos indígenas, en tanto formas de comunicar autónomas enfrentadas a la colonialidad. Por ello, la mera oposición no es funcional en estas prácticas. Debe haber un sistema de comunicación/significación que remodele el horizonte impuesto por la modernidad/colonialidad desde la disrupción. Comunicación-otra desde la lógica que propone la emergencia indígena apunta a un nuevo orden civilizatorio asentado en las narrativas de los colectivos humanos que, dado su emplazamiento en el plexo subalterno de la diferencia colonial, han resguardado en sus memorias sistemas simbólicos que no han tenido cabida en los archivos salvaguardados por la colonialidad. La disrupción es generada porque estas narrativas emergen desde el silencio, introduciendo concepciones múltiples de cómo vincularnos y diseñar futuros en que la explotación y la dominación no sean la norma a reproducir. Disrupción alterativa y no solamente oposición como alternativa, porque su incorporación en la ecología (hiper)mediática no obedece exclusivamente a la contingencia decretada por los medios de comunicación hegemónicos, puesto que son capaces de irrumpir con agendas autónomas, vinculadas a sus propias necesidades y proyectos de cambio civilizatorio.

Comunicación-otra y emergencia indígena refieren, en definitiva, a los anhelos de liberación que los sujetos construyen desde sus propios espacios de enunciación, otorgando al mundo perspectivas de pasado, presente y futuro fundadas en sistemas de pensamiento que durante siglos han estado en los márgenes generados por la racionalidad moderna/colonial.

Organizaciones indígenas de Latinoamérica han señalado en declaraciones y comunicados aspectos que se condicen a lo hasta ahora señalado. Existe en sus

acuerdos y discursos la necesidad de exponer a la comunidad global el derecho a comunicar desde sus especificidades culturales, identitarias, cosmológicas y epistémicas.

En el marco del I Encuentro Nacional de Comunicación Indígena realizado el año 2006 en Colombia, pueblos indígenas en vínculo con otras entidades, declaraban:

1. Desde la ancestralidad los pueblos indígenas hemos venido creando y ejerciendo nuestro derecho mayor, nuestro derecho natural, nuestras formas propias de comunicación basados en cosmovisiones, usos y costumbres a través de los cuales hemos pervivido culturalmente en el tiempo y el espacio teniendo como base la identidad, la defensa de la territorialidad, nuestras lenguas, autonomía y soberanía.

2. A través de diferentes encuentros interculturales hemos venido construyendo nuestro propio sentir y enfoque de la comunicación ligado a nuestros planes de vida. Dentro de este enfoque hemos incorporado herramientas tecnológicas a las que no somos ajenos. Si bien, consideramos que los medios masivos de comunicación producen impactos y cambios en las formas y actitudes de la vida social, económica, cultural y política de los ciudadanos también lo es que nuestro pensamiento propio prevalece aún en contra de los mecanismos y políticas consumistas que pretenden homogenizarnos los cuales amenazan la existencia de la diversidad cultural de los pueblos originarios⁷.

Con antelación, el año 2003, en la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información realizada en Ginebra, representantes de los pueblos indígenas expresaban:

Los pueblos indígenas reafirmamos nuestras propias formas e instrumentos de comunicación tradicional, como válidos para una comunicación humana que enriquezca la vida social, con equilibrio y respeto entre los seres humanos y la madre naturaleza.

La comunicación es una práctica social cotidiana y milenaria de los pueblos Indígenas que es fundamental para la convivencia armónica entre los seres humanos y la naturaleza. Para los pueblos Indígenas la comunicación es integral pues parte de una cosmovisión en la cual todos los elementos de la vida y la naturaleza se hallan permanentemente relacionados e influidos entre sí. Por esta razón la comunicación tiene como fundamentos una ética y una espiritualidad en que los contenidos, los sentimientos y los valores son esenciales en la comunicación⁸.

7 Consultar en http://www.movimientos.org/es/enlacei/show_text.php3%3Fkey%3D7981.

8 Consultar en http://www.puebloindio.org/Declaracion_CMSI_03.htm.

Y por último, el año 2010, en la Declaración de la Cumbre Continental de Comunicación Indígena de Abya Yala se señaló:

Que la comunicación indígena se sustenta en la vida, cosmovisión, identidad, valores, cultura, idiomas originarios y aspiraciones de los pueblos y nacionalidades indígenas.

Que la comunicación indígena sólo tiene sentido si, en el marco de nuestra cultura, la ponemos al servicio de la vida para dar a conocer a todos los pueblos del Abya Yala y al mundo, las luchas por nuestros territorios, por nuestros derechos, por nuestra dignidad e integridad.

Que la comunicación indígena es un derecho que nos comprometemos a ejercer con autonomía, con profundo respeto a nuestro mundo espiritual, en el marco de la pluralidad cultural y lingüística de nuestros pueblos y nacionalidades.

Que la comunicación es un poder que debemos apropiarnos y ejercer para incidir en la sociedad y en la formulación de políticas públicas que nos garanticen el derecho de acceder a los medios de comunicación y nuevas tecnologías⁹.

Los tres discursos acá citados presentan puntos de encuentro, lo que demuestra la continuidad y coherencia de los planteamientos que los pueblos indígenas están declarando respecto al valor y las funciones asignadas a la comunicación en la era de las redes tecnocomunicativas.

En las tres declaraciones se establece que la comunicación debe estar al servicio de los pueblos indígenas y, para ello, debe asegurarse que exista una producción comunicativa autónoma, asumiendo su propia voz y locus de enunciación. Estas declaraciones concuerdan en que la comunicación es un medio para la validación de sus elementos culturales, los procesos de lucha en función de su autonomía, así como también en la prominencia que ésta adquiere al momento de incidir en la sociedad occidental. La voz de los indígenas emerge para la configuración de mundos-otros y como sistemas discursivos a favor de la auto-representación.

La multiplicidad de prácticas comunicativas efectuadas por agentes indígenas instalan en la esfera de consumo simbólico evidentes manifestaciones de arraigo cultural, validación idiomática y creencial, autodeterminación, preservación identitaria, estrecho vínculo con la naturaleza y una evidente tensión/conflicto con los mecanismos que desde la colonialidad del poder persisten (Maldonado, 2013).

9 Consultar en <http://www.cineforum.cl/2010/11/declaracion-de-la-cumbre-continental-de-comunicacion-indigena-de-abya-yala/>. Cabe considerar que las cumbres y encuentros realizados recientemente en esta materia persisten en los fundamentos que han sido presentados a través de las citas acá seleccionadas.

En directa relación con lo planteado anteriormente, Juan Francisco Salazar (2002) se refiere a las prácticas mediáticas que están efectuando los conglomerados indígenas en Latinoamérica como formas de comunicación autónoma. Establece que los procesos de apropiación y adaptación tecnológica no refieren tan sólo a la reproducción de códigos provenientes del mundo occidental, sino a la capacidad de producir sistemas de significación procedentes de sus propias dinámicas endoculturales:

El caso de la práctica mediática indígena es relevante en este sentido, ya que va más allá de una apropiación y adaptación de tecnologías y códigos narrativos de la cultura visual occidental-industrial. Esta noción de apropiación se entiende como un proceso colectivo de auto-producción, lo que Bengoa y otros definen como etnogénesis, por medio del cual es posible mediar rupturas históricas y culturales dentro de sus propias comunidades y una manera alternativa de hacer valer su presencia en las políticas que los envuelven. (Salazar, 2002, p. 66)

Concordamos con Salazar (2002) en que las prácticas comunicativas en cuestión se caracterizan por ser dependientes de matrices culturales consolidadas en el largo proceso de reconocimiento y validación de la diferencia indígena por parte de los propios indígenas¹⁰. Los procesos de (hiper)mediación que estas praxis generan tensionan los sistemas de representación que los discursos de autoridad configuran en torno a la alteridad y la mismidad, además de incorporar lógicas de sentido alterativas a las que el modelo civilizatorio moderno/colonial ha instalado en el imaginario colectivo como únicos modelos de referencia a considerar (Maldonado, 2013).

Por tanto, si bien es cierto que estas prácticas comunicativas deben enfrentarse a un sistema de medios hegemónicos altamente monopolizado a nivel económico e ideológico, como también a una red discursiva generada desde diversas “instituciones legitimadas”, cuyos espacios de enunciación y sistemas de significación potencian y reproducen la colonialidad, su presencia exige que realicemos los esfuerzos necesarios para visibilizarlas y validarlas como fuerzas de reestructuración de un orden civilizatorio que mantiene permanentemente en crisis a la humanidad.

¹⁰ Se critica el concepto de hibridez que se atribuye constantemente a las prácticas de apropiación de elementos culturales ajenos. Al establecer que estamos frente a procesos de producción autónoma, dado los procesos de etnogénesis que han emergido en el continente, relevamos las prácticas descolonizadoras como alicientes de cambio social, en tanto se atribuye a los sujetos indígenas el reconocimiento de sujetos históricos en pugna, en contraste con la máquina neutralizadora que diseñan las reflexiones sobre la hibridez. Respecto a los discursos de la hibridez y el multiculturalismo, Silvia Rivera Cusicanqui señala: “Su función es la de suplantar a las poblaciones indígenas como sujetos de la historia, convertir sus luchas y demandas en ingredientes de una reingeniería cultural y estatal capaz de someterlas a su voluntad neutralizadora. Un ‘cambiar para que nada cambie’ que otorgue reconocimientos retóricos y subordine clientelaramente a los indios en funciones puramente emblemáticas y simbólicas, una suerte de ‘pongueaje cultural’ al servicio del espectáculo pluri-multi del Estado y de los medios de comunicación masiva” (Rivera, 2010, p. 62).

Respecto a lo anterior, es relevante atender al llamado que Juan Díaz Bordenave (2012) ha efectuado sobre la urgencia de pensar otra comunicación que tribute a la consolidación de un nuevo mundo posible. Explicitando las devastadoras prácticas que el capitalismo ha sostenido a lo largo de su consolidación, entre ellas: conquistas, esclavitud y colonialismo; mercantilización de la vida humana y de la naturaleza, estableciendo el consumismo y el hedonismo como prácticas normales en la subjetividad de los sujetos; exacerbación de la competitividad; explotación del medio ambiente e implementación de dictaduras y tratados internacionales en favor de los consorcios hegemónicos que lideran la economía global, Díaz Bordenave señala que los pueblos indígenas poseen un rol protagónico en la redefinición del orden civilizatorio actual, situación que éste atribuye a que sus creencias y prácticas se sustentan en el modelo del “Buen Vivir”, cuyos rasgos de especificidad a nivel humano, económico y ambiental desafían la lógica de acumulación lucrativa y la explotación del entorno que el desarrollismo capitalista promueve. Los postulados del Buen Vivir giran en torno a conceptos como armonía, unidad y cooperación comunitaria, entre otros.

3. Buen Vivir y comunicación

Quijano (2011) señala que el actual funcionamiento de la colonialidad del poder global configura un mundo en que las poblaciones subalternizadas deben luchar por su sobrevivencia, producto de la implementación de mecanismos predatorios que la reconcentración del poder ha puesto en marcha, entre ellos: privatización de lo público, concentración de los medios de producción, polarización social, explotación de la naturaleza, hiperfetichización del mercado, manipulación y control de recursos tecnocomunicativos, mercantilización de la subjetividad, entre otros.

Ante este escenario, los pueblos indígenas latinoamericanos explicitan una amplia gama de formas de luchas, caracterizadas por la incorporación de saberes tradicionales, activismo político, reapropiación territorial, demandas autonómicas, valorización idiomática, entre otras. En su conjunto, explican la entrada de epistemes-otras, cuyo carácter fronterizo tensiona la normalización de la sociedad occidental configurada desde la colonización hasta nuestros días.

Quijano considera que los procesos de lucha desplegados en Latinoamérica buscan “avanzar hacia la producción de un sentido histórico alternativo al de la Colonialidad/Modernidad/Eurocentrada” (2011, p. 84). En este sentido, se confrontan a los mecanismos de explotación del sujeto y su entorno; a la clasificación etnoracial, sexual y de género; al dominio de la racionalidad moderna; y al sistema de producción capitalista. Como bien apunta Quijano (2011), tales procesos requieren de prácticas sociales configuradas en base a la igualdad racial, sexual y social, respeto a las decisiones autónomas; respeto a las identidades y diferencias, capaces de asegurar la reciprocidad entre grupos y la distribución

igualitaria de los recursos entre la población mundial, y que apuesten por la asociación comunal a nivel de escalas regionales, locales y globales. En este marco, y recogiendo la mirada que Boaventura De Sousa Santos (2010) expresa sobre estos movimientos contrahegemónicos, se establece que lo que está en marcha es un debate civilizatorio, el cual, desde la posición asumida por los pueblos indígenas, se sustenta en la cosmovisión del Buen Vivir¹¹.

El Buen Vivir o *Sumak Kawsay* se presenta como propuesta de transformación del orden civilizatorio consolidado durante siglos desde la acera de la razón moderna/colonial. Se presenta como síntesis de saberes ancestrales propios del mundo indígena con los actuales debates y propuestas críticas que apuestan por redefinir las pautas tecno-instrumentales, el desarrollismo y la mercantilización que el orbe ha experimentado por sobre el respeto y la valoración del ser, su relación con los otros y el ambiente (León, 2010).

En el IV° Congreso Internacional Latina de Comunicación Social (CILCS), Alejandro Barranquero presentó las implicancias del Buen Vivir en los modos de pensar la comunicación y en su impacto para el cambio civilizatorio. Es decisivo, para ello, dejar de concebir la comunicación desde una lógica determinista al servicio del modelo de desarrollo propuesto por el Norte Global, de modo que sea constitutiva de un cambio paradigmático. Desplazar la razón instrumental para abogar por la integración de los sujetos, las culturas y sus entornos.

Barranquero (2012a) proyecta la comunicación para el cambio social con base en los fundamentos del Buen Vivir, enfrentando a esta última con la lógica de explotación que reina en el modelo civilizatorio moderno/colonial. Los rasgos de diferenciación entre el modelo de la Cosmovisión Moderna Eurocéntrica y el modelo de Cosmovisión del Buen Vivir, se exponen a continuación:

Tabla1. Cosmovisiones contrastadas

| Cosmovisión Moderna Eurocéntrica | Cosmovisión del Buen Vivir |
|----------------------------------------------|----------------------------------------------|
| Instrumentalización de la naturaleza | Integración humana con y desde la naturaleza |
| Fragmentación de saberes, estéticas y normas | Diálogo de saberes |
| Universalidad | Particularismo |
| Cuantificación | Cualidad |
| Intervencionismo y desarrollismo | Censura al desarrollo |
| Individualismo | Comunidad |

Nota: Formulada a partir del trabajo de Barranquero (2012a).

¹¹ Si bien el Buen Vivir o Sumak Kawsay proviene específicamente del pensamiento quichua, es absolutamente compatible con las diversas cosmovisiones presentes en la multiplicidad de pueblos indígenas que siguen habitando los territorios de Abya Yala –conocido actualmente como continente americano–. Es por ello que lo utilizamos para referirnos de forma global a los proyectos de cambio que desde el mundo indígena se están efectuando actualmente.

Los rasgos del Buen Vivir se tornan códigos de comunicación/significación que contribuyen a descolonizar los mitos impuestos por la modernidad/colonialidad. Irrumpen ante la racionalidad y la no-ética que la colonialidad ha ejercido como fundamentos de la consolidación de un sistema sustentado en la exclusión, explotación y control de las alteridades, posicionándose durante siglos como marco de referencia universal. Barranquero enfatiza “la comunicación y el Buen Vivir no es sólo una disciplina sino un programa de reconversión radical de los saberes construido sobre las ruinas del proyecto de una razón moderna antiecológica y depredadora” (2012b, p. 75).

Otro mundo posible requiere de comunicaciones-otras posibles, de epistemes capaces de ofrecer horizontes no atados a los condicionamientos del orden dominante; requiere de formas de representación que contribuyan a derrumbar los estereotipos que desde la colonialidad se han diseñado respecto al “otro”. En definitiva, requiere de fuerzas colectivas que imaginen un nuevo horizonte social, cultural y humano. Para ello, la comunicación debe existir como comunicaciones-otras, superpuestas al informacionismo y el tecnodeterminismo reinante de nuestra era.

4. Consideraciones finales

Pensar la comunicación considerando los diversos ámbitos desarrollados en este escrito es aceptar las narrativas de la diferencia subalternizada como fuentes legítimas de sentido. Es la posibilidad de desmitificar las esperanzas ofertadas y develar aquellas negadas por la modernidad/colonialidad. Es, por tanto, el tiempo de construir realidades basadas en el respeto mutuo, la valorización de nuestros entornos naturales y la constante lucha por la justicia cognitiva y social.

Se trata, como señala Raúl Zibechi (2006), de pensar la comunicación como *comunidad*, en tanto código político determinado como tecnología social singular que deviene identificación solidaria avocada a la producción de vínculos y asociatividades emancipatorias. Con lo anterior, y en la línea de Boaventura de Sousa Santos (2005), creemos que pensar una Comunicación-otra es pensar en el paso de la producción y consumo de conocimiento como regulación a la producción y consumo de conocimiento como emancipación, en tanto momento creativo que reivindique la dignidad imaginativa y locutoria de la multiplicidad de registros cognitivos excluidos por las epistemes dominantes. En suma, pensar una Comunicación-otra es subvertir la totalidad de los dispositivos autoritarios que articulan la relación saber-poder de lo uno occidental, y relevar, de otro modo, el conocimiento teórico-práctico que los actores protagónicos de las prácticas subalternas poseen acerca de su propio quehacer (Reyes Velásquez, 2014).

Con todo, pensar la Comunicación-otra propone pensar la resistencia, en tanto ésta involucra relaciones con la historia que nos impiden dejar su interpretación sólo al marco de la totalidad mercantil y la violencia del Estado. En

esta línea, concordamos con Armand Mattelart (2002), y declaramos que nuestra perspectiva comunicológico-crítica comprende la era informacional no sólo como la obliteración de las subjetividades insurgentes, sino que también como un momento en el que debemos establecer, obligatoriamente, “redes de significaciones sociales” con las cuales regresar de lo fragmentario al todo.

Emergencia indígena, Comunicación-otra y Buen Vivir tributan a la reflexión en torno a la mutación de las coordenadas que hoy rigen el universo moderno/colonial. Su articulación responde a la necesidad de generar un cuerpo teórico-conceptual coherente a las prácticas que los colectivos indígenas están ejecutando a lo largo de Latinoamérica. Creemos que este trabajo es un aporte en esta línea, la cual se torna prioritaria al momento de definir el campo comunicológico de la región-sur. Pero ello no es suficiente. Es urgente, además, consolidar una geopolítica del conocimiento como apuesta programática para la construcción de horizontes basados en la justicia, la equidad y el respeto, por sobre la reproducción de las dinámicas de dominación/exclusión que hasta hoy imperan en nuestras sociedades y culturas. En definitiva, es urgente que definamos los principios rectores de una comunicología del/para el sur.

Referencias bibliográficas

- Ammann, A. B. y Da Porta, E. (2008). La producción mediática alternativa: Condiciones de posibilidad de la trama discursiva contemporánea. En: Amman, Ana & Da Porta, Eva (comp.). *Rutas alternativas de la comunicación* (pp. 13-24). Argentina: Ferreyra.
- Barranquero, A. (2012a). Comunicación participativa y dominios del Vivir Bien. Una aproximación conceptual. En: *Actas IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social - IV CILCS*. Universidad de La Laguna. Diciembre 2012. Recuperado de http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_actas/203_Barranquero.pdf
- Barranquero, A. (2012b). De la comunicación para el desarrollo a la justicia ecosocial y el buen vivir. *Cuadernos de Información y Comunicación*, Vol. 17, 63-78.
- Bengoa, J. (2000). *La emergencia indígena en América Latina*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Corte Interamericana de Derechos Humanos (2014). Caso Norín Catrimán y Otros (Dirigentes, Miembros y Activista del Pueblo Indígena de Chile) Vs. Chile. Sentencia de 29 de Mayo de 2014 (Fondo, Reparaciones y Costas).
- Da Porta, E. (2008). Lo alternativo y lo mediático, dos dimensiones para rasgar la hegemonía cultural. En Ammann, A. y Da Porta, E. (comps). *Rutas alternativas de la comunicación* (pp. 27-44). Argentina: Ferreyra.
- De Sousa Santos, B. (2005). *El milenio huérfano. Ensayos para una nueva cultura política*. Madrid: Editorial Trotta.
- De Sousa Santos, B. (2010). La hora de l@s invisibles. En: León, I. (coord.) *Sumak*

- Kawsay/ Buen vivir y cambios civilizatorios* (pp. 13-25). Quito: FEDAEPS.
- Del Valle, C (2014): La presencia de estereotipos, prejuicios y discriminación en los Tribunales de la Región de La Araucanía en Chile: Peritaje analítico-discursivo. En Azócar, A.; Nitrihual, L. & Olate, A. (Ed.), *Lenguas, Literatura y Comunicación. 20 años de investigación en la Universidad de La Frontera*. Temuco: Ediciones Universidad de La Frontera.
- Del Valle, C. (2013). Informe: Peritaje analítico-discursivo sobre las evidencias de estereotipos, prejuicios y discriminación en los Tribunales de la Región de La Araucanía, Chile. Temuco, 17 de mayo de 2013. Peritaje notariado.
- Dussel, E. (1994). *1492. El encubrimiento del otro. Hacia el origen del "mito de la Modernidad"*. La Paz: Plural.
- Dussel, E. (2004). Sistema mundo y Transmodernidad. En: Dube s., Banerjee, I. y Mignolo, W. (eds.). *Modernidades coloniales* (pp. 201-226). México: El Colegio de México.
- Dussel, E. (2011). *Filosofía de la Liberación*. México: Fondo de Cultura Económica.
- González, J. (2011). Prólogo. En: Krohling, C., Tufté, T., Vega, J. (Eds.) *Trazos de una otra comunicación en América Latina* (pp. ix-xiv). Barranquilla: Universidad del Norte.
- González Casanova, P. (2006). *Sociología de la explotación*. Buenos Aires: CLACSO.
- Grosfoguel, R. (2004). Hibridez y mestizaje: ¿sincretismo o complicidad subversiva? La subalternidad desde la colonialidad del poder. *DeSignis*, n°6, 53-64.
- Jameson, F. y Zizek, S. (1998). *Estudios Culturales. Reflexiones sobre el Multiculturalismo*. Paidós: Buenos Aires.
- León, I. (2010). Resignificaciones, cambios societales y alternativas civilizatorias. En: LEÓN, I. (coord.) *Sumak Kawsay/ Buen vivir y cambios civilizatorios*. (pp. 7-12). Quito: FEDAEPS.
- Maldonado, C. (2010). Comunicación nomadológica. De la identidad a la alteridad. *Vivat Academia*, n° 113. Recuperado de <http://www.ucm.es/info/vivataca/numeros/n113/DATOSS.htm>.
- Maldonado, C. (2013). Prácticas Comunicativas Decoloniales en la Red. *Redes.com*, n°8, 131-151.
- Maldonado-Torres, N. (2007). Sobre la colonialidad del ser: contribuciones al desarrollo de un concepto. En: Castro-Gómez, s y Grosfoguel, R (eds.) *El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global* (pp. 127-167). Bogotá: Iesco-Pensar-Siglo del Hombre Editores.
- Mbembe, A. (2011). *Necropolítica seguido de Sobre el Gobierno Privado Indirecto*. Barcelona: Melusina.
- Mignolo, W. (2003). *Historias locales/diseños globales: colonialidad, conocimientos subalternos y pensamiento fronterizo*. Madrid: Akal.
- Mignolo, W. (2007). *La idea de América Latina. La Herida colonial y la opción decolonial*. Barcelona: Gedisa.
- Quijano, A. (2007). Colonialidad del poder y clasificación social. En: Castro-Gómez, S. y Grosfoguel, R. (eds.) *El giro decolonial. Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global*. (pp. 93-126). Bogotá: Iesco-Pensar-Siglo del Hombre Editores.

- Quijano, A. (2011). Buen Vivir: entre el “desarrollo” y la des/colonialidad del poder. *Revista Ecuador Debate*, n° 84, 77-87.
- Quijano, A. y Wallerstein, I. (1992). Americanity as a Concept, or the Americas in the Modern World-System. *ISSA*, n° 134, 549-557.
- Reyes Velásquez, C. (2014). Sociología del conocimiento: elementos introductorios desde Pierre Bourdieu para pensar los problemas de construcción y consolidación del campo comunicológico crítico. *Perspectivas de la Comunicación*, Vol. 6. N° 2, 20-27
- Rivera, S. (2010). *Ch'ixinikaxutxiwa. Una reflexión sobre prácticas y discursos descolonizadores*. Buenos Aires: Tinta Limón.
- Salazar, J. (2002). Activismo indígena en América Latina: estrategias para una construcción cultural de las tecnologías de información y comunicación. *Journal of Iberian and Latin American Studies*, n° 8:2, 61-80.
- Simpson, M. (1984). Comunicación alternativa y democracia entre la “Vanguardia” y la teoría de la dependencia. *Nueva Sociedad*, n° 71, 31-42.
- Spivak, G. (2003). ¿Puede hablar el subalterno?. *Revista Colombiana de Antropología*, Vol. 39, 297-364.
- Zibechi, R. (2006). *Dispersar el poder. Los movimientos como poderes antiestatales*. Buenos Aires: Editorial Tinta Limón.
-

Información de los autores

Claudio Andrés MALDONADO RIVERA

c.maldonado01@ufromail.cl

Director de Investigación, Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), Quito, Ecuador. Investigador de la Facultad de Educación, Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de La Frontera, Temuco.

Carlos REYES VELÁSQUEZ

reyesvelasquezc@gmail.com

Académico de la Facultad de Educación, Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de La Frontera, Temuco, Chile. Centro de Investigación en Comunicación, Discurso y Poder.

Carlos DEL VALLE ROJAS

carlos.delvalle@ufrontera.cl

Decano y académico de la Facultad de Educación, Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad de La Frontera, Temuco, Chile.

La función política de la televisión e internet en contextos de movilización social: el caso chileno

The political role of television and internet in contexts of social mobilization: the Chilean case

O papel político da televisão e da internet em contextos de mobilização social: o caso chileno

Lorena Mónica ANTEZANA BARRIOS
Universidad de Chile

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 128, abril - julio 2015 (Sección Ensayo, pp. 183-196)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 11-02-2015 / Aprobado: 03-03-2015

Resumen

En este texto se presenta una reflexión sobre la función política que cumplen la televisión e internet en el contexto actual, tomando como base de este ejercicio la relación que los movimientos sociales en Chile establecen con estas plataformas mediáticas. Las distintas manifestaciones callejeras dejan claro un descontento social y malestar con la democracia representativa en Chile y una forma particular de “hacer política” que va de la mano con las tecnologías. Intentaremos dar cuenta de los dispositivos mediáticos específicos que se conectan con la emergencia de una nueva cultura política. Esa que exige pensar los modos en que los medios entran, no a sustituir sino a constituir la trama tanto del discurso como de la acción política.

Palabras clave: movilización social, democracia, participación, televisión, internet.

Abstract

In this paper a reflection on the political role that television and the Internet both have in the current context is offered. For this purpose, this essay took as basis the relationships that social movements established with these media platforms in Chile. The various street demonstrations let us see social unrest and discontent with the representative democracy in Chile, as well as a particular form of “playing politics” that goes along with the different technologies. We try to account for the specific media devices that connect to the emergence of a new political culture. The one which requires thinking how media come not to replace but to establish a new framework of discourse and political action.

Keywords: social mobilization, democracy, participation, television, internet.

Resumo

Nesse texto apresenta-se uma reflexão sobre a função política que cumprem a televisão e a internet no contexto atual, tomando como base desse exercício a relação que estabelecem os movimentos sociais no Chile com essas plataformas de mídia. As diferentes manifestações de rua deixam claro um descontentamento social e mal estar com a democracia representativa no Chile e uma forma de “fazer política” que anda de mãos dadas com as tecnologias. Tentamos explicar os dispositivos de mídia específicos que se conectam ao surgimento de uma nova cultura política. Isso requer pensar sobre as maneiras em que os meios de comunicação vêm não para substituir, mas para constituir o marco tanto do discurso e ação política.

Palavras chave: mobilização social, democracia, participação, televisão, internet.

1. Introducción

En la sociedad actual el repliegue de los individuos hacia su esfera privada, modifica la concepción tradicional de vida social comunitaria, y cambia también la forma de relacionarse con los demás, lo que implica construir mapas mentales distintos que permitan delimitar y organizar la vida en común. La democracia, forma actual de organización de nuestra comunidad, requiere un lugar en el que sean debatidos los grandes problemas del momento. Este espacio simbólico inseparable del principio de “publicidad” y de “secularización” es una de las condiciones estructurales de su funcionamiento y condujo a un alargamiento del espacio público donde los medios asumen un rol creciente. Los medios de comunicación entonces permitirían la conexión de los ciudadanos con los asuntos públicos y su visibilización en la esfera pública.

En estas condiciones ¿cómo se “hace” política? La respuesta inmediata de acuerdo a lo planteado sería “a través de los medios” y en particular de la televisión –aunque internet (páginas web) y sus diferentes redes sociales (Facebook y Twitter, entre otras) irrumpen con fuerza en la escena mediática– y por una razón muy simple: porque los medios siguen siendo espacios clave de recreación del espacio público y de mediación entre los ciudadanos y las autoridades. De esta forma, dan las pautas que los “nuevos ciudadanos” necesitan para operar en el nuevo escenario, muestran el camino, orientan y “vinculan tres problemáticas cruciales en la vida de los habitantes: su experiencia con el gobierno (gestión de servicios, seguridad pública, corrupción, etc.), sus condiciones de vida (ecología, medio ambiente), y diversos asuntos ligados al ámbito emotivo-privado, como por ejemplo salud, sexualidad, pareja, familia, alcoholismo, drogadicción, soledad y depresión” (Winocur, 2002, p. 72).

Bajo el concepto de democracia liberal, forma de organización que rige nuestras sociedades en la actualidad, la participación de los ciudadanos podría ser entendida como un derecho de los individuos, quienes son libres de ejercerlo o no. Sin embargo, el interés individual no se puede satisfacer por separado o sin incluirlo en intereses colectivos sino que se construiría en un espacio intermedio entre ellos y el Estado. A pesar de que muchas de las manifestaciones masivas de las que hemos sido testigos estos últimos años han surgido de preocupaciones e intereses muy concretos, vinculados a descontentos por faltas o carencias de elementos básicos (Condeza, 2014).

Los movimientos sociales surgen como una forma de cuestionar la estructura sociocultural hegemónica, promoviendo proyectos y preocupaciones que persiguen transformar la sociedad. Para lograr esto deben estar presentes en el debate público además de asegurar su continuidad en el tiempo y, en las condiciones ya descritas, necesitan a los medios. Estos últimos “[ponen] en circulación relatos que construyen un universo de sentido compartido, un imaginario social” (Antezana, 2010, p. 10) que reduce la complejidad del mundo, haciéndose cargo de la inestabilidad permanente entre los distintos grupos que son parte de este conjunto.

Charaudeau se refiere a la naturaleza de este espacio como un “discurso circulante”, el que vendría a ser “una suma empírica de enunciados definitorios sobre lo que son los seres, las acciones, los acontecimientos, sus características, sus comportamientos y los juicios que se adhieren a él” (2005, p. 97). La información que se pone a circular, al ser un producto construido por periodistas y difundido a través de un dispositivo específico, no puede ser un producto neutro. Es también un artefacto cultural, una seguidilla de mensajes fabricados socialmente que vehiculizan un buen número de las ideas dominantes de nuestra sociedad, fragmentando la realidad e invalidando toda visión social sistémica. El discurso de la información aparece entonces como una forma indirecta pero efectiva de “condicionamiento social” (Antezana, 2012; Soulages, 1999).

Como función política, los medios, a nivel general, operan: a) como instancias normalizadoras de la sociedad, vigilando el comportamiento de sujetos e instituciones, difundiendo los premios y castigos que regulan el funcionamiento social y (b) como difusoras de los acontecimientos que se destacan en la esfera pública, en clave de espectáculo. De manera específica y ya vinculados con “la” política; (a) amplifican los movimientos de opinión pública y; b) facilitan la visibilidad de los líderes, y al ofrecerles la posibilidad de expresarse contribuyen también a conferirles cierta legitimidad.

Intentaremos dar cuenta en este trabajo de los dispositivos mediáticos específicos que se conectan con la emergencia de una nueva cultura política. Esa que exige pensar los modos en que los medios entran, no a sustituir sino a constituir, a formar parte de la trama tanto del discurso como de la acción política pues densifican las dimensiones simbólicas, rituales y teatrales que siempre tuvo la política, y hacen parte de las nuevas formas del reconocimiento y la interpelación de los sujetos y los actores sociales. En esta lógica, los medios de comunicación serían un actor más en este complejo entramado de relaciones y vínculos que configuran la escena pública. Nos detendremos entonces en el papel de la televisión y en el de internet preguntándonos: ¿De qué manera los nuevos modos de hacer política se vinculan con las tecnologías actuales? y ¿cuáles son los cambios en la política clásica a partir del uso de las tecnologías? Tomaremos como caso ilustrativo de las diferentes tesis en que propondremos las movilizaciones estudiantiles del 2011 en Chile.

2. Imágenes “reales” en televisión

Sartori (2009) indica que la televisión, es la tecnología que permite “mostrar imágenes de *cosas reales*” (p. 36; énfasis original), lo que permite por un lado ampliar el espectro de los telespectadores al hacerlos partícipes de una realidad que supera, muchas veces, su campo de experiencias personales. El telespectador asiste como invitado a este espectáculo que, a pesar de sus potencialidades –nos permite “verlo todo” (en palabras del mismo autor)– pero sólo de aquello que

se puede mostrar, quedando fuera los conceptos abstractos. Gubern (1996) por su parte, indica que la televisión opera de manera transparente y ostensiva, caracterizando este proceso como “imagen-escena”. Imágenes generales para públicos amplios.

De acuerdo a nuestras investigaciones¹, la televisión y específicamente el noticiero televisivo estaría cumpliendo una función de “bisagra relacional” entre el Estado y el ciudadano pero, en una plataforma que no es neutra, que presenta las distintas voces de los actores implicados en los acontecimientos organizándolas de acuerdo a un tipo de lógica argumentativa que responde a la esencia distintiva de cada canal. Por otro lado, este dispositivo irrumpe en las sociedades contemporáneas desplazando en algunos casos a otros medios y provocando una reestructuración de las relaciones intermediales y de los sujetos con su entorno. Esto porque genera mayor credibilidad y diversidad de audiencias (transversalidad generacional y socioeconómica). La televisión sigue siendo el medio que marca las pautas informativas y se constituye en la principal fuente de información –sobre todo política (González, 2014)– a pesar de las numerosas nuevas formas de información disponibles tal cual lo señala un estudio comparativo sobre el consumo de noticias en 11 países realizado en 2013 (Papathanassopoulos et al. 2013).

El noticiero televisivo presenta la información a través de puestas en escena donde ésta encuentra su lugar y su sentido, rearmando los acontecimientos según las modalidades narrativas que la autorizan, de acuerdo a la promesa de sentido propia del género informativo, a apropiársela. “Relatar entonces, se convierte en un sinónimo del arte sutil de mezclar –de confundir voluntariamente– cognición y emoción” (Marion, 1996, p. 25) utilizando las materialidades características del dispositivo televisivo: imagen y palabra. Las imágenes que se proyectan en televisión son leídas como “reales” puesto que son captadas directamente desde el referente concreto: el mundo, y dadas a conocer como en un escenario a los espectadores que interactúan con la televisión de manera más bien pasiva puesto que no pueden modificar las imágenes allí presentadas.

Los profesionales del noticiero (presentadores, periodistas, reporteros, camarógrafos, sonidistas, etc.) que articulan, en sentido propio y figurado, los discursos múltiples que constituyen el texto del noticiero según modalidades extremadamente variables y que construyen la mediarealidad propuesta a los telespectadores, son los autores del texto televisivo pero, este discurso es fundamentalmente polifónico (Coulomb-Gully, 2001).

¿Qué es lo que “aparece” en pantalla como noticia? en términos generales aquello que se destaca del resto, lo que rompe la lógica cotidiana, lo que altera la rutina. En el caso de los movimientos sociales nos referimos a los acontecimientos

1 Basada en las investigaciones: (1) Estrategias de proximidad del noticiero televisivo chileno para vincularse con su público. Tesis para obtener el Grado de Doctor en Información y Comunicación, Universidad Católica de Lovaina. 2008. (2) El noticiero televisivo chileno: bisagra relacional entre Estado y clases sociales en el espacio democrático, Beca de Investigación CLACSO- ASDI 2008-2009.

tos que están “fuera de lo común, dramáticos o conmovedores y por esa razón comercialmente rentables” (Silva, 2013, p. 352).

La cobertura televisiva de las movilizaciones estudiantiles respondió a los criterios ya mencionados, pero la dimensión problemática se reforzó al estar protagonizada fundamentalmente por jóvenes. Los principales hitos del movimiento que adquieren visibilidad además de responder a las categorías periodísticas que definen la “noticiabilidad” de un contenido como: relevancia y conflicto, destacan también la originalidad como puede observarse en la tabla que sigue:

Tabla 1. Hitos del movimiento estudiantil chileno 2011.

| Fecha | Tema | Descripción | Categoría |
|---------------------|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Jueves 28 de abril | Primera marcha | 8 mil estudiantes. Incidentes aislados | Conflicto |
| Jueves 12 de mayo | Paro Nacional | Convocado por CONFECH; Colegio de profesores; CUT y ANEF | Conflicto |
| Jueves 09 de junio | Tomas recintos educacionales | Instituto Nacional. Casa Central Universidad de Chile | Conflicto |
| Lunes 13 de junio | Corrida por la educación | Se inician las 1800 horas por la educación alrededor de La Moneda | Originalidad |
| Viernes 24 de junio | Thriller | 4000 estudiantes bailan en la Plaza de la Ciudadanía frente a La Moneda | Originalidad |
| Lunes 04 de julio | Besatón por la educación | Convocatoria a besarse 1800 segundos (30 minutos) | Originalidad |
| Martes 05 de julio | Gran Acuerdo Nacional por la Educación (GANE) | Anuncio de Presidente Piñera de propuesta de reforma educacional | Relevancia |
| Lunes 18 de julio | Cambio de Gabinete | Se reemplaza a Joaquín Lavín por Felipe Bulnes en la cartera de Educación | Relevancia |

| | | | |
|----------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Jueves 04 de agosto | Cacerolazo nocturno | Manifestaciones diurnas que culminan con un cacerolazo | Originalidad |
| Jueves 18 de agosto | Marcha de los paraguas | Marchas en varias ciudades del país. En Santiago convocó a 100 mil personas | Originalidad |
| Jueves 25 de agosto | Muere Manuel Gutiérrez | Estudiante de 16 años muere en jornada de movilización | Conflicto |
| Viernes 26 de agosto | Llamado a dialogar | Presidente Piñera invita a actores de la educación a dialogar | Relevancia |
| Sábado 03 de septiembre | Reunión | Presidente Piñera se reúne con estudiantes secundarios, de la CONFECH, rectores y profesores | Relevancia |
| Miércoles 21 de septiembre | Desalojo liceos | Alcalde de Providencia ordena desalojo de dos liceos | Conflicto |
| Miércoles 05 de octubre | Estudiantes rompen diálogo | Encuentro del Ministro Bulnes con dirigentes universitarios, estudiantiles y Colegio de profesores. | Conflicto |
| Martes 18 de octubre | Ley de Seguridad del Estado | Ministro Hinzpeter invoca Ley tras el incendio de un bus en una jornada de movilizaciones | Conflicto |
| Jueves 20 de octubre | Irrupción en ex Congreso Nacional | Estudiantes ocupan dependencias del ex Congreso mientras sesionaba la Comisión de Presupuesto | Conflicto |

Fuente: Seminario Blanche et al. (2012). Elaboración propia.

La construcción de las noticias sobre las movilizaciones estudiantiles en los noticieros televisivos varió a lo largo del tiempo. Mientras que en la primera fase la cobertura a las marchas realizadas casi no existió salvo por unos minutos dedicados a cubrir la “violencia”; a partir de las realizadas el 16 y el 30 de junio

la cobertura se amplía y el punto de vista asumido para presentar estas noticias cambia radicalmente de eje. No fue casualidad, los canales reaccionaron a las denuncias (por ejemplo el 11 de julio de 2011 en la *Otra Prensa*²) y recursos legales interpuestos por fundaciones y otros organismos sociales, que los “obligaron” a moderar, rectificar y tratar de “blanquear” su cobertura.

Mientras que en la primera fase el noticiero intentaba restablecer el orden perdido situando a los estudiantes movilizados como adversarios; en la segunda fase, resguardando la institucionalidad vigente (actuar de carabineros y de la justicia) se sitúan del lado de los jóvenes, colocándolos esta vez como víctimas o héroes. La violencia que al principio era el foco de la construcción noticiosa, es luego minimizada e individualizada. Son sólo unos cuantos sujetos, fácilmente reconocibles, los protagonistas de los desmanes.

Al respecto, es necesario señalar que las movilizaciones sociales usualmente estaban asociadas al concepto de protesta y por tanto presentadas en el segmento policial. Este es uno de los segmentos destacados en todos los noticieros televisivos³, que organiza la información en clave dramática, y en el caso de la representación de los jóvenes los estereotipa negativamente calificándolos de violentos (en la imagen del encapuchado se sintetiza esta opción). Así “en las notas policiales los jóvenes se ven envueltos en situaciones delictivas como víctimas y principalmente como victimarios, lo que deviene en arquetipos como, antisociales, peligrosos y segregados” (Antezana, 2007, p. 161).

En el caso de las movilizaciones estudiantiles y tras la polémica que se genera por la sesgada cobertura realizada por la televisión y denunciada por otros dispositivos mediáticos (fundamentalmente a través de plataformas alternativas disponibles en la web), la movilización es construida narrativamente como positiva entendiéndola a partir de entonces como un hecho social. De esta manera, la movilización estudiantil se legitima como una propuesta reivindicativa que persigue la transformación de la sociedad en un aspecto fundamental: la educación.

Pasar de la sección policial a la social no significa únicamente cambiar de segmento en el noticiero, sino que implica una modificación sustantiva del marco de interpretación en el que los telespectadores “leerán” el relato que se presente. Este paso pone en evidencia el conocimiento que los jóvenes protagonistas del movimiento estudiantil tienen de la maquinaria mediática y del uso estratégico que realizaron para posicionar el tema en la agenda pública y alimentar la opinión pública y el debate ciudadano. Veamos entonces qué ocurrió con el uso de internet⁴ en este mismo caso.

2 <http://www.otraprensa.com/el-encapuchado-de-tvn/> Consultado 15 de abril de 2014.

3 Fundamentalmente tras el surgimiento de los canales de noticias nacionales transmitidos por la televisión de pago.

4 Los estudiantes utilizaron Blogs, mensajes de correo viralizados, twitter, páginas informativas propias, YouTube y Facebook.

3. Relaciones “virtuales”

De acuerdo a Sartori, las diferencias fundamentales entre la televisión e internet son dos: en principio ya habíamos adelantado que la televisión muestra imágenes de cosas reales, es fotografía y cinematografía de lo que existe; mientras que el ordenador cibernético enseña imágenes imaginarias, “la llamada realidad virtual es una irrealdad que se ha creado con la imagen y que es realidad sólo en la pantalla. Lo virtual, las simulaciones amplían desmesuradamente las posibilidades de lo real, pero no son realidades” (2009, p. 36-37), es decir no son captadas a partir de un referente externo, son producidas. La tecnología cibernética permitiría no sólo “mostrar” imágenes sino que intervenirlas, modificarlas, amplificar la realidad. Es decir operar en un entorno “hiperrealista” y, de acuerdo a Gubern (1996) engañar a los sentidos, es decir, introducirnos en lo que este autor ha denominado “imagen-laberinto” una “construcción llena de rodeos y encrucijadas, donde era muy difícil orientarse” (1996, p. 9); “una realidad alternativa que parece poseer todos los atributos de la realidad objetiva y verdadera” (Gubern, 1996, p. 155).

Internet en nuestra sociedad actual aparece como la principal herramienta que “democratiza” la comunicación masiva (Silva, 2013) y como un elemento clave para la participación ciudadana. Sin embargo, la evidencia de algunos estudios (Sajuria, 2013; Valenzuela, Arriagada & Scherman, 2013) sobre la relación movilización-participación muestra que “internet en realidad no puede tener el poder democratizador idealista que algunos atribuyen a la misma” (Sajuria, 2013, p. 24), quizás precisamente porque al trabajar con imágenes imaginarias, nos introduce en “una irrealdad que se ha creado con la imagen y que es realidad sólo en la pantalla” (Sartori, 2009, p. 37). Si se pierden los límites entre lo verdadero y falso pareciera que todo es trampa y manipulación.

Retomamos aquí la pregunta planteada al inicio de este texto ¿De qué manera los nuevos modos de hacer política se vinculan con las tecnologías actuales? Y creemos que son al menos dos los grandes ámbitos donde, a partir de la utilización de las TIC, se hacen evidentes los cambios: el de la dimensión espacio-temporal y el de las relaciones sociales, ámbitos que a nuestro modo de ver, modifican sustancialmente la vida política.

Los relatos que circulan en la red rompen la referencia espacio-temporal característica de la política clásica, entendida como la construcción de un orden en un determinado espacio en el que se construyen relaciones. De acuerdo a Neidich, los nuevos medios digitales transformaron la concepción tradicional de tiempo, el que “hoy aparece plegado, intensivo y rizomático. Las tecnologías de la información y la comunicación, como internet, ponen en peligro la idea del tiempo como algo serial y extensivo, lo que [...] destruye las formas tradicionales de interacción social y cultural” (2005, p. 235).

Esta modificación, implica entonces un nuevo concepto de tiempo y por tanto de sentido y perspectiva. Con internet vivimos un presente permanente, donde la saturación de información disponible hace que lo nuevo ya no conmocione,

no con-mueva y los límites entre el pasado y el futuro se hagan difusos. Se van perdiendo. Lo que subsiste es una lógica circular, que de acuerdo a Sartori, “no significa nada [...] el lugar en el cual no se conecta nada” (2009, p. 63-64).

De esta manera, se rompe la riqueza temporal de un relato clásico que requería un manejo del tiempo presente en función de una huella (pasado) y una expectativa (esperanza) lo que, a nivel político, implicaba la construcción de un proyecto colectivo, en un territorio específico, cuyo horizonte temporal se planteaba como una utopía, entendida esta como “el destino trascendental dado a una comunidad para alcanzar su fin” (Antezana & Ossa, 2012, p. 315).

En internet se promueve una culturalización global a costa de las tradiciones y costumbres locales y se facilita la creación de una exterioridad incidental, que significa que la gente vive en múltiples lugares, lo que a la larga crea un sentido alternativo de la identidad, fluido, móvil e incorporé. “La comunidad, que hasta ahora se definía en base a la presencia y el lugar, se formula en base a intereses, más que en base a una localización” (Neidich, 2005, p. 235).

Por tanto los vínculos que surgen en la red no poseen una lógica institucional, es decir los individuos que “simpatizan” con un movimiento sólo deben pulsar una tecla señalando si les gusta o no para contactarse con el grupo. No requieren para ello estar de acuerdo y respetar estatutos, realizar elecciones o contar con registros de ningún tipo. Lo que existe en este caso es únicamente un contacto de unos con otros y creemos que hay una gran diferencia entre relaciones sociales y contactos. Esto porque las relaciones permanecen en el tiempo mientras que los contactos son esencialmente efímeros y contingentes lo que sería coherente con la racionalidad del mercado, donde es más usual mantener contactos que construir relaciones.

Si lo público es el lugar donde se establecen las relaciones políticas, el ciberespacio no tiene de eso algo básico: la presencia del otro, de un otro radicalmente distinto de mí, con el cual tengo que vincularme, al que tengo que re-conocer. En la red no tengo la certeza de con quién me estoy contactando, pues en ella se puede asumir cualquier identidad.

Por otro lado, cada usuario administra su conectividad desde un espacio propio, privado, sin necesidad de acudir a un espacio común, a un territorio específico y la política es antes que nada territorial, puesto que ocurre en un tiempo-lugar determinado. En la medida en que no hay relación esto no existe y por tanto la sospecha que se instala es que la tecnología sería funcional a una hegemonía que crea un simulacro de participación, de democracia y de otras formas de hacer política que no son transgresoras, es decir que no subvierten el poder. Todos los estudiosos del tema coinciden en la importancia del contacto cara a cara para activar y sostener la red de la acción colectiva (Sajuria, 2013, p. 13).

En internet circula mucha información y muchas imágenes. En el caso de las movilizaciones sociales los comentarios, videos y fotografías son numerosos. El problema es que la sobreoferta de imágenes e información acaba por banalizarlas y convertirlas en transparentes para nuestra mirada. Este fenómeno es, además,

congruente con el postulado que afirma que la sobreinformación se transforma en desinformación, no sólo por la devaluación de todos los mensajes, sino también por la consiguiente dificultad para localizar en cada caso la información pertinente requerida (Gubern, 1996), o como indica Kay: “Demasiada información crea la indiferencia. Cuando todo parece igual, la sensibilidad pierde la capacidad de hacer distinciones” (2005, p. 34).

En el caso específico de las movilizaciones estudiantiles, los datos cuantitativos y cualitativos de las investigaciones revisadas coinciden en sugerir que el efecto del uso de internet durante las protestas para el nivel de apoyo a la democracia no es relevante. Por otra parte, la evidencia cualitativa sugiere fuertemente que un elemento importante en la relación es la participación en las protestas independientemente de internet (Sajuria, 2013, p. 20).

Sin embargo, estas mismas investigaciones señalan que “internet sirve como nueva herramienta para los protestantes y activistas para acceder a la corriente principal de los medios; y que fomenta una menor estructura organizacional jerárquica entre los protestantes” (Sajuria, 2013, p. 22), por tanto podría ir modificando la concepción de democracia que cada uno de ellos tiene, incentivando –en el mediano o largo plazo– una participación más directa en estos procesos.

En el caso de las movilizaciones estudiantiles, los estudiantes utilizaron “las nuevas tecnologías como un sistema paralelo a las marchas y a las movilizaciones más tradicionales” (Silva, 2013, p. 249) demostrando poseer las competencias y habilidades que les permitieron producir información propia –para contrarrestar los sesgos en la cobertura tradicional de los medios y denunciar los excesos de violencia– convocar a partir de los contactos y la información expedita que se transmite gracias a la red para realizar actividades masivas en que utilizaron espacios públicos importantes, y con todo esto llamar la atención de los medios tradicionales y generar apoyos transversales para iniciar procesos de diálogo y negociación de sus demandas con los actores relevantes.

Por tanto, internet fue utilizada por los jóvenes en dos sentidos: 1) como canal articulador de los manifestantes a nivel interno (comunidades virtuales y Facebook fundamentalmente) y; 2) como viralizador de información registrada durante las manifestaciones, o como herramienta de contrainformación (Twitter, blogs, YouTube, páginas informativas alternativas) para cuestionar el tipo de cobertura realizada por los medios informativos tradicionales y combatir la hegemonía de las imágenes transmitidas por la televisión.

4. Conclusiones

Como ya hemos discutido, la televisión estaría ofreciendo, no la realidad, sino una concepción sobre ella, basada en un régimen discursivo unilateral, independiente de cuántos actores intervengan en la producción. A pesar de esto sigue siendo uno de los medios más importantes a la hora de visibilizar los movimientos sociales.

Observando el itinerario de visibilidad mediática recorrido por el movimiento estudiantil, podríamos afirmar que también las redes sociales *on-line* y otras plataformas informativas alternativas como los blogs pueden incidir en el espacio público, aunque de manera indirecta, al ser capaces de generar un diálogo intermedial que finalmente les permita llegar a la pantalla chica y ser parte de la agenda informativa.

Las movilizaciones estudiantiles de 2011 iniciaron un recorrido en clave de protesta y, de manera rutinaria la televisión casi no les otorgó cobertura, y cuando lo hizo, las notas fueron presentadas en el segmento policial, situando narrativamente a los estudiantes en el polo negativo como antagonistas. No obstante, los jóvenes demostraron un gran conocimiento de la maquinaria mediática y empezaron a cambiar el registro de sus manifestaciones públicas, desplazándolas desde la protesta hacia la fiesta. Una “guerra” de imágenes se inició entre las que ofrecía la televisión y las que circulaban en internet, logrando estas últimas imponerse, cuestionando el tipo de cobertura que hasta ese momento las emisoras televisivas habían realizado y ampliando las características del movimiento al reconocerlo como social.

Creemos que efectivamente la web contribuyó de manera importante en la difusión de imágenes que rompieron la hegemonía de aquellas transmitidas en televisión; en la articulación del movimiento; en la difusión de sus actividades y en la organización de sus distintas manifestaciones. Por tanto, las redes sociales *on-line* y las plataformas informativas alternativas como los blogs fueron un instrumento muy bien utilizado por los participantes de la movilización. Sin embargo, la visibilización de los actores principales y sus demandas, así como la repercusión en la esfera política tradicional y la construcción de una opinión pública favorable al movimiento estuvo centrada en la televisión, tal cual había ocurrido en situaciones anteriores.

Puesto que la actividad política propiamente tal todavía opera en un circuito tradicional, en un territorio específico y bajo ciertas condiciones de encuentro que permitan establecer relaciones y vínculos entre personas identificables la televisión sigue siendo la manzana apetecida, pero las redes sociales *on-line* y plataformas informativas alternativas como los blogs comienzan a aparecer como instrumentos interesantes que, junto con otros, podrían modificar la forma en que es entendida la participación política en la esfera democrática actual.

Referencias bibliográficas

- Antezana, L. (2007). Los jóvenes “en” los noticieros televisivos chilenos. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación. Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación - ALAIC*, 5, 154-163.
- Antezana, L. (2010). El noticiero televisivo y su rol social: el caso chileno. *Revista Razón y Palabra*, 71, 1-12.
- Antezana, L. (2012). El “ciudadano” - telespectador en el discurso mediático chileno. *Revista Vivat Academia*, 118, 76-92.
- Blanche, C.; González, T.; Pérez, M.C. & Rivera, C. (2012). *Función política de los medios de comunicación en el contexto del movimiento estudiantil chileno 2011*. (Seminario de Investigación). Universidad de Chile, Instituto de la Comunicación e Imagen.
- Charaudeau, P. (2005). *Les médias et l'information. L'impossible transparent du discours*. Bruselas: De Boeck Université.
- Condeza, R. (2014). La comunicación 2.0 de los adolescentes chilenos movilizados por la educación el 2006 y 2011. Ponencia presentada en el VI Congreso WAPOR Latinoamericano organizado por la Universidad Diego Portales en Santiago. 18 al 21 de junio.
- Coulomb-gully, M. (2001). *La démocratie mise en scènes. Télévision et élections*. Paris: CNRS Editions.
- Gubern, R. (1996). *Del bisonte a la realidad virtual. La escena y el laberinto*. Barcelona: Anagrama.
- Kay, R. (2005). *Del espacio de acá. Señales para una mirada americana*. Santiago: Metales Pesados.
- Marion, P. (1996). Le Sport entre récit et médias. Le récit médiatique comme modèle d'interprétation. En *Tribunes de presse, études sur la construction journalistique du sport* (pp. 29-47) Bruselas: Editions Academia-Bruylant.
- Neidich, W. (2005). El control de la conciencia global. En Brea, J.L. (Ed.) *Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización* (pp. 223-242) Madrid: Ediciones Akal.
- Sajuria, J. (2013). Is the internet changing our conception of democracy? An analysis of the internet use during protests and its effect on the perception of democracy. *Revista Política*, 51, 9-29.
- Sartori, G. (2009). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. México D.F.: Taurus.
- Silva, J.P. (2013). *Discurso, representación y cultura. La valoración simbólica de los noticieros de televisión: los movimientos sociales chilenos y la visibilidad social*. (Tesis Doctoral). Universidad de Valladolid. Departamento de Prehistoria, Arqueología, Antropología Social y Ciencias y Técnicas Historiográficas.
- Soulages, J. (1999). *Les mises en scène visuelles de l'information. Etude comparée France, Espagne, Etats-Unis*. Paris: NATHAN.

- Papathanassopoulos, S.; Coen, S.; Curran, J.; Aalberg, T.; Rowe, D.; Jones, P., Rojas, H. & Tiffen, R. (2013). Online Threat, But Television is Still Dominant. *Revista Journalism Practice*, 7, 690-704. doi:10.1080/17512786.2012.761324
- Winocur, R. (2002). *Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio*. Barcelona: Editorial Gedisa S.A.

—

Información de la autora

Lorena ANTEZANA BARRIOS

lorena.antezana@gmail.com

Académica-investigadora Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile. Es Doctora en Información y Comunicación de la Universidad de Lovaina (Bélgica). Magíster y Licenciada en Comunicación Social-periodista de la Universidad de Chile.

Los movimientos sociales en red: del arranque emocional a la propagación de ideas de cambio político

Networked social movements: from the emotional trigger to the propagation of ideas for political change.

Movimentos sociais em rede: início emocional para a propagação de idéias para a mudança política.

—

Iria Puyosa

Universidad Central de Venezuela / Flacso-Sede Ecuador

—

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 128, abril - julio 2015 (Sección Ensayo, pp. 197-214)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 11-02-2015 / Aprobado: 03-03-2015

Resumen

Este artículo presenta una síntesis conceptual sobre los movimientos sociales en red que permite analizar el ciclo global de protestas y movilizaciones registrado entre 2009 y 2014, dentro del contexto general de la acción colectiva y la política en red en la sociedad de la información. El trabajo está marcado por un enfoque conexionista de teoría de redes. A partir del contraste entre la literatura y los casos registrados en el período se propone un conjunto de 10 proposiciones teóricas para explicar las dinámicas fundamentales de los movimientos sociales en red.

Palabras clave: movimientos sociales en red; propagación de ideas; marco de injusticia; identidad colectiva; comunicación política autónoma; acción colectiva; enclaves deliberativos.

Abstract

This paper presents a conceptual synthesis on networked social movements in order to analyze the global cycle of protests and demonstrations registered between 2009 and 2014, within the overall context of collective action and political networking in the information society. The work is oriented by a connectionist network theory approach. From the contrast between literature and the cases registered within the period of study, a set of 10 theoretical propositions to explain the fundamental dynamics of social movements network is proposed.

Keywords: networked social movements; contagion of ideas; injustice framing; collective identity; autonomous political communication; collective action; deliberative enclaves.

Resumo

Este artigo apresenta uma síntese conceptual sobre os movimentos sociais em rede, a fim de analisar o ciclo global de protestos e manifestações registradas entre 2009 e 2014, no contexto global da ação coletiva e articulação política na sociedade da informação. O trabalho é orientado por uma abordagem da teoria de rede conexionista. A partir do contraste entre a literatura e os casos registrados no período de estudo, um conjunto de 10 proposições teóricas para explicar a dinâmica fundamental dos movimentos sociais da rede é proposto.

Palavras-chave: movimentos sociais em rede; propagação das ideias; quadro de injustiça; identidade coletiva; comunicação política autónoma; ação coletiva; enclaves deliberativos.

1. Introducción

Partimos de la idea de que “los movimientos sociales son [...] complejas y altamente heterogéneas estructuras de redes” (Diani, 2003, p. 1)¹. Por lo tanto, adoptamos una perspectiva de estudio marcada por una lógica relacional de la acción colectiva (Edwards, 2014). Vale anotar que los movimientos sociales han venido adoptando lógicas relacionales de acción colectiva apalancadas en la apropiación de la web para la comunicación política autónoma desde los inicios de la denominada globalización. Las movilizaciones altermundistas de Ginebra (1998) y Seattle (1999) fueron resultado de esas dinámicas relacionales (y globales) de organización para la acción colectiva. Asimismo, la lógica relacional fue crucial para la irrupción comunicacional global del movimiento Zapatista (1994), que bien puede ser considerado el primer movimiento social en red (Garrido & Halavais, 2003).

El actual ciclo de cambios políticos generados a partir de la ocupación de espacios públicos por movimientos en red comienza en 2009, con un caso frecuente ignorado en las cronologías sobre el tema: la “revolución de los potes de cocina” en Islandia (Castells, 2012). Después vendrían los movimientos pro-democratización en los países del cercano y el medio oriente, así como del norte de África, que se conocen como “la primavera árabe de 2010”, en donde destacan los casos de Túnez y Egipto (Lotan, Graeff, Ananny, Gaffney, & Pearce, 2011). Luego, en 2011, seguirían los movimientos de Indignados y Occupy Wall Street (Toret, 2013; Conover *et al.*, 2013). En Latinoamérica, el caso más destacado sigue siendo #YoSoy132 en México, al final de la campaña presidencial de 2012 (Rovira Sancho, 2014). No obstante, también se registran casos de movilizaciones colectivas de activismo, resistencia y protesta que poseen algunas características de movimientos sociales en red en Ecuador (2005), Colombia (2008), Chile (2011), Venezuela (2014) y Brasil (2014) (Martin, 2013; Cabalin, 2013; Uzcátegui, 2014; Puyosa, 2014; Delgado & Arenas, 2014).

2. ¿Cómo emergen los movimientos sociales en red?

Los movimientos sociales en red han sido actores principales de la política contenciosa en estos primeros 15 años del siglo XXI. El ciclo de vida de los movimientos sociales en red entra en la dinámica política de ciclos de protestas, ciclos de reforma y ciclos de estabilización (Tarrow, 2012). Una pregunta que ha signado la investigación en torno a este ciclo de protestas es si la web ha sido un factor generador de cambios en la estructura de oportunidades políticas que ha favorecido el protagonismo de movimientos sociales. La noción de estructura de oportunidades políticas se refiere a las condiciones de un sistema político

1 “Social movements are [...] complex and highly heterogeneous network structures”. [Traducción propia]

particular que facilitan la acción colectiva (Tarrow, 2012). La noción incorpora como factores relevantes para explicar la acción colectiva aspectos de las estructuras del Estado, los grupos organizados, las elites y las crisis económicas (Retamozo, 2013).

En la literatura sobre movimientos sociales en red hemos identificado como factores contextuales catalizadores: 1) Conflictos entre las élites en el poder; 2) Disfunción en los mecanismos de integración social y política; 3) Persistencia de graves problemas económicos para los cuales los grupos en el poder no ofrecen solución; 4) Elevadas expectativas insatisfechas de cambio social o político; y, 5) Apropiación social de innovaciones tecnológicas para la comunicación política autónoma (Goodwin & Jasper, 2009).

Por su parte, McAdam (1999) enfatiza la importancia de estudiar las oportunidades culturales e incorporar dimensiones simbólicas, especialmente las relacionadas con la articulación de valores y discursos, y su puesta en circulación en el espacio público. Las dimensiones culturales y simbólicas son cruciales en el estudio de los movimientos en red porque estos actúan principalmente generando tensiones que derivan en fisuras del *habitus* (Bourdieu, 1988) en el campo político en donde emergen. Actúan sobre las dimensiones afectivas y normativas de la cultura política, poniendo énfasis en la inclusión de los excluidos y reclamando la expansión de los límites del sistema.

Nos interesa profundizar en las dinámicas de redes que afectan los flujos de información y los flujos de influencia en los movimientos (Oliver & Myers, 2003), así como la decisión misma de participar en activismo o en movilizaciones de protesta (Passy, 2003; Passy & Monsch, 2013). El estudio de los casos indica que los participantes en el momento de arranque de los movimientos sociales en red tienden a ser quienes perciben una intolerable contradicción entre las relaciones de dominación política y de control social que les han sido impuestas y su propia identidad política, individual y colectiva (Melucci, 1996). Los activistas presentes en los debates o los eventos iniciales de los movimientos sociales en red suelen tener un nivel de educación formal alto o medio, tienden a tener una alta exposición a la información política, viven en centros urbanos, son jóvenes y suelen contar con experiencias previas de participación en organizaciones sociales voluntarias no partidistas.

3. Dinámicas fundamentales de los movimientos sociales en red

A partir del estudio de los casos y la revisión de la literatura sobre el tema los movimientos sociales en red (Castells, 2009; Castells, 2012; Dalhberg, 2011; Diani, & McAdam, 2003; Lago Martínez, 2012; Lim & Kahn, 2008; McCaughey & Ayers, 2003; Puyosa, 2014; Sádaba, 2012; Sancho Rovira, 2013), he identificado 10 dinámicas fundamentales que caracterizan a este tipo de movilizaciones colectivas: 1) Arranque emocional de la movilización y elaboración de marcos de injusticia;

2) Uso intensivo de la web y el teléfono móvil para la comunicación política autónoma; 3) Construcción de identidad colectiva a partir de marcos de valores y un lenguaje propio del movimiento; 4) Debates sobre temas y valores en enclaves deliberativos; 5) Carácter difuso de la estructura del movimiento y coaliciones fluidas de redes de activistas conectadas con múltiples organizaciones de naturaleza híbrida; 6) Dinámicas de capital social que combinan vínculos fuertes y vínculos débiles; 7) Acción colectiva para la ocupación del espacio público; 8) Acción política de contra-públicos o contra-hegemónica; 9) Conformación de redes con estructura de mundo-pequeño; 10) Propagación de ideas por difusión en cascadas o contagio en redes. En este artículo, vamos a revisar las proposiciones teóricas básicas para comprender cada una de estas dinámicas.

3.1 Arranque emocional de la movilización y elaboración de un marco de injusticia.

El estudio de la dimensión cultural de los movimientos de protesta se centra en creencias cognitivas, respuestas emocionales y evaluaciones morales (Jasper, 1997; Goodwin, Jasper & Polletta, 2000; Gravante & Poma, 2013). El ultraje, la vergüenza, la indignación, el orgullo y la esperanza de un mundo nuevo han sido identificadas como las emociones más relevantes en los procesos de activación y movilización de los movimientos sociales (Goodwin, Jasper & Polletta, 2000). En el estudio sobre “Emociones colectivas y lenguaje del 15M”, Oscar Marín (2013), demuestra cómo los mensajes en la web de los simpatizantes del movimiento 15M poseían una carga emocional que fue instrumental para organizar las movilizaciones masivas y el mantenimiento de las acampadas en Madrid y Barcelona.

Los estudios de caso tienden a ubicar el inicio de la movilización de un movimiento social en red en un evento que constituye un choque moral (Castells, 2012; Gravante & Poma, 2013; Puyosa, 2014). El choque moral ocurre cuando un evento o la revelación de una información genera un sentimiento de ultraje intolerable, o de indignación, que obliga a las personas a reflexionar sobre la divergencia entre sus valores y la sociedad en que viven (Jasper, 1998; Gravante & Poma, 2013). Se trata de eventos o informaciones que tocan temas sensibles y vínculos afectivos, lo que motiva a las personas a integrarse a alguna acción colectiva de protesta o de expresión de descontento. Un ejemplo emblemático de este tipo de situaciones es el ocurrido el 17 diciembre de 2011, cuando Mohamed Bouazizi se inmola frente al palacio de gobierno de Sidi Buzid. Al día siguiente se generaron protestas masivas en Túnez que se prolongaron durante 27 días, hasta que el presidente que había gobernado por más de 20 años dejó el poder. Vale destacar que en Túnez ya se habían registrado protestas populares en 2008 y 2010, protagonizadas principalmente por trabajadores mineros y textiles. Mas fue el choque moral de la inmolación de un vendedor callejero lo que generó las protestas masivas, con demandas radicales de cambio político.

El caso de Túnez ejemplifica la proposición teórica de que el choque moral conduce a la radicalización de la protestas cuando se identifica en la élite política en el poder al responsable de un ultraje, que es concebido como una amenaza a la seguridad propia, a la dignidad, a la comunidad y a la forma de vida de un colectivo social numeroso (Gravante & Poma, 2013). Mas si no se identifican con precisión las responsabilidades por el ultraje, se produce un sentimiento de resignación y la protesta se diluye, como podemos ver en el caso reciente de Ayotzinapa.

Ese proceso que permite construir el sentimiento de indignación ante la injusticia como una forma de expresión de protesta política ha sido conceptualizado en la literatura sobre movimientos sociales como “*injustice framing*” (Gamson, 1992; Gravante & Poma, 2013). El proceso sigue los siguientes pasos: 1) Experiencia del choque moral; 2) Reconocimiento de la amenaza contra la forma de vida de la comunidad de pertenencia; 3) Identificación precisa de los responsables del ultraje; 4) Enmarcado cognitivo como una injusticia; 5) Revisión de los valores en conflicto entre las creencias propias y el sistema de creencias de la élite en el poder (Cf. Gravante & Poma, 2013).

Los marcos cognitivos son artefactos simplificadores que ayudan a comprender y organizar el sentido del mundo (Lakoff, 2008; Snow & Benford, 2000). Los marcos de injusticia se articulan a partir de narrativas, símbolos, slogans y atribuciones de culpa o responsabilidad (Snow & Benford, 2000). Los movimientos sociales en red que han logrado mayor eficacia política (Revolución de Islandia, Plaza Tahrir, Indignados) se han caracterizado por la elaboración de poderosos marcos para comunicar el conflicto de valores con las élites en el poder.

Otro elemento que caracteriza la dinámica emocional de los movimientos sociales en red es que una vez que se activa la movilización y se produce la ocupación del espacio público, los sentimientos de ultraje e indignación pasan a ser sustituidos por sentimientos de empoderamiento, solidaridad y euforia (Gravante & Poma, 2013). El estudio de Toret et al. (2013) sobre el 15M muestra abundante evidencia empírica a favor de esta proposición teórica.

3.2 Uso intensivo de la web y el teléfono móvil para comunicación política autónoma

Los procesos de comunicación autónoma son cruciales para la acción política colectiva de los movimientos sociales en red. Los activistas en red desconfían de los medios; por eso, tienden a invertir mucho esfuerzo en procesos de comunicación autónoma de valores y símbolos de identidad (rituales y artefactos de resonancia cultural), usando preferentemente la web, el teléfono móvil, la conversación cara-a-cara y la intervención del espacio urbano (Puyosa, 2014). En este sentido, en el estudio de los movimientos sociales en red es apropiado utilizar la noción de “*network making power*”, que propone Castells en Comunicación y poder (2009). El “*network making power*” (*poder de hacer redes*) se refiere a la

habilidad para *programar* (*codificar*) los discursos que enmarcan la acción social en redes. La web es un espacio privilegiado para subvertir o reprogramar los códigos de la cultura política dominante (Puyosa, 2014). Por eso, los infoactivistas, quienes poseen competencias para la generación de contenidos para la web, tienden a ser participantes destacados en los movimientos sociales en red.

En la web, grupos emergentes van conformando un lenguaje común en un continuo de interacciones, ensayan prácticas culturales contra-hegemónicas (Lago, 2012; Paranyushkin, 2012) y expresan sus identidades con códigos que retan el lenguaje dominante (Melucci, 1996; Paranyushkin, 2012).

En la sociedad de la información, el control sobre el lenguaje y los códigos de la cultura política dominante es factor determinante para el éxito de un movimiento. Un movimiento social debe desarrollar un lenguaje de contestación y protesta (Tarrow, 2013). Un movimiento social en red aprende a darle sentido a su acción colectiva con un lenguaje que unifique a sus adherentes y se relacione con nuevos repertorios de protesta. Los repertorios lingüísticos de los movimientos sociales en red se conforman a partir de la expansión de significados de palabras que poseen resonancia cultural y simbólica. Frente a las neolenguas del poder oponen el lenguaje del movimiento.

3.3. Construcción de identidad colectiva a partir de marcos de valores y un lenguaje propio del movimiento

Hemos dicho que en el origen de un movimiento social en red generalmente se encuentra un choque emocional, que se enmarca como una injusticia, para revelar un conflicto de valores entre las élites en el poder y las víctimas de su injusticia. Pero, el choque moral no es suficiente para que se active un movimiento social. Es necesario que se construya una identidad colectiva. La identidad es la delimitación del sujeto colectivo con respecto a los otros. A partir del fortalecimiento de la habilidad de reconocerse y ser reconocido (Melucci, 1996), los grupos emergentes pueden conformar su identidad colectiva. La identidad colectiva está interrelacionada con la capacidad de producción de sentido del movimiento social en red. El lenguaje del movimiento social en red debe ser coherente con los marcos cognitivos de sus valores (Lakoff, 2001; 2010) y permitir el establecimiento de rituales de identidad. Lo identitario depende fundamentalmente de la autodefinición en términos de rituales, prácticas comunicativas y artefactos culturales. Una vez que se ha avanzado en los procesos de construcción de identidad, el movimiento puede estar listo para una acción colectiva eficaz.

Los vínculos entre los activistas en un movimiento social en red pueden fortalecerse por su participación en protestas o acciones de propaganda, incluso sin que se produzca un contacto directo cara-a-cara (McAdam, 2003). Las redes proporcionan un contexto de socialización de los valores compartidos por el movimiento, en un espacio cargado de emocionalidad. Es por esto que la expansión

en el uso de la web y de los teléfonos móviles como medios de comunicación política autónoma ha incrementado la agencia de activistas en redes.

3.4 Debates en enclaves deliberativos

De acuerdo con Castells (2012), la organización para la acción colectiva de un movimiento social en red pasa por: 1) el establecimiento de flujos continuos de información punto-a-punto (es decir, por la apropiación de medios de comunicación política autónoma); y, 2) la constitución de espacios de auto-reflexión. No obstante, en el estudio de casos recientes observamos que los espacios de auto-reflexión en realidad se construyen en paralelo o con posterioridad a la acción colectiva de ocupación de plazas y calles.

Idealmente, los participantes en los movimientos sociales en red realizan procesos colectivos de deliberación para definir fines, medios y relaciones con el contexto (Melucci, 1996; Castells, 2012). Mas, lo que observamos en los casos analizados es que los activistas definen fines y medios en un proceso que no es abiertamente deliberativo sino que se resuelve en la acumulación de acuerdos para la resolución de problemas puntuales.

Los procesos de deliberación se producen en torno a valores. Más importante aún, la participación activa en los debates se circunscribe a enclaves deliberativos. Sunstein (2009) argumenta que los enclaves deliberativos en la web proporcionan espacios para la expresión de opiniones de grupos marginados (invisibles o mudos). Así, la dinámica de deliberación de enclave involucra a un grupo de personas que inicialmente tiene ideas afines. Los enclaves deliberativos tienen como aspectos positivos el quiebre de la espiral del silencio y el refuerzo de la identidad de grupos emergentes. Más tienen como aspectos negativos que tienden a favorecer la polarización y a fomentar la adopción de posiciones extremas.

Si el debate se mantiene dentro del enclave deliberativo se consolidará un grupo con una fuerte *identidad de resistencia*², que reforzará ideológicamente su antagonismo frente a “los otros”, asumiendo posiciones marcadamente polares. Mas si a partir de la deliberación el grupo es capaz de construir una *identidad de proyecto* y construir coaliciones con otros sectores indignados por la injusticia puede darse un movimiento social en red.

3.5 Carácter difuso de la estructura del movimiento y coaliciones fluidas de redes de activistas conectadas con múltiples organizaciones de naturaleza híbrida

Los vínculos sociales previos son bases para el reclutamiento de activistas para un movimiento emergente (McAdam, 2003; Passy, 2003). Las redes de relacio-

2 Las nociones de identidad de resistencia e identidad de proyecto son explicadas en Castells (1999).

nes personales están en el origen de la decisión de los individuos de unirse al movimiento puesto que facilitan los flujos de información y reducen los costos de coordinación (McAdam, 2003; Melucci, 1996). Es por esto que los movimientos híbridos se benefician de la construcción de redes inter-organizaciones.

Los activistas pueden integrarse más fácilmente a nuevos movimientos si las identidades que han desarrollado en procesos colectivos previos son reconocidas e incorporadas. En este proceso es central que el discurso público de la nueva coalición apele a los marcos de valores y usos de lenguaje desarrollados en previos movimientos.

Las organizaciones y colectivos que constituyen un movimiento social en red se afectan mutuamente al darle forma a la estructura de oportunidades políticas, competir por y compartir recursos, generar alianzas en coaliciones y antagonistas en contra-movimientos (Heaney & Rojas, 2014). Debido a las condiciones derivadas de sus antecedentes organizativos, los movimientos sociales en red tienden a configurarse como movimientos híbridos, que poseen identidades complejas y multidimensionales. Tal como indican Heaney & Rojas (2014), las identidades complejas o híbridas en los movimientos sociales facilitan la recombinación de conocimientos e incrementan el potencial de innovación.

La web facilita la adopción de las rutinas de experimentación y rápida adaptación de los movimientos híbridos. Se pueden aprovechar categorías identitarias de distintas comunidades web como *puentes* que facilitan a los movimientos la recombinación de experiencias, conocimientos, tácticas y métodos.

Las organizaciones híbridas suelen ocupar los agujeros estructurales (Burt, 2001) en las redes de coaliciones y en los movimientos sociales en red. Las organizaciones híbridas tienen capacidades para construir representaciones y extender el alcance de los marcos de valores legítimos para múltiples audiencias, dado que pueden usar retóricas que apelan simultáneamente a participantes del movimiento y a audiencias externas.

A partir de los conocimientos de teoría de redes, podemos resumir un conjunto de hipótesis sobre las dinámicas características de las coaliciones de organizaciones, grupos o colectivos que participan en un movimiento social en red. Dentro de los movimientos sociales en red, las organizaciones con posiciones políticas más radicales podrían ser más atractivas para los participantes que ya están movilizados. En contraste, las organizaciones que realizan reuniones abiertas y tienen estilos de liderazgos más democráticos, facilitan la incorporación al movimiento de participantes sin mucha experiencia previa de movilización política. Asimismo, las organizaciones con presencia activa en espacios propios en la web pueden alcanzar audiencias más amplias que las organizaciones sin presencia web. Por otra parte, las organizaciones más proclives a trabajar en coaliciones y a convocar a eventos de calle suelen tener mayor centralidad en el movimiento.

En general, la acción colectiva de los movimientos sociales en red posee un carácter difuso, fragmentario, en donde cada grupo se moviliza de acuerdo con

las condiciones de sus espacios locales específicos. Los liderazgos derivan de respuestas adaptativas a las contingencias que deben enfrentarse en la acción colectiva. Los liderazgos carismáticos son infrecuentes y el reconocimiento de la autoridad es inestable. Las capacidades para articular consensos y para reforzar la identidad colectiva son las principales competencias del liderazgo del movimiento. Esto tiene la ventaja de la adaptabilidad a las contingencias del entorno. No obstante, también implica que los movimientos están expuestos constantemente a fuerzas centrífugas provenientes de las tensiones entre los distintos grupos que los conforman.

3.6 Dinámicas de capital social que combinan vínculos fuertes y vínculos débiles

En teoría de capital social, la hipótesis de la homofilia postula que a mayor similitud en los recursos mayor probabilidad de interacción (Lin, 2001a; 2001b). Este postulado es importante cuando estudiamos procesos de acción colectiva si agregamos dos hipótesis complementarias: a) A mayor interacción, mayor expresión de sentimientos y más emociones compartidas; y b) Mientras más emociones se compartan en la interacción, mayor compromiso para la acción conjunta.

La hipótesis de la homofilia y las hipótesis complementarias mencionadas se articulan en modelos de capital social que se centran en la fortaleza de los vínculos fuertes. En esta perspectiva, sostenida por Bourdieu (1986), Coleman (1994) y Portes (2000), redes densas, cohesionadas, con alta frecuencia de interacción, reciprocidad y confianza son efectivas para mantener recursos. La fortaleza de los vínculos depende de la intensidad de la relación, la frecuencia de contacto (que genera confianza), la reciprocidad y la aceptación de obligaciones mutuas. Comunidades o *clusters* con densidad de obligaciones superior al promedio (*closure*, Cf. Coleman) poseen mayor reciprocidad normativa, confianza y facilitación de acceso a recursos debido a obligaciones mutuas. La homofilia en redes contribuye a consolidar cliques de personas con valores compartidos que pueden evolucionar hacia comunidades o grupos de activismo que estarán en la base del movimiento social en red.

Alternativamente, otra hipótesis de teoría de capital social relevante para el estudio de los movimientos sociales en red propone la fortaleza de los vínculos débiles (Granovetter, 1973; 1978). Los vínculos débiles permiten que un individuo se conecte con individuos que pertenecen a otros grupos o clusters. Por tanto, si seguimos aceptando los postulados de la hipótesis de la homofilia como principio base de los grupos, los vínculos débiles proporcionan acceso a recursos más heterogéneos que los existentes en el grupo o cluster con el cual el individuo está más densamente conectado. Los vínculos débiles proporcionan acceso a información que es crítica para la obtención de nuevos recursos (Granovetter, 1973); y, en el ámbito del estudio de la estructura de las oportunidades para la movilización colectiva, la facilitación de acceso a nuevos recursos es crucial.

Las redes de contactos de los activistas tienden a ser robustas y eficientes, incluso si no son muy grandes y densas. Casi la totalidad de los activistas pertenecen a uno o más cliques densos, pero mantiene relaciones con otros grupos o nodos dispersos. La mayoría de los activistas tiene en su red unos pocos contactos muy bien conectados (*hubs*). Los “bien conectados” incrementan la conectividad entre cliques, creando vínculos entre distintos grupos o comunidades.

Tenemos que considerar, además, que los individuos más proclives a desarrollar vínculos débiles tienden a ser relativamente periféricos en sus comunidades o círculos de origen inicial. Este tipo de individuos son los que proporcionan a las redes los llamados *puentes sociales* (*social bridges*). Un puente social (*social bridge*) es un vínculo entre actores que conectan dos *clusters* en una red, vale decir dos comunidades de activismo, si nos ubicamos en nuestro campo de estudio de los movimientos sociales. La separación inicial de dos *clusters* o comunidades de activismo es un agujero estructural (*structural hole*) en la red (Burt, 2001). Para consolidar un movimiento social en red es necesario que se llenen estos agujeros estructurales, es decir que se establezcan puentes que permitan el flujo de información de una comunidad hacia otra. Los actores que sirven de puentes (los denominados *brokers*) poseen contactos no-redundantes, lo que les permite estar en el centro de flujos de información y ser gestores en el intercambio de recursos.

3.7 Acción colectiva para la ocupación del espacio público

Siguiendo a Melucci (1996), adoptamos la conceptualización de la acción colectiva como un conjunto de prácticas, en las cuales participan simultáneamente un conjunto de individuos y grupos, que comparten un espacio social de relaciones y le dan sentido a lo que están haciendo, usando un lenguaje y unos valores en común.

Una de las características más visibles de los movimientos sociales en red es que se involucran en acciones de ocupación colectiva del espacio público, cuyo sentido principal es el fortalecimiento de la comunidad de valores entre sus activistas. Los activistas de los movimientos sociales en red organizan campamentos o simplemente ocupan las plazas para cantar, jugar, rezar, comer, producir materiales de propaganda, debatir y tomar decisiones juntos. Estas dinámicas pueden ser observadas claramente en los casos de Indignados y de Occupy Wall Street.

La ocupación del espacio público por activistas de movimientos en red no se orienta al logro de objetivos políticos tácticos, sino a la consolidación de vínculos emocionales entre los miembros del movimiento. Una vez consolidados esos vínculos emocionales se puede contar con el compromiso moral de los activistas para la movilización hacia el logro de objetivos más estratégicos.

3.8 Acción política de contra-públicos o contra-hegemónica.

Dahlberg (2011) propone cuatro tipos de acción política democrática en el contexto de la web: liberal individualista, deliberativa, de contra-públicos o contra-hegemónica; y, autonomista o comunalista. De acuerdo con sus procesos de construcción de identidades, sus modalidades de comunicación, sus prácticas de acción colectiva y sus formas de organización, los movimientos sociales en red se corresponden con el tipo de acción política contra-hegemónica o de contra-públicos.

Consecuentemente, en los procesos de acción política de los movimientos sociales en red, la web es utilizada para la formación de grupos para el activismo y para la protesta. La orientación democratizadora de los movimientos sociales en red está marcada por la exposición de vínculos de solidaridad entre distintos grupos humillados o marginados. La democracia es asociada con discursos de protesta que disputan las relaciones sociales de inclusión/exclusión impuestas desde el poder político.

Concibiéndose como contra-públicos, los activistas de los movimientos sociales en red constituyen espacios de interacción comunicativa que retan los discursos dominantes y las prácticas hegemónicas. En sus enclaves deliberativos en la web, los activistas en red abordan los temas de debate político desde posiciones subjetivas y afectivas, más que desde la argumentación racional.

En el marco de una acción política de naturaleza contra-hegemónica, los procesos de comunicación política autónoma que se producen en la web tienen como funciones: facilitar la formación de contra-públicos; facilitar la expresión de contra-discursos; facilitar el establecimiento de vínculos entre grupos marginados; aumentar la efectividad estratégica de los contra-discursos; y mover las fronteras discursivas en la esfera pública dominante. Esas funciones pueden ser identificadas en los casos de estudio de movimientos sociales en red en los cuales se observa un claro esfuerzo por cuestionar a las instituciones de poder, por marcar distancia con las formas de acción política electoralistas y por exponer demandas políticas de baja negociabilidad.

3.9 Conformación de redes con estructura de mundo-pequeño

En una sección anterior resaltaba la importancia del principio de homofilia, que se observa en la tendencia a interactuar con gente que tiene intereses, gustos y valores similares. Ya he explicado cómo la homofilia contribuye al proceso de consolidación de identidad colectiva. Es notable cómo internet ha ampliado el alcance de las relaciones homofílicas incluso a personas que se encuentran dispersas geográficamente.

Mas internet también ha visibilizado las redes de mundo-pequeño y ha amplificado su potencial para la acción colectiva. Una “red de mundo pequeño” (*small-world network*) es un tipo de grafo en el cual la mayoría de los nodos no son vecinos entre sí, y sin embargo la mayoría de los nodos pueden ser alcanza-

dos desde cualquier nodo origen a través de un número relativamente corto de pasos (Watts & Strogatz, 1998).

Esta definición nos lleva a algunos fenómenos que han sido observados empíricamente en los movimientos sociales en red: a) Alto grado de clusterización en las comunidades de activistas; b) No se produce desconexión en el movimiento a pesar de la dispersión de los cliques de activistas; c) Pocos “atajos” o personas que facilitan vínculos de larga distancia son responsables de la alta conectividad nacional e incluso global de movimientos que actúan localmente; d) En la web social se generan componentes gigantes de conversación en torno a las consignas del movimiento.

3.10 Propagación de ideas por difusión en cascadas o contagio en redes

Estamos trabajando con la hipótesis de que la activación de los movimientos sociales en red ocurre cuando suficientes nodos vecinos (amigos, colegas, pares, referentes) se han “contagiado” con determinada idea. En estudios que modelan la propagación de ideas se observa que deben darse dos condiciones: grupos densamente conectados y alto nivel de confianza entre miembros de esos grupos (Paranyushkin, 2012); ambas condiciones son facilitadas por la web, como hemos señalado en apartes anteriores. Hemos observado cómo la web social facilita que los portadores de nueva información (*brokers*) puedan establecer relaciones de confianza y ganar credibilidad en grupos o comunidades cohesionados por intereses comunes o por identidades, superando brechas socio-demográficas y barreras territoriales (Puyosa, 2014).

El fenómeno, que se estudia con modelos de umbrales en redes, ha sido observado en varios estudios sobre la propagación de ideas para la acción colectiva (Granovetter 1978; Paranyushkin, 2012). Bajo las condiciones establecidas en los modelos de umbrales en redes, los individuos son más proclives a establecer compromisos con una causa política una vez que el número de sus vecinos comprometidos con dicha causa supera el umbral (Gladwell, 2000). En las simulaciones, el umbral de contagio se ubica alrededor de $2/3$ de los nodos vecinos (Puyosa, 2014). El umbral de conversión de los potenciales activistas se excede más rápidamente cuando las comunidades están densamente conectadas. La propagación de información que genera el contagio de ideas se acelera cuando hay alta confianza entre los miembros de la red.

Existe mayor probabilidad de contagio entre individuos que interactúan frecuentemente, dado que pueden alinear sus intereses fácilmente. Asimismo, los individuos que interactúan frecuentemente tienen más oportunidades de ejercer influencia personal unos en otros. (Bakshy, Rosenn, Marlow & Adamic, 2012). En conjunto, los vínculos débiles son origen de más contagio de nueva información, aun cuando individualmente los vínculos fuertes sean más influyentes (Bakshy *et al.*, 2012).

Mas, la acción colectiva de un movimiento social en red implica que un conjunto de individuos se movilice en respuesta sincronizada a información que está recibiendo de otros individuos a los cuales está conectado. ¿Cómo se produce el contagio que generara esa activación de un movimiento social en red? La hipótesis más fuerte es que responde a la dinámica de cascadas informativas que afectan globalmente a la red. A partir de un evento disparador, generalmente con una fuerte carga emocional, un número relativamente pequeño de nodos genera mensajes movilizadores que se propagan viralmente y se contagian a la mayoría de los nodos en una red en un período relativamente corto de tiempo (Paranyushkin, 2012).

De acuerdo con Paranyushkin (2012), el contagio informativo es más eficiente en redes de mundo-pequeño cuando las semillas iniciales se ubican en los grupos con más bajo nivel de inmunización contra la información (es decir, con menor articulación de creencias opuestas). Una vez que la información se ha contagiado en estos grupos más susceptibles a la movilización, los activistas con mayor conectividad (*brokers*) la esparcirán a otros grupos o comunidades, y al generarse un punto de quiebre en la dinámica de la red pueden producirse fenómenos políticos de alto impacto como las movilizaciones de Plaza Tahrir.

4. Conclusiones

La identificación de estas diez dinámicas fundamentales en los casos más emblemáticos de las movilizaciones colectivas del período 2004-2009, podría ser un aporte para avanzar en una línea de investigación dentro del campo de los estudios de redes. La evidencia ya existente sobre el arranque emocional de los movimientos en red puede ser corroborada por estudios que utilicen técnicas de análisis de redes sociales, minería de datos en la web y etnografía digital. Mientras que el proceso de elaboración de los marcos de injusticia puede ser estudiado con técnicas de análisis de discurso, minería textual, etnografía digital y narrativas. El uso de la web y del teléfono móvil para comunicación política autónoma puede ser analizado a través de minería de datos y de encuestas. Los procesos de construcción de identidad colectiva a partir de marcos de valores y un lenguaje propio del movimiento pueden ser estudiados con métodos etnográficos y con análisis del discurso. Los debates sobre temas y valores en enclaves deliberativos pueden, asimismo, ser analizados con minería de datos web, análisis textual y análisis de redes sociales. Los aspectos derivados de la estructura del movimiento también pueden estudiarse con métodos de análisis de redes sociales. Evidentemente, las dinámicas de capital social en los movimientos también son un aspecto que debe estudiarse con métodos de análisis de redes sociales. En cambio, los procesos de acción colectiva para la ocupación del espacio público deberían ser estudiados con técnicas de investigación social más tradicionales, como las encuestas y las entrevistas. En tanto que el estudio de las

dinámicas de acción política contra-hegemónica o de contra-públicos reclama diseños multi-métodos que combinen análisis de discurso y análisis de actores en conflicto. Finalmente, el estudio de la conformación de redes de activistas exige el uso de modelos y técnicas de análisis de redes sociales, lo que también ocurre con el crucial tema de la propagación de ideas por difusión en cascadas o contagio.

Procesos políticos tan complejos como los que involucran el actual ciclo global de protestas y la emergencia de los movimientos sociales en red no se pueden agotar en las 10 dinámicas propuestas como fundamentales en este artículo. No obstante, la síntesis conceptual presentada puede ser útil para avanzar de los estudios de casos hacia teorizaciones más completas sobre movimientos sociales en red.

Referencias bibliográficas

- Bakshy, E., Rosenn, I., Marlow, C., & Adamic, L. (2012, April). The role of social networks in information diffusion. In Proceedings of the 21st international conference on World Wide Web (pp. 519-528). ACM.
- Benford, R. D., & Snow, D. A. (2000). Framing processes and social movements: An overview and assessment. *Annual review of sociology*, 611-639.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. *Cultural theory: An anthology*, 81-93.
- Bourdieu, P. (1988). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Burt, R. (2001). Structural Holes versus Network Closure as Social Capital. In N. Lin, K. Cook & R. Burt (Eds.) *Social Capital*. New York: Aldine de Gruyter.
- Cabalin-Quijada, C. (2014). Estudiantes conectados y movilizados: El uso de Facebook en las protestas estudiantiles en Chile. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (43), 25-33.
- Castells, M. (1999). *La sociedad red. La era de la información: economía, sociedad y cultural*. Madrid, Alianza Editorial.
- Castells, M. (2009) *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza: Los movimientos sociales en la era de internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- Coleman, J. S. (1994). *Foundations of social theory*. Harvard University Press.
- Conover, M. D., Davis, C., Ferrara, E., McKelvey, K., Menczer, F., & Flammini, A. (2013). The geospatial characteristics of a social movement communication network. *PloS one*, 8(3), e55957.
- Dalhberg, L. (2011) Re-constructing digital democracy: An outline of four “positions”. *New Media & Society*. Vol. 13 (6): 855-872. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Delgado, C. & Arenas, G. (2014). #12F la rebelión digital. *Revista Comunicación*. Segundo trimestre 2014. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla.

- Diani, M. (2003) Social movements, contentious actions, and social networks. En Diani, M., & D. McAdam, D. (Eds.) *Social movements and networks: Relational approaches to collective action*. Oxford University Press.
- Edwards, G. (2014). *Social movements and protest*. Cambridge University Press.
- Gamson, W. A. (1992). *Talking politics*. New York: Cambridge University Press.
- Garrido, M., & Halavais, A. (2003). Mapping networks of support for the Zapatista movement. En McCaughey, Martha & Michael Ayers. *Cyberactivism: Online activism in theory and practice*, 165-184. New York: Routledge.
- Gladwell, M. (2000). *The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference*. New York: Little Brown.
- Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology* (78), 1360-1380. The University of Chicago Press.
- Granovetter, M. S. (1978). Threshold Models of Collective Behavior. *American Journal of Sociology*, 83(6), 1420. The University of Chicago Press.
- Gravante, T., & Poma, A. (2013). Apropiación y emociones. Una propuesta teórica “desde abajo” para analizar las prácticas de Net Activismo. En Sierra Caballero, F. (Coord) *Ciudadanía, tecnología y cultura: nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital* (pp. 257-284). Gedisa.
- Goodwin, J., & Jasper, J. M. (Eds.). (2009). *The social movements reader: Cases and concepts (Vol. 12)*. United Kingdom: John Wiley & Sons.
- Goodwin, J., Jasper, J. M., & Polletta, F. (2000). The return of the repressed: The fall and rise of emotions in social movement theory. *Mobilization: An International Quarterly*, 5(1), 65-83.
- Heaney, M. T., & Rojas, F. (2014). Hybrid Activism. *American Journal of Sociology*. Volume 119. Number 4 (January 2014): 1047-1103.
- Jasper, J. M. (1997). *The art of moral protest*. Chicago: University of Chicago Press.
- Jasper, J. M. (1998, September). The emotions of protest: Affective and reactive emotions in and around social movements. *Sociological forum* (Vol. 13, No. 3, pp. 397-424). Kluwer Academic Publishers-Plenum Publishers.
- Lago Martínez, S. (comp.) (2012) *Ciberespacio y resistencias. Exploración en la cultura digital*. Buenos Aires: Hekht Libros.
- Lakoff, George (2001). *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.
- Lakoff, G. (2008). *The political mind: A cognitive scientist's guide to your brain and its politics*. Penguin.
- Lakoff, G. (2010). *Moral politics: How liberals and conservatives think*. University of Chicago Press.
- Lim, M. & Kann, M. E. (2008). Politics: Deliberation, Mobilization, and Networked Practices of Agitation. En Varnelis, K (ed) *Networked Publics*. Boston (MA): MIT Press.
- Lin, N. (2001a). *Social Capital. A Theory of Social Structure and Action*. New York: Cambridge University Press.
- Lin, N. (2001b). Building a Network Theory of Social Capital. En N. Lin, K. Cook & R. Burt (Eds.), *Social Capital*. New York: Aldine de Gruyter.

- Lotan, G., Graeff, E., Ananny, M., Gaffney, D., & Pearce, I. (2011). The Arab Spring the revolutions were tweeted: Information flows during the 2011 Tunisian and Egyptian revolutions. *International Journal of Communication*, 5, 31.
- Marín, O. (2013). Emociones colectivas y lenguaje del 15M. En Toret (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas*. IN3 Working Paper Series.
- Martin, A. (2013) *Revoluciones horizontales*. San José: FLACSO.
- McAdam, D. (1999). Marcos interpretativos y tácticas utilizadas por los movimientos: Dramaturgia estratégica en el Movimiento Americano Pro-Derechos Civiles. En McAdam, D., McCarthy, J., & Zald, M. (1999). *Movimientos sociales, perspectivas comparadas: oportunidades políticas, estructuras de movilización y marcos interpretativos culturales* (pp. 475-496). Ediciones Istmo.
- McAdam, D. (2003). Beyond structural analysis: Toward a more dynamic understanding of social movements. En Diani, M., & D. McAdam, D. (Eds.) *Social movements and networks: Relational approaches to collective action*, 281-298.
- McCaughy, M. & Ayers, M. (2003) *Cyberactivism: Online activism in theory and practice*. New York: Routledge.
- Melucci, A. (1996) *Challenging Codes: Collective Action in the Information Age*. New York: Cambridge University Press.
- Oliver, P. E., & Myers, D. J. (2003). Networks, diffusion, and cycles of collective action. En Diani, M., & D. McAdam, D. (Eds.) *Social movements and networks: Relational approaches to collective action*, 173-203.
- Paranyushkin, D. (2012), *Information Epidemics and Synchronized Viral Contagion in Social Networks*. Nodus Labs, January 2012. Berlin.
- Passy, F. (2003). Social networks matter. But how. En Diani, M., & D. McAdam, D. (Eds.) *Social movements and networks: Relational approaches to collective action*, 21-48.
- Passy, F., & Monsch, G. A. (2014). Do Social Networks Really Matter in Contentious Politics?. *Social Movement Studies*, 13(1), 22-47.
- Portes, A. (2000). Social capital: Its origins and applications in modern sociology. LESSER, Eric L. *Knowledge and Social Capital*. Boston: Butterworth-Heinemann, 43-67.
- Puyosa, I. (2014). “El contagio de ideas políticas, la identidad colectiva y los movimientos sociales en redes. Con un punto aparte para el #Movimiento12F”. *Revista Comunicación*. Segundo trimestre 2014. n. 166. Caracas, Venezuela: Centro Gumilla.
- Retamozo, M. *Movimientos sociales: Un mapa de la cuestión*. En Cantú, E. V., & González, V. H. M. (Eds.). (2013). (Pre) textos para el análisis político: disciplinas, reglas y procesos. FLACSO Mexico/Universidad Von Humboldt.
- Rovira Sancho, G. (2013). De las redes a las plazas: la web 2.0 y el nuevo ciclo de protestas en el mundo. *Acta Sociológica*, (62).
- Rovira Sancho, G. (2014). El #YoSoy132 mexicano: la aparición (inesperada) de una red activista. *Revista CIDOB d'afers internacionals*, (105), 3-20.
- Sádaba, I. (2012). *Acción colectiva y movimientos sociales en las redes digitales*.

- Aspectos históricos y metodológicos. *Arbor*, 188(756), 781-794.
- Sunstein, C. R. (2009). *Republic.com 2.0*. Princeton University Press.
- Tarrow, Sidney (2012). *El poder en movimiento: Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Madrid: Alianza Editorial.
- Tarrow, S. (2013). *The Language of Contention: Revolutions in Words, 1688-2012*. Cambridge University Press.
- Toret, J. (2013). *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas. El sistema red 15M, un nuevo paradigma de la política distribuida*. IN3 Working Paper Series.
- Uzcátegui, R. (2014). *Movilizaciones estudiantiles en Venezuela. Del carisma de Chávez al conflicto en redes*. *Nueva sociedad*, (251), 153-165.
- Watts, D. J., & Strogatz, S. H. (1998). *Collective dynamics of 'smallworld' networks*. *Nature*, 393(6684), 440-442.
-

Información de la autora

Iria PUYOSA

iria.puyosa@gmail.com

impuyosa@flacso.edu.ec

Investigadora en comunicación política, sociedad de la información, formación de opinión pública, usos políticos de la web y políticas públicas sobre Internet. Trabajando en investigaciones sobre movimientos sociales en red, comunidades políticas en la web y contagio de ideas políticas vía redes de información. PhD de la Universidad de Michigan (2009). Formación de postgrado en investigación basada en encuestas (University of Michigan, 2005) y comunicación estratégica (UCAB, 1998). Docencia de postgrado en Comunicación Política & Web, TIC & Procesos políticos, y Medios & Poder.

La publicidad radiofónica en internet. Características, potencialidades y principales formatos

Radio advertising on the Internet. Characteristics, potential and its main formats

A publicidade de rádio na Internet. Características, potencialidades e seus principais formatos

Teresa PIÑEIRO-OTERO
Universidade da Coruña

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 128, abril - julio 2015 (Sección Informe, pp. 217-236)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 11-02-2015 / Aprobado: 03-03-2015

Resumen

Las particularidades de la radio y el carácter sonoro de sus mensajes le confieren grandes potencialidades tanto en entornos de consumo multitarea como por su capacidad de *engagement*. Pese a ello, la escasa creatividad de los anuncios, la limitada percepción de su valor como medio publicitario y la entidad alcanzada por internet han relegado a la radio convencional a los últimos puestos en inversión publicitaria. Esta pérdida de peso en el mercado publicitario global contrasta con las fortalezas de la radio que, en su trasposición a la red, se han incrementado y redimensionado. En este sentido, el presente trabajo tiene por objeto efectuar una aproximación a las características de la publicidad radiofónica, las potencialidades específicas de la radio *on-line* y sus principales formatos.

Palabras clave: radio, publicidad, radiodifusión *on-line*, internet, comunicación móvil, radiodifusión comercial.

Abstract

The sound character of radio messages and its particularities provide this medium with great potential in consumption and multitasking environments and engagement ability. Despite this, the tiny creative on ads, the limited perception of its value as an advertising medium, and the entity reached by Internet have moved conventional radio into last positions on advertising investment. This weight loss in the global advertising market contrasts with the strengths of the radio, which, in its Network transposition, have increased and resized. In this sense, this paper aims to make an approach to the characteristics of radio advertising, to the specific potential of online radio and to the main formats.

Keywords: Radio, advertising, *on-line* broadcasting, internet, Mobile Communication, commercial broadcasting.

Resumo

As particularidades do rádio e do carácter sonoro de sua mensagem conferem-lhe grande potencial tanto em contextos de consumo multitarefa como pela sua capacidade de engajamento. Pese a isso a escassa criatividade dos anúncios, a limitada percepção do seu valor como meio publicitário e a entidade alcançada pela internet têm relegado ao rádio convencional os últimos postos em investimento publicitário. Esta perda de importância no mercado publicitário global contrasta com as fortalezas do rádio que, na sua transposição à web, tem aumentado e redimensionado. Neste sentido, o presente trabalho tem por objeto efetuar uma aproximação às características da publicidade no rádio, o potencial específico do rádio *on-line* e os seus principais formatos.

Palavras-chave: Rádio, publicidade, radiodifusão *on-line*, internet, comunicação móvel, radiodifusão comercial.

1. Introducción

La radio no tiene valor comercial. ¿Quién pagaría por unos mensajes enviados a nadie en particular?

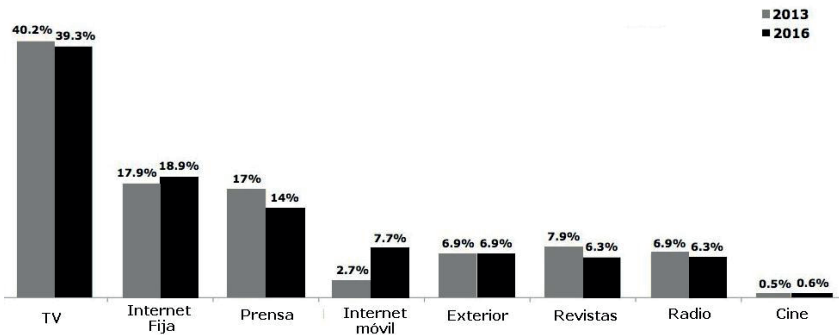
Con estas palabras Robert Starnoff, en 1920, presidente de la Radio Corporation of America, zanjaba la posibilidad de un uso publicitario del medio (Moliné, 1999). Pronto se demostraría lo erróneo de esta predicción.

En el segundo cuarto del siglo XX la radio se configuró como el gran medio publicitario. En ella se establecieron algunas pautas básicas de creatividad y se experimentaron algunas de las fórmulas publicitarias actualmente en uso: cuñas, jingles, anuncios por palabras, menciones, patrocinios, concursos, etc.

Este período de apogeo del medio radiofónico se vio truncado con la irrupción de la televisión. El traspaso del liderazgo mediático y publicitario al medio audiovisual obligó a la radio a reinventarse, con mayor o menor fortuna, tanto en lo que respecta a sus contenidos como a sus mensajes comerciales.

Hoy, en el contexto global, la radio ocupa el quinto puesto en inversión publicitaria (Gráfico 1). Lugar al que ha sido desplazada tras la reorganización del mercado publicitario con la irrupción de internet.

Gráfico 1. Porcentaje de inversión publicitaria por medio. Datos de 2013 y previsión para 2016.



Fuente: ZenithOptimedia.

Si se atiende a los medios convencionales, en el último año la inversión publicitaria global en radio constituyó el 14,5% del total [en dichos medios] y la previsión es que en 2016 esta inversión descienda más de un punto porcentual, relegando al medio sonoro a la sexta posición (según datos de ZenithOptimedia, 2014). Este descenso, que se integra en una tendencia decreciente, confirma que en el ámbito global la radio pierde peso como medio publicitario *offline*.

Mientras las cadenas han logrado establecer un vínculo emocional de gran intensidad con el oyente, que fundamenta una relación de fidelidad, la publicidad se ha quedado al margen (Perelló Oliver & Muela Molina, 2012).

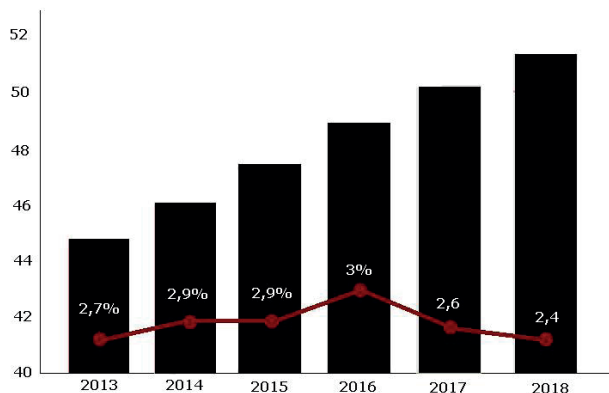
La debilidad de este vínculo emocional entre la publicidad radiofónica y su público responde a la percepción de ésta como aburrida, monótona, poco creativa, anticuada y racional (Muela Molina, 2008).

La radio suele integrarse en los planes de medios por rutina, como refuerzo, y en numerosas ocasiones sus mensajes se limitan a la reproducción sonora del mensaje televisivo o impreso. Esta práctica conlleva importantes deficiencias en lo que se refiere a la creatividad y la apropiación del lenguaje sonoro (Muela Molina, 2001; Muela Molina, 2008; Rodero & Sánchez Serrano, 2007; Rodero, 2008; Barbeito & Fajula, 2005, Perona & Barbeito, 2008; Perelló Oliver & Muela Molina, 2012).

A esta circunstancia se une la dificultad que presenta la radio convencional para cuantificar sus resultados. En un contexto como el actual resulta esencial determinar la eficacia de cada céntimo invertido en publicidad. La tiranía del ROI (*return on investment*) ha implicado un paso más en la invisibilización del medio (Barbeito & Fajula, 2005).

El defecto en la medición de resultados, que aqueja a la radio convencional, constituye una de las principales virtudes de la publicidad radiofónica en internet. Tal como señala el *Interactive Advertising Bureau* (en adelante IAB, 2014b), una de las fortalezas de la radio *on-line* como medio publicitario es, precisamente, su facilidad para la medición del ROI. Una potencialidad que se trasladará a otras plataformas y soportes de la radio en internet, como la radiofonía móvil.

Gráfico 2. Porcentaje de inversión publicitaria global en el medio radiofónico. Datos de 2013 y previsión para el período 2014-2018. (Billones de dólares y porcentaje de incremento anual).



Fuente: PWC. Global entertainment and media outlook 2013-2018.

Si bien la inversión publicitaria en el medio convencional sigue una tendencia decreciente, la transposición de la radio a la red ha relanzado al medio como soporte publicitario. Tal como señala PWC (2014), en 2013 la inversión publicitaria

global en radio –convencional, web y móvil– rondó los US\$ 45 billones. Dicha inversión sitúa al medio en una tendencia ascendente gracias a la creciente entidad de la publicidad en la radio *on-line*.

El incremento de la publicidad en la radiofonía en internet, y su previsión para los próximos cinco años, además de ayudar a paliar la caída en la inversión del medio convencional refrenda el valor de la radio *on-line* como medio publicitario.

En este sentido el objeto del presente artículo ha sido el de analizar las posibilidades de la radio en la red –web y móvil– como soporte publicitario con características propias y diferenciadas respecto a los restantes medios de comunicación.

2. La mediamorfosis de la radio

En la última década del s.XX la radio, al igual que la prensa y la televisión, se ha visto inmersa en un proceso de mediamorfosis (Fidler, 1997). La transposición del medio hertziano a la red constituye la última transformación de la radio, en la que todavía se encuentra.

En esta nueva fase de la evolución de la radio la perspectiva tecnológica se supedita a la capacidad del propio medio para transformarse y generar nuevas modalidades comunicativas que tienen al sonido como punto de anclaje (Cebrián Herreros, 2001).

La radiomorfosis (Prata, 2008) hace precisa una reconceptualización del producto radiofónico más allá de su esencia exclusivamente sonora (González Conde, 2010). En internet la radio pierde la fugacidad que la caracteriza (Priestman, 2002) lo que le permite desarrollar un nuevo concepto de programación y de distribución de contenidos, más próximo a su personalización (Albarran & Pitts, 2001). Asimismo, la trasposición al medio interactivo por excelencia lleva a la radio a apropiarse de esta característica, con la integración de nuevas formas de participación que le permiten establecer una nueva relación con sus oyentes-usuarios (Priestman, 2002; Tolson, 2006; Nyre & Ala-Fossi, 2008).

En definitiva en internet la radio complementa algunas de sus características clásicas, como sus posibilidades de uso en un entorno *multitasking*, con otras derivadas de su nueva esencia multimedia. Algunas de éstas son la flexibilidad, ubicuidad, posibilidades de una comunicación síncrona y asíncrona, el enriquecimiento de su lenguaje con diversos componentes multimedia o la interactividad (Piñeiro Otero & Ramos, 2010).

Las potencialidades del medio *on-line* han llevado a las empresas radiofónicas a volcarse más en internet y a impulsar profesionales o estructuras de producción orientadas a la mejora de contenido como elemento principal de atracción y *engagement* del oyente. Una mejora que se va a orientar tanto a su diseño estético como a la integración de la interactividad y el uso de los recursos multimedia (Martínez Costa, Moreno & Amoedo, 2012).

La relevancia que adquiere la radiomorfosis, así como su convivencia y re-orientación con el medio convencional, ha suscitado el interés de diversos investigadores. En los últimos años se han publicado numerosas contribuciones en torno a la transposición del medio sonoro a la web y su impacto en las emisoras convencionales. Estos estudios se han abordado, principalmente, desde la perspectiva del paradigma comunicativo (Bonet, 2007; Cebrián, 2008; Sellas, 2011 y 2012), y del nuevo concepto de programación y distribución de contenidos (Sellas, 2006; De Velasco, 2008; Amoedo, Costa & Moreno, 2008; González & Salgado, 2009; Martínez, Moreno & Amoedo, 2012; Moreno, Martínez & Amoedo, 2009; Peña, 2012).

En el caso de la radio móvil, que constituye un paso más en el proceso de mediamorfosis, se destacan algunos estudios preliminares en torno al paradigma comunicativo (Paulo, 2013; Cordeiro & Paulo, 2014) y la apropiación de esta plataforma de difusión por las principales emisoras (Videla y Piñeiro-Otero, 2012; Videla y Piñeiro-Otero, 2013; Rosales, 2013).

No obstante, pese al interés suscitado por la radio *on-line* y su universo de canales y servicios, el estudio de su publicidad apenas ha sido abordado. En esta línea resulta reseñable el trabajo de Cea (2013) sobre los modelos de negocio de las radios públicas europeas en la red, o el de García González (2013) sobre la narrativa publicitaria en la webradio.

La publicidad en la radio *on-line*, al igual que sucede con el propio medio constituye un desafío en términos de definición (Coyle, 2006). Ya no se puede hablar únicamente de publicidad sonora: la publicidad radiofónica en la red constituye un fenómeno más amplio que una cuña insertada en un fragmento de programación y más específico que un *display* web en cualquiera de sus formatos.

Del mismo modo ya no sirven las viejas etiquetas que diferenciaban prensa, radio y televisión –así como a la publicidad en estos medios– porque en todos ellos convergen diversos lenguajes y elementos multimedia, ampliando sus potencialidades comunicativas (Teixeira, 2014; Cortés, 2011; Belochio, 2012; Emerim & Cavenaghi, 2012; Ribeiro, 2012).

Tal como señala Martínez Costa et al. (2012) resulta esencial determinar aquellas tácticas, productos y contenidos que formen parte del universo de la radiofonía en un contexto de convergencia digital. Un contexto en el que la radio parece haber perdido su vocación sonora y –por tanto– su elemento diferencial respecto a otros media.

En internet, el primer contacto del oyente con una emisora es visual. Si bien la primera generación de radios *on-line* utilizaba la red como una prolongación del dial, impactando en el oyente con la emisión en directo, en su evolución ha seguido las pautas de las cabeceras de prensa web.

Sin embargo el sonido constituye el elemento diferencial de la radio en internet. Se trata de un sonido enriquecido con la incorporación de elementos de carácter textual, visual y audiovisual, pero que debe de contar por sí mismo con sentido completo (Prata, 2008).

Este criterio también puede ser definitivo a la hora de determinar qué formatos pueden considerarse publicidad radiofónica *on-line* propiamente dicha. Una cuestión compleja si se atiende a dos perspectivas: 1) la presencia en las páginas web radiofónicas de distintos formatos de *display* (integrados o no integrados) característicos de la publicidad en internet; 2) la utilización dentro de otros *sites* de formatos de publicidad digital multimedia, con audio integrado, para atraer la exigua atención de los usuarios en un entorno sobresaturado de información. Ambas perspectivas introducen una disyuntiva compleja respecto a qué tipos de publicidad *on-line* pueden ser considerados o no radiofónicos.

3. Fortalezas de la publicidad radiofónica, también en internet

La publicidad constituye uno de los pilares básicos de los modelos de negocio del medio radiofónico en el contexto global. Estos modelos de negocio han demostrado una limitada permeabilidad a los cambios vividos por el medio radiofónico en los últimos años.

Además de su esencia sonora y su potencial evocador, la radio como medio publicitario, cuenta con una serie de características y oportunidades que le acompañarán en su salto al medio digital.

En esta línea siguiendo al *Radio Advertising Bureau* (RAB, 2006) se pueden señalar siete puntos fuertes de la radio como soporte publicitario, integrados y mejorados por el medio *on-line*:

a. Eficaz segmentación de públicos

La publicidad radiofónica tiene la capacidad de alcanzar metas diferentes. Su estructura de emisión permite llegar a objetivos geográficamente definidos, o segmentados por preferencias, dado que cada emisora o programa cuenta con un público concreto.

En el medio *on-line* esta posibilidad de segmentación se amplía hasta límites impensables. Si bien pierden peso variables clásicas como el ámbito geográfico o el momento de consumo, se incorporan otros criterios de segmentación vinculados a los intereses y estilos de vida. En la radio móvil se va un paso más allá gracias a las tecnologías de geolocalización que permiten una redefinición de la segmentación geográfica del *target*, posibilitando una experiencia publicitaria más contextual (*on* y *offline*).

b. Llega a las personas en tiempo y lugar

Atendiendo a los datos del RAB (2006) nueve de cada diez oyentes efectúan otra actividad durante el consumo de la radio, de modo que los anunciantes pueden lanzar *touchpoints* vinculados a aquella.

El estudio del RAB concluye que la publicidad acorde con la actividad realizada cuenta con un 60% más de probabilidades de recuerdo. Esta fortaleza, directa-

mente relacionada con la tendencia de consumo *multitasking*, puede incrementarse y redimensionarse en entornos *on-line*. Desde algoritmos de publicidad contextual hasta la radio cognitiva, la publicidad puede adaptarse todavía más a la actividad realizada, especialmente si ésta implica una búsqueda y consumo de contenidos en la red.

Asimismo, en los dispositivos móviles de altas prestaciones, la radio incrementa las posibilidades de alcanzar a los usuarios en tiempo y lugar tanto por la conectividad y portabilidad de los terminales, como por la información que aporta el propio oyente-usuario (de forma activa, vía *check in* en redes sociales, o pasiva, con la tecnología de geoposicionamiento del propio dispositivo) sobre su actividad y posición.

c. Escasa desconexión del público durante la publicidad

Los anuncios radiofónicos convencionales son el perfecto ejemplo de integración publicitaria. La ausencia de fronteras definidas entre el contenido y la publicidad, favorece una actitud positiva de su público hacia el mensaje. En palabras del RAB “You can’t close your ears” (Heat, s/f).

Asimismo en el medio radiofónico se elimina, en cierto modo, la competencia publicitaria. Si en la prensa los formatos publicitarios compiten entre sí por la atención del público, en la radio solamente se puede escuchar un contenido a la vez, eliminando dicha competencia.

Incluso en la radio en internet, cuya esencia multimedia permite una mayor competición entre anunciantes y formatos, la incorporación de la esencia sonora del medio a la publicidad la dota de una gran capacidad de impacto en consumos multitarea. En estos casos los formatos radiofónicos *ad hoc* cuentan con mayores potencialidades que los *display* debido a que el mensaje sonoro jerarquiza la atención de los oyentes-usuarios en un contexto de competencia publicitaria.

d. Efecto multiplicador de la publicidad en otros medios

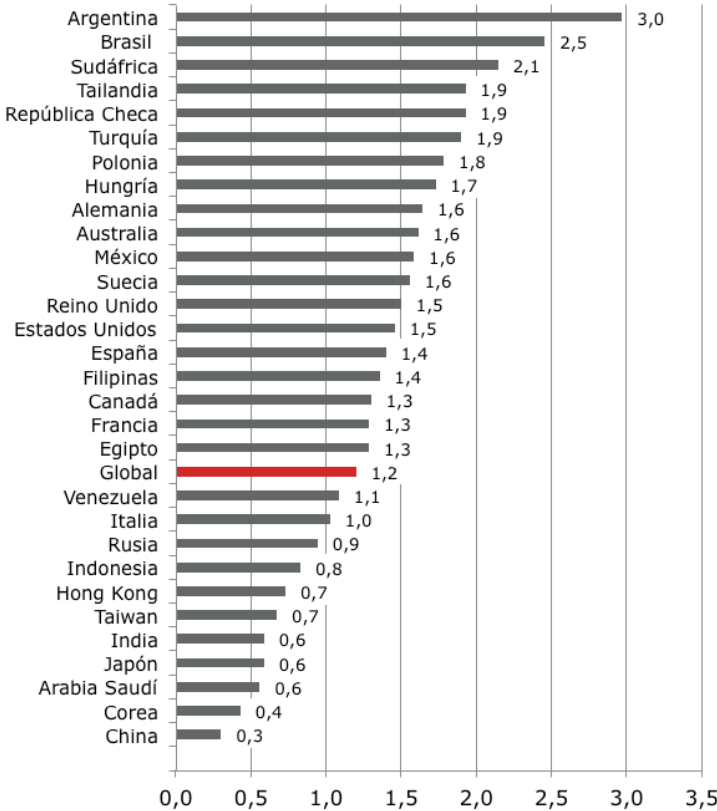
En un estudio basado en más de 55.000 entrevistas, Millward Brown (Millward Brown & RAB, s/f) demostró que el medio radiofónico multiplica el resultado de los mensajes de la televisión. Dicho efecto, extensible para la radiofonía *on-line*, parece sustentarse en el hecho de que la radio es exclusivamente audio, lo que le permite estimular una parte diferente del cerebro.

e. Crea una gran cuota mental para una marca

La radio es capaz de producir la sensación de ubicuidad de una marca. Esta sensación se basa en dos características del medio radiofónico: 1) la frecuencia de emisión de los anuncios de radio y 2) el tiempo que los oyentes dedican a la escucha del medio. Por una parte, el carácter sonoro de la publicidad y el limitado coste de sus anuncios ha llevado a que –en la planificación de este medio– se opte por la reiteración de los mensajes, especialmente en lo que se refiere a las cuñas y a las menciones. Por otra, el tiempo medio de consumo de la radio, en el ámbito

global supera la hora diaria (72 minutos atendiendo al NOP World, 2013), aunque resulta superior en determinados contextos nacionales (Gráfico 3).

Gráfico 3. Consumo del medio convencional en 30 países (Promedio horas/día).



Fuente: Elaboración propia a partir de NOP World Culture Score (TM) Index (2013).

La irrupción del usuario permanentemente conectado (Fundación Telefónica, 2014), ha implicado también cambios en el consumo de la radio *on-line* que lleva a hablar de una conexión continua más que de un tiempo concreto de consumo, especialmente en el caso de la radiofonía móvil.

Esta característica del acceso y consumo de la radio en internet la dota de grandes potencialidades para lograr notoriedad de marca. De hecho, el *branding* constituye uno de los principales objetivos del uso de la radio *on-line* como soporte publicitario (IAB, 2014a).

f. Facilita la respuesta

Desde siempre la radio contó con una gran capacidad para llamar la atención sobre una marca e incorporar *call to actions*. Esta potencialidad resulta más patente

en el momento en el que los consumidores pueden acercarse a determinados productos a través de internet.

En el caso de la radio web o móvil esta capacidad de respuesta se incrementa en tanto que los destinatarios del mensaje publicitario pueden acceder al sitio del anunciante o a cualquier otra *landing page* programada a solo un click. Inclusive se abre una vía interactiva de relación entre el oyente-usuario-posible cliente y el medio.

En este sentido el IAB (2014a) señala los resultados como uno de los objetivos del uso de la radio *on-line* como medio publicitario. Unos resultados que en internet se pueden medir y valorar, también en tiempo real (número de escuchas o visionados, porcentajes de clicks, visitas, compras efectuadas, etc.).

g. Es un amigo

El componente emocional de la radio y la frecuencia de su consumo en soledad, especialmente en determinadas franjas del día, ha dotado a los mensajes radiofónicos de un carácter íntimo y personal.

El consumo individual del medio potencia la confianza y la proximidad de los mensajes publicitarios. El oyente percibe el mensaje radiofónico como si fuese exclusivamente para él, de modo particular, favoreciendo su identificación con el contenido y consecuentemente el incremento de su capacidad persuasiva.

Esta circunstancia se hace especialmente patente en el caso de la radio móvil dado el carácter autónomo y personal de los dispositivos portátiles que los convierte en un “hogar más allá del hogar” (Cassetti & Sampietro, 2012). La radio, por tanto, es uno de los medios con mayor capacidad de *engagement* tanto desde la perspectiva del medio convencional como en la red.

Precisamente la capacidad de generar *engagement* se postula como una de las fortalezas de la publicidad radiofónica *on-line* (IABa, 2014). Otras potencialidades de la publicidad en el medio convencional que se refuerzan en su transposición a la internet son la frecuencia de impacto, la segmentación de contenido y su menor saturación publicitaria respecto a otros soportes publicitarios *on-line*.

4. Potencialidades de la publicidad radiofónica en la red

Además de las fortalezas de la publicidad radiofónica *on-line*, presentes en el medio convencional, resulta preciso señalar otras inherentes al medio digital. Entre las oportunidades propias de la radio en la red como soporte publicitario IAB (2014a) destaca la exposición de los oyentes a dichos publicitarios –en tanto es segura y medible–, la interactividad y las 3Ms (movilidad, multiplataforma y multitarea).

En primer lugar, la radio *on-line* asegura la audiencia de los contenidos publicitarios. Si en otra tipología de cibermedios los usuarios pueden esquivar la publicidad o discriminarla en su lectura, en el medio radiofónico la integración

de los formatos publicitarios en el contenido imposibilita saltar la publicidad incluso en entornos de consumo *multitasking*. Las fórmulas de publicidad radiofónica *on-line*, integradas en el contenido sonoro o audiovisual del medio, logran salir indemnes de la acción de los *ad-filters* o los *ad-blockings* (bloqueadores de publicidad instalados en los navegadores) cuya penetración ha puesto en jaque a la industria publicitaria web (Dans, 2014; Page Fair, 2014).

Gracias a las posibilidades de segmentación de la radio *on-line*, con especial incidencia en los dispositivos móviles (cuyo uso individual y privado, más su consumo *always & everywhere* aporta una información de mayor calidad del usuario), los anuncios publicitarios pueden lograr un mayor nivel de personalización que garantice la calidad del impacto. No obstante, el hecho de que no puedas cerrar las orejas no evita la desconexión del oyente cuando comienzan los contenidos publicitarios. Este fenómeno para el que se ha acuñado la expresión *zapping mental* (“Orejas cansadas”, 1997) afecta directamente a la calidad de la exposición; un impacto que por vez primera en la radio, se puede medir y cuantificar.

Entre otras posibilidades la radiomorfosis ha implicado nuevas fórmulas e indicadores para la medición de la exposición y los impactos publicitarios (usuarios únicos, frecuencia, CTR, sesiones y tiempo de sesión, “effective GRP” y tiempo de exposición al mensaje).

Otra de las oportunidades de la radio *on-line* y de su publicidad es la interactividad. El medio digital permite la creación de anuncios publicitarios radiofónicos que llamen a la participación e interacción de los usuarios. Esta tipología de publicidad puede ser simple, un contenido publicitario sencillo con niveles de participación e interactividad básicos, o apelar a una estrategia de contenido más amplia desde el punto de vista del oyente-usuario. En este caso, siguiendo a Panerai (2014), la experiencia del usuario debe utilizarse como guía incluso desde el momento mismo de desarrollo de la plataforma.

Finalmente, la tercera oportunidad de la radio *on-line* como soporte publicitario se basa en las 3Ms: Movilidad, Multiplataforma y Multitarea.

Desde una perspectiva amplia se puede considerar que la radio móvil (entendida como la integración de la radio *on-line* y de sus contenidos en esta plataforma de difusión, ya sea a través de la web móvil ya a través de APPs) constituye la fase más reciente de la radiomorfosis. Una fase que ha sido avanzada por autores como Castells et al. (2006) o Cebrián Herreros (2008) y que vivió un punto de inflexión con el lanzamiento del *iPhone* en 2007.

La movilidad de la radio *on-line* permite un consumo personalizado, *always & everywhere*, especialmente si se parte del hecho de que más de 2.000 millones de usuarios cuentan con una conexión de internet de banda ancha en su móvil y –por tanto– con capacidad de convertirse en usuarios intensivos (internet Society, 2014). La posibilidad de un consumo permanente convierte a la radio móvil en un soporte publicitario de gran atractivo, particularmente en entornos *multitasking*.

La capacidad comunicativa de la radio en entornos multitarea constituye una ventaja del medio desde siempre, pero cobra relevancia en un momento como el

actual en el que los contenidos mediáticos compiten por la atención del público o buscan nuevos formatos y lenguajes que le permitan beneficiarse de este consumo compartido.

Además de al ordenador y al *Smartphone*, la radio *on-line* ha ampliado su presencia a diversas plataformas y permite su disfrute en diversas pantallas o soportes, con una mayor o menor adaptación a la plataforma receptora.

Entre las nuevas fórmulas de distribución de contenidos radiofónicos *on demand* adquieren particular relevancia los *podcast* en tanto que su consumo no está necesariamente unido a un dispositivo de altas prestaciones. La integración de cuñas publicitarias en archivos que comparten un *feed* supone una posibilidad añadida que permite el impacto de la publicidad radiofónica *on-line* aún en un entorno *offline*.

5. Los nuevos formatos de la radiofonía *on-line*

Ya sea por falta de interés de los sujetos publicitarios ya por la evolución vivida por el medio en la red, a semejanza de la prensa web y móvil, lo cierto es que la publicidad en la radio *on-line* continúa acudiendo mayoritariamente a los formatos publicitarios clásicos de internet.

Una aproximación al sitio web o a la aplicación móvil de cualquier cadena de radio, especialmente en lo que respecta a aquellas emisoras con presencia *offline*, permite comprobar que la publicidad que acompaña a dichos contenidos es idéntica en formatos y lenguajes a las de cualquier otra plataforma web o APP.

La incidencia del sonido continúa siendo limitada, tanto en la radio web como móvil. Asimismo, dicha publicidad todavía no se ha apropiado de las posibilidades de interactividad, personalización, distribución, viralidad o –en el caso de los dispositivos móviles– de geolocalización, inherentes a las nuevas plataformas de distribución.

Para hacer efectivo el motor que necesita el medio se debe trabajar en dos líneas que, en el ámbito de la radio *on-line*, están interrelacionadas: los formatos publicitarios y el lenguaje radiofónico.

Pese a lo prematuro de *Internet Talk Radio*, la primera emisora de radio en internet (Baker, 2009), la radio ha tardado en encontrar una expresividad propia (lenguajes, géneros, distribución, etc.). Esta demora se reflejó también en la tardanza de consolidación de unos formatos publicitarios característicos del medio.

En un momento en el que internet ha continuado su ascenso como soporte publicitario, resulta preciso definir los formatos de la publicidad radiofónica para mejorar la percepción que los anunciantes tienen del medio y de sus posibilidades.

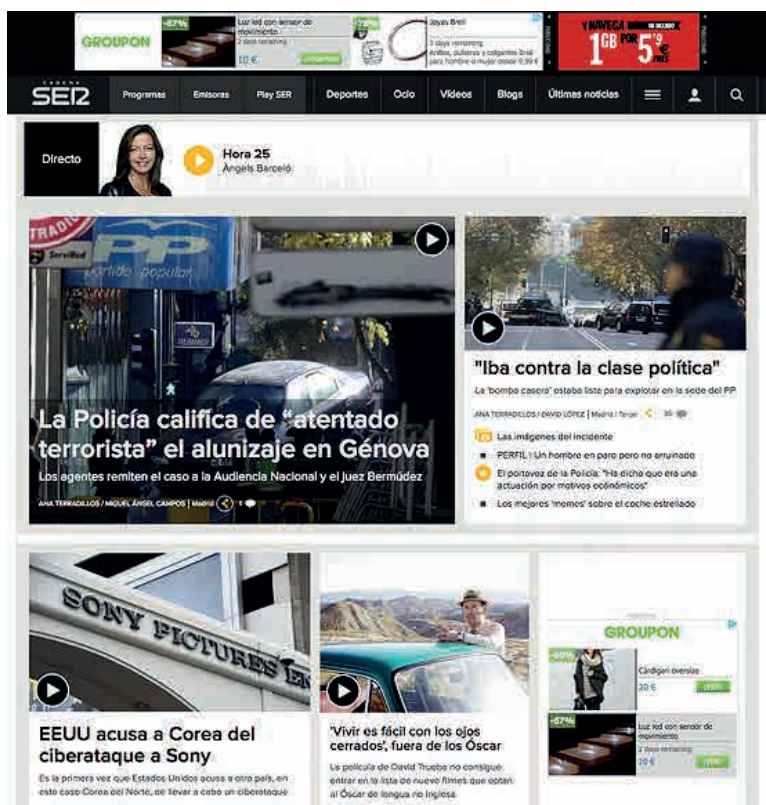
Con este cometido IAB abordó las primeras aproximaciones a la publicidad en las plataformas de audio digital, cuya aportación fue la de acometer la clasificación de fórmulas específicas de la radiofonía digital. Estos informes constituyen los precedentes de la estandarización de formatos de publicidad radiofónica en

internet desarrollada en 2014 por IAB. Dicha tarea de estandarización recopila y concreta los formatos más utilizados por la radio *on-line* –web y móvil– de cara a estimular la inversión y potenciar el uso del medio como soporte publicitario en internet (IAB Spain, 2014b).

Estos formatos publicitarios se dividen en formatos publicitarios *on-line* estándar y los formatos específicos de radio web y móvil.

El primer tipo de formatos, comunes a cualquier página de internet, se clasifica en integrados (robapáginas, banners o *skycrapers*), especiales (flotantes y expandibles) o los *rising starts* (*billboard*, *filmstrip*, *portrait*, *slider*, *sidekick* o *pushdown*).

Imagen 1. Home de CadenaSer.com, versión *on-line* de la emisora española del grupo PRISA, con formatos de publicidad integrada (banners y robapáginas).



Fuente: CadenaSer.com.

En lo que se refiere a la publicidad radiofónica propiamente dicha IAB destaca dos categorías de estándares de publicidad radiofónica en la web: formatos de audio y sincronizables.

Dentro de los formatos de audio se encuentran los audios *e instream*. Se trata de dos formatos sonoros, similares a la cuña de la radio convencional, pero con una duración adaptada a la red: 20 segundos frente a los 30 habituales en la radio convencional. Estos formatos pueden incluir una URL de *tracking*, lo que permite reconducir a los oyentes-usuarios hasta la página del anunciante o el sitio señalado por éste y cuantificar sus resultados.

La diferencia entre el audio *preroll* e *instream* radica en el momento de la inserción publicitaria: anterior a la reproducción del archivo de audio seleccionado en el primero (*preroll*) y posterior al mismo en el segundo (*instream*).

Además de sus potencialidades en un contexto multitarea estas fórmulas de publicidad pueden impactar a los oyentes-usuarios en un contexto *offline*, si se integran en los *podcast* u otra tipología de archivos descargables.

Imagen 2. Formatos publicitarios radiofónicos de audio web. IAB Spain (2014b).



Fuente: IAB Spain. Elaboración propia.

Respecto a los formatos sincronizables, el IAB se refiere a tres categorías de formatos integrados: robapáginas, megabanner e *interstitial*. Unos estándares que constituyen la adaptación de los formatos *on-line* al contexto concreto de la radiofonía, lo que implica la sincronización de su contenido visual con un mensaje de carácter sonoro.

No se trata de publicidad audiovisual en la que el audio se limite a un lema o eslogan, incorpore únicamente efectos sonoros u otro tipo de contenidos similares. El audio vehiculado en estos anuncios puede reiterar el contenido visual o reforzarlo, con un mensaje diferente, aunque siempre dotado por sí mismo de sentido completo.

Para la publicidad en la plataforma móvil, el IAB vuelve a reiterar esta clasificación bicategorial entre formatos de audio y sincronizables.

Imagen 3. Formatos publicitarios radiofónicos sincronizables web. IAB Spain (2014b).



Fuente: IAB Spain.

El estándar de publicidad móvil de audio es la *cuña*, un formato que vuelve a diferenciarse en dos tipos –*preroll* e *instream*– atendiendo al momento de su inserción. Dichos formatos móviles presentan divergencias de duración respecto a los estándares web. Si bien la *cuña instream* presenta una duración convencional, de hasta 30’, el formato *preroll* ha abreviado su duración hasta los 15’ para adaptarse a las particularidades de uso y consumo de los dispositivos portátiles.

En lo que respecta a los formatos sincronizables integrados de la publicidad radiofónica móvil, éstos se dividen en *banners* (de dos dimensiones diferentes por la maquetación de esta nueva pantalla) y *preroll*.

Imagen 4. Formatos publicitarios radiofónicos sincronizables móvil. IAB Spain (2014b).



Fuente: IAB Spain.

Los esfuerzos de las marcas radiofónicas para mejorar sus contenidos y dar soporte a su universo de canales y plataformas en internet se ha reflejado en un mayor interés de los anunciantes por dicha plataforma. Una plataforma que, siguiendo a Escobedo, presidenta de la Asociación Española de Radio Online (AERO), abre nuevas oportunidades de comunicación para los anunciantes, especialmente en lo que respecta a los entornos de movilidad en los que el consumo de la radio cobra un sentido único como formato de comunicación (IAB Spain, 2014b).

6. A modo de conclusión

Al igual que sucede con el medio convencional, la aproximación a la radio web y móvil como soporte publicitario, a sus posibilidades y su utilización, revela la existencia de un importante desfase entre unas y otras.

En la radio *on-line*, en cualquiera de sus variantes (web y móvil) los formatos más utilizados son los estándares de la publicidad en internet, obviando su carácter sonoro o limitándolo a un simple ornamento o repetición del lema-eslogan de campaña. Con frecuencia los canales de la radiofonía en la red vehiculan *spots*, idénticos a los de plataformas audiovisuales, cuya escucha implica la pérdida de una parte importante de información –la visual– necesaria para la comprensión del mensaje.

Otra tendencia, habitual en la publicidad *on-line*, es la de incorporar aquellas cuñas, menciones o patrocinios de la publicidad *offline*, tanto en la emisión en directo como en determinados archivos *on demand*. Esta publicidad no está diseñada para el consumo en línea en tanto que no lleva a concretar una acción en la red, carece de URL que encamine a los oyentes hacia una web concreta y, por ende, presenta dificultades para su medición.

A pesar de que el diseño de una campaña para su planificación en cualquier sitio web o aplicación supone un importante ahorro en la producción y distribución de la publicidad, también limita su efectividad al no adaptarse al lenguaje-forma del medio ni a las costumbres de consumo de sus usuarios.

En el caso concreto de la radio, el limitado uso de formatos publicitarios específicos de la radio en la red supone una infrutilización de las potencialidades del medio sonoro en detrimento de su calidad y de su efectividad.

Referencias bibliográficas

- Albarran, A. B. & Pitts, G. G. (2001). *Radio broadcasting industry*. Boston: Allyn & Bacon.
- Amoedo, A., Martínez, M., & Moreno, E. (2008). Estrategias de comunicación de las cadenas generalistas españolas en la red: análisis comparativo de www.cadenaser.com, www.cope.es, www.ondacero.es, www.puntoradio.com y www.rne.es en las temporadas 2006-2007 y 2007-2008. En *Congreso Internacional Fundacional AEIC*. Santiago de Compostela (España): Asociación Española de Investigación de la Comunicación. Recuperado de <http://www.ae-ic.org/santiago2008/contents/pdf/comunicaciones/216.pdf>.
- Baker, A. (2010). Reviewing net-only college radio: a case study of Brooklyn college radio. *Journal of Radio & Audio Media*, 17 (1), 109-125.
- Barbeito, M. L. & Fajula, A. (2005). La radio publicitaria: el peso del inmovilismo. *Quaderns del CAC*, 22, 49-62.

- Belochio, V. C. (2012). Convergência e a atualização do contrato de comunicação de veículos noticiosos multiplataforma: buscando marcas no dispositivo jornalístico. *Revista Intexto*, 26, 18-37.
- Bonet, M. (2007). Nuevos caminos para la radio. Un proceso productivo digital para un negocio analógico. *Telos: Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad*, 73, 27-35.
- Cassetti, F. & Sampietro, S. (2012). With eyes, with hands. The relocation of Cinema into the iPhone. En Snickars & Vonderay, P. *The iPhone and the Future of Media* (pp. 19-32) New York: Columbia University Press.
- Castells, M., Fernández-Ardévol, M., Linchaun Qiu, J. & Sey, A. (2006). *Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global*. Barcelona: Ariel-Fundación Telefónica.
- Cea, C. (2013). Estudio paneuropeo sobre el modelo de negocio y las fuentes de financiación de la radio pública en internet. *Trípodos*, 33, 33-52.
- Cebrián Herreros, M. (2001). La radio en internet. Recuperado de <http://es.scribd.com/doc/14149453/Mariano-Cebrian-HerrerosLa-radio-en-Internet>
- Cebrián Herreros, M. (2008). Radio y convergencia tecnológica en Europa. En L. Ortega Carmona (Comp.) *7ª Bienal Internacional de Radio México*. Colonia del Valle (pp. 69-87). Radio Educación.
- Cordeiro, P. y Paulo, N. (2014). A rádio numa APP: Convergência multimédia e os conteúdos da rádio. *Media & Jornalismo*, 24 (13), 117-133.
- Cortés, C. E. (2011). Inovação, renovação e ambidestria: chaves para a aprendizagem do jornalismo no século XXI. *Revista Estudos em Jornalismo e Mídia*, 8 (2), 431-446.
- Coyle, R. (2006). Ether to 01. Digitizing radio. *Convergence*, 12 (2), 123-127.
- Dans, E. (2014). La hora de la verdad para la publicidad en la web. Recuperado de <http://www.enriquedans.com/2014/09/la-hora-de-la-verdad-para-la-publicidad-en-la-web.html>.
- De Velasco, A. (2008). Incorporación de las herramientas de la web 2.0 a las cadenas de radio españolas: Anticipo de la radio interactiva. En F. Sabés & J. Verón (Coords.), *Internet como sinónimo de convergencia mediática y tecnológica* (pp. 212-120). Huesca: Asociación de la Prensa de Aragón.
- Emerim, C. & Cavenaghi, B. (2012). Contribuições da linguagem dos webdocumentários para o webjornalismo audiovisual. Recuperado de <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2012/resumos/R30-1661-1.pdf> 02/jun/2012.
- Fidler, R. (1997). *Mediamorphosis: Understanding New Media*. Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Fundación Telefónica (2014). Informe de la Sociedad de la Información en España. Recuperado de http://www.fundaciontelefonica.com/artes_cultura/sociedad-de-la-informacion/sie2013/.
- García González, A. (2013). Narrativa publicitaria en la webradio. El esfuerzo de los anunciantes para sobrevivir. *Estudios sobre el mensaje Periodístico*, 19, 763-771.
- González Conde, M.J. & Salgado Santamaría, C. (2009). Redes de participación e intercambios comunicativos en la radio pública. *Comunicar*, 33, 45-54.

- González Conde, M.J. (2010). La ciberradio. Nueva alternativa de futuro para la radio. *Revista de estudios de juventud*, 88, 51-62. <http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/view/2020/pdf>.
- Heat, R. (s/d). You can't close your ears. Recuperado de <http://www.rab.co.uk/rab-studies/cant-close-ears/>.
- IAB Spain (2014a). Infografía de radio online. Recuperado de [http://www.iabspain.net/noticias/iab-spain-lanza-la-infografia-de-radio-online/Infografía de la radio](http://www.iabspain.net/noticias/iab-spain-lanza-la-infografia-de-radio-online/Infografia%20de%20la%20radio).
- IAB Spain (2014b). IAB Spain lanza los estándares de Formato de Radio Online. Recuperado de <http://www.iabspain.net/noticias/iab-spain-lanza-los-estandares-de-formatos-de-radio-online/>.
- Internet Society (2014). Data 2014. Recuperado de http://www.internetsociety.org/sites/default/files/Global_Internet_Report_2014.pdf.
- Martínez Costa, M.P.; Moreno, E. & Amoedo, A. (2012). La radio generalista en la red: un nuevo modelo para la radio tradicional. *Anagramas*, 10 (20), 165-180.
- Millward Brown & RAB (s/d). The Radio Multiplier Study - Ad Awareness. Recuperado de <http://www.rab.co.uk/rab-studies/radio-multiplier-study-ad-awareness/>
- Moliné, M. (1999). *La fuerza de la publicidad. Saber hacer buena publicidad, saber administrar su fuerza*. Madrid: Cinco Días.
- Moreno, Elsa; Martínez-Costa, Pilar & Amoedo, Avelino (2009). Radio and the Web: Communication Strategies of Spanish Radio Networks on the Web (2006-2008). *OBS Journal* 10, 121-137.
- Muela Molina, C. (2001). *La publicidad radiofónica en España*. Madrid: Ediciones Universitarias.
- Muela Molina, C. (2008). La representación de la realidad en la cuña publicitaria. *Comunicación y Sociedad*, 21 (2), 115-139.
- NOP World (2013). NOP World Culture Score (TM) Index Examines Global Media Habits. Recuperado de <http://www.prnewswire.com/news-releases/nop-world-culture-scoretm-index-examines-global-media-habits-uncovers-whos-tuning-in-logging-on-and-hitting-the-books-54693752.htm>.
- Nyre, L. & Ala-Fossi, M. (2008). The next generation platform: Comparing audience registration and participation in digital sound media. *Journal of Radio & Audio Media*, 15 (1), 41-58.
- “Orejas cansadas” (1997, octubre). *Campaña*, 515, 8.
- Páez, J. J. P., & Veloso, M. L. B. (2008). El lenguaje radiofónico en la publicidad del prime time generalista. Los anuncios en la radio de las estrellas. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, 77, 115-124.
- Page Fair (2014). Report- Adblocking Goes Mainstream. Recuperado de <http://blog.pagefair.com/2014/adblocking-report/>.
- Panerai, F. (2014). ‘Always On’: La palabra clave de las estrategias de Marketing en dispositivos móviles. *Ctrl: control & estrategias*, 613, 115.
- Paulo, Nádía (2013, junio). A Convergência Multimédia e os Conteúdos Móveis da Rádio [Tesis de máster] Recuperado de <https://www.repository.utl.pt/bitstream/10400.5/6498/1/Converg%C3%Aancia%20Multim%C3%A9dia%20>

- e%20os%20Conte%C3%BAdo%20M%C3%B3veis%20da%20R%C3%A1dio.pdf. Peña, P. (2012). Interactividad y redes sociales en la radio española: nuevas formas de participación. *Telos*, 92, 105-117.
- Perelló-Oliver, S. & Muela-Molina, C. (2012). The Radio Advertising in Spain and the Socio-Demographic Profile of his Audience. *Palabra Clave*, 15 (2), 224-251.
- Piñeiro Otero, T. y Ramos, F. (2010). Rádios universitarias na Web 2.0. Perspectivas e potencial. *Radio-Leituras*, 1 (2), 51-77.
- Prata, N. (2008). *Webradio: novos géneros, novas formas de interacção*. [Tesis] Recuperado de http://www.bibliotecadigital.ufmg.br/dspace/bitstream/handle/1843/AIRR-7DDJD8/nair_prata_tese.pdf?sequence=1
- Priestman, C. (2002). *Web Radio: Radio production for Internet streaming*. Oxford: Focal Press.
- PWC (2014). PWC. Global entertainment and media outlook 2013-2018. Recuperado de <http://www.pwc.com/ca/en/entertainment-media/outlook/index.jhtml>
- Ribeiro, D. C. (2012). WebTV: Perspectivas para Construções Sociais Coletivas. *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*. Recuperado de www.bocc.ubi.pt. Consultado el 24/maio/2012.
- Rodero, E. (2008). Publicidad en radio: Publicidad, sí, pero no radiofónica. *Área abierta*, 20, 1-16.
- Rodero, E. y Sánchez Serrano, C. (2007). Radiografía de la radio en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 62. Recuperado de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200714RoderoySanchez.htm>
- Rosales, R.G. (2013). Citizen participation and the uses of mobile technology in radio broadcasting. *Telematics and Informatics*, 30, 252-257.
- Sellas, T. (2006). Podcasting y radio: en situación de standby. En J.M. Flores (Ed.), *Blogalaxia y periodismo en la red estudios, análisis y reflexiones*. Madrid: Fragua.
- Sellas, T. (2011). *El podcasting: la (r)evolución sonora*. Barcelona: UOC.
- Sellas, T. (2012). Repositorios sonoros y recomendación de contenidos. El caso iVoox. *El profesional de la información*, 21(2), 206-209.
- Teixeira, J. F. (2014). Lo audiovisual en productos periodísticos exclusivos para tabletas: observando las tendencias en cuanto a su forma y funciones. *Revista de la asociación española de investigación de la comunicación*, 1, 67-75. Recuperado de <http://www.novosmedios.org/revista/index.php/AEICp/article/view/37/26>
- Tolson, A. (2006). Media talk. *Spoken discourse on TV and radio*. Edinburgo: Edinburg University Press.
- Videla-Rodríguez, J. J. y Piñeiro-Otero, T (2012). AAPs de radio. Movilidad para un medio radiofónico sin límites. *Prisma.com*, 17, 1-7. Recuperado de <http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/viewFile/2020/pdf>.
- Videla, J.J. y Piñeiro-Otero, T. (2013). La radio móvil en España. Tendencias actuales en las apps para dispositivos móviles. *Palabra Clave* 16 (1), 129-153.
- ZenithOptimedia (2014). Advertising Expenditure Forecast. Recuperado de <http://www.zenithoptimedia.com/wp-content/uploads/2014/04/Adspend-forecasts-April-2014-executive-summary.pdf>.

Información de la autora

Teresa PIÑEIRO-OTERO

Teresa.pineiro@udc.es

Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas y Doctora en Comunicación por la Universidad de Vigo, con una tesis sobre estereotipos femeninos en la publicidad radiofónica. Ha orientado su investigación al medio radio y a sus nuevas manifestaciones en la era de la convergencia. Profesora del Grado de Comunicación en la Universidade da Coruña donde imparte las materias de Ambientación Sonora y Musical y Estrategias de Comunicación Multimedia.

Consumo e escuta musical, identidades, alteridades. Reflexões em torno do circuito musical “latino” em São Paulo/ Brasil

*Consumption and musical listening, identities, otherness.
Considerations on the ‘latin’ musical circuit in São Paulo/Brazil*

*Consumo y escucha musical, identidades, alteridades. Consideraciones
sobre el circuito musical “latino” en São Paulo/Brazil*

Simone Luci PEREIRA
Universidade Paulista

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 128, abril - julio 2015 (Sección Informe, pp. 237-251)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 11-02-2015 / Aprobado: 03-03-2015

Resumo

Este artigo apresenta e discute aspectos de pesquisa em andamento sobre a presença e as práticas musicais-midiáticas que conformam uma cena ou circuito “latino” em São Paulo. Dirigimos a atenção tanto às ações de migrantes oriundos da América hispânica que vivem na cidade, como também de brasileiros envolvidos neste amplo leque de atividades que inclui a atividade de DJs, promoção de eventos, bares e locais de dança, aulas de dança, culinária, exposição de artes plásticas e filmes, dentre outros. Aqui apresentamos uma discussão sobre esta cena ou circuito (com seus atores, práticas e cenários) e a importância deste referencial teórico-metodológico para pensar as culturas urbanas permeadas por lógicas comunicacionais e processos midiáticos.

Palavras-chave: circuito musical, migração, consumo cultural, identidade cultural.

Abstract

This paper presents and discusses aspects of ongoing research about the presence and the musical-mediatic practices that conform a “latin” scene or circuit in São Paulo/Brazil. We focus the actions of migrants from Hispanic America living in the city, as well as Brazilians involved in this wide range of activities that includes the DJs activities, promoting events, bars and dance venues, dance lessons, cooking, arts plastics exhibition and film, among others. In this article, we analyze this scene or circuit (with its actors, practices and scenarios) and the importance of this theoretical and methodological framework to reflect on urban cultures permeated by media processes.

Keywords: musical circuit, migration, cultural consumption, cultural identity.

Resumen

Este artículo presenta y discute los aspectos de una investigación en curso sobre la presencia y las prácticas musicales-mediáticas que conforman una escena o circuito “latino” en São Paulo/Brasil. La atención se ha centrado en la acción de los migrantes de América hispana que viven en la ciudad, así como de los brasileños que participan en esta amplia gama de actividades que incluye la actividad de los DJs, la promoción de eventos, bares y locales de baile, clases de baile, cocina, exposición de artes plásticas y cine, entre otros. Aquí presentamos una discusión de esta escena o circuito (con sus actores, prácticas y escenarios) y la importancia de este marco teórico-metodológico para pensar las culturas urbanas permeadas por los procesos comunicacionales y procesos mediáticos.

Palabras-clave: circuito musical, migración, consumo cultural, identidad cultural.

1. Etnografias na cidade: mídias, fluxos, circuitos, redes¹

A questão das cenas ou circuitos culturais e musicais tem tomado espaço cada vez maior nas reflexões do campo da Comunicação. A interpretação de cenas ou circuitos culturais em meios urbanos revela forte ligação com práticas de etnografia das cidades, trazendo uma aproximação das discussões que têm sido levadas a cabo no campo da Antropologia Urbana e dos Estudos Culturais realizados na América Latina. Pensar a cidade na conjugação de enfoques comunicacionais e culturais pode contribuir para compreendermos mais profundamente as relações entre culturas urbanas, cenas culturais musicais, culturas midiáticas e do consumo, onde identidades, pertencimentos, afetos, socialidades, formas de auto representação e visibilidade se articulam entre práticas e imaginários de grupos urbanos, em que a dimensão urbana e sua cultura são atravessadas por lógicas comunicacionais/midiáticas que se tornam constitutivas da vida nas cidades.

O trabalho de etnografia e cartografia de metrópoles impõe uma atenção às especificidades do urbano e da vida nas cidades, salientando o papel preponderante dos nomadismos, deslocamentos reais e simbólicos presentes no dinamismo da vida urbana, não permitindo olhar seus atores encarcerados em grupos fechados e homogêneos, ou territórios, fronteiras e áreas espaciais estanques e fixas. Abordagens, portanto, que colocam no centro do debate o dinamismo e a complexidade dos grupos urbanos em seus deslocamentos, em suas apropriações dos espaços concretos e simbólicos, nas suas formas de se agregarem em torno de estilos, modas, formas de entretenimento, circuitos ou cenas musicais.

A pesquisa com grupos de migrantes “latinos”² tem mostrado que há laços identitários, redes de pertencimentos entre eles que se mostram de maneira mais fluida, que envolve vários outros pertencimentos (de etnia, classe, profissão) e se encontram mais ou menos dispersos pela cidade. A constituição de uma cena ou circuito “latino” na cidade envolve indivíduos cubanos, colombianos, peruanos, bolivianos, chilenos, brasileiros em que trocas e negociações culturais ocorrem a todo o momento, não sendo possível encarar grupos migrantes de maneira purista ou como se vivessem em comunidades (no sentido mais tradicional do termo). Noções como interculturalidade (Garcia-Canclini, 2007) e cosmopolitismo metodológico (Hannerz, 1997) se fazem necessárias para compreender grupos migrantes que vivem em redes de apoio mútuo e sentimento de pertença a uma comunidade imaginária, mas que também se associam de maneiras múltiplas

1 Uma versão resumida deste artigo foi apresentada no GT “Comunicação, consumo e novos fluxos políticos”. Congresso Internacional de Comunicação e Consumo, realizado nos dias 8 a 10 de outubro de 2014. São Paulo/SP, Brasil.

2 A noção de “latinidade” será analisada mais a frente. No entanto, importante destacar desde já que não assumimos este conceito na pesquisa, mas problematizamos e desconstruímos esta categoria. Adotamos seu uso por ser uma categoria empregada pelos próprios atores sociais que analisamos.

aos brasileiros aos quais se associam pelas redes estabelecidas em torno do lazer, entretenimento e consumo e prática da música e da cultura “latina”.

Com este referencial na reflexão sobre a cultura nos e dos meios urbanos é que discutimos o uso de conceitos ou categorias de análise mais apropriadas para pensar este nosso objeto de pesquisa: as práticas musicais-midiáticas³ ligadas à “latinidade” na cidade de São Paulo. No campo da Comunicação, o conceito de cena, advindo de Will Straw desde a década de 1990, tem sido usado como um referencial amplamente aceito para construir as relações das músicas com as cidades, nas formas como grupos urbanos projetam, imaginam, nomeiam seus fazeres musicais, em que noções de território, lugar e espaço estão fortemente implicadas. Para além da música em si, a noção de cena comporta a análise da indumentária, os gestos, as gírias, os sentidos todos de pertencimento que unem os indivíduos a determinada música, seus locais de práticas, bares, ruas, clubes, prédios, palcos, equipamentos culturais e sociais dando estofamento para as suas condições materiais, políticas, econômicas de existência.

No Brasil, vários pesquisadores já têm sistematizado estudos e reflexões sobre o uso do conceito para a realidade de nossas cidades, os limites, abrangências e possibilidades desta categoria de análise (Janotti Jr. e Sá, 2013). Nestes trabalhos, destacamos uma ampliação da noção de cena que passa a incorporar a tendência em pensa-la articulada a formas de gregarismos, sociabilidades, afetos entre grupos juvenis; a fluidez e dinamicidade destes grupos juvenis; as ligações entre estéticas, corporalidades e comportamentos ligados à música; seu mercado componente midiático; sua característica de dialogar elementos culturais locais e globais; sua forte conotação territorial; e as relações que estabelece entre territórios *offline* e *online* em que as redes digitais não podem ser vistas em antagonismo ao que ocorre nas ruas, mas numa fluidez de mútua influência (Sá, 2013).

Ampliando e apresentando alguns limites da ideia de cena musical, Trotta (2013) questiona o quanto o conceito pode ser bem aceito e inquestionável para realidades do mundo anglófono (*lócus* de origem da noção), mas que entre nós (no Brasil) pode ter seus limites explicitados no fato de alguns gêneros musicais como samba, música sertaneja, entre outros que gozam de extrema aceitação popular e que fazem parte do *mainstream* da indústria musical, não condizerem com a característica de pequena escala e de subculturas que está na base da ideia de cena. Mais ainda, Trotta toca num ponto que nos parece central na noção de cena e que pode conduzir ao cuidado no uso da categoria por aqui: o cosmopolitismo. Segundo o autor, práticas mais condizentes com o conceito de cena mantêm relações estreitas com o mundo e a língua inglesa (sem supor um imperialismo cultural, mas também apontando para as relações de poder que existem no mundo da cultura), em que ser cosmopolita mostra-se como um capital simbólico (nos

3 Por práticas musicais-midiáticas compreendemos não apenas a *performance* musical, mas as atividades de artistas, produtores musicais e culturais, como também a escuta de canções, a dança, a participação e frequência em *shows*, eventos, bares e locais de dança, articulando produtores e receptores.

termos de Bourdieu, 1988), que garante distinção, prestígio e legitimidade no mundo social e que aponta também para a posição de subalternidade assumida pelos que não dominam o idioma universal que garante entrada no mundo cosmopolita de “sentir-se em casa” em qualquer lugar do mundo.

Assim, se o samba ou o sertanejo não se utilizam destes termos que garantiriam um cosmopolitismo, tampouco a música “latina” dançante que analisamos (salsa, bachata, cumbia) vale-se deste repertório. No grupo que temos analisado, há inclusive um certo rechaço ao mundo anglófono, em valorizações diferenciadas de um “ser latino-americano” difuso e contraditório que ressalta em variados momentos noções de tradições, autenticidades, pureza cultural como bens simbólicos de grande valor no campo cultural e musical. Entre os brasileiros que frequentam ou são produtores destas práticas musicais “latinas”, o cosmopolitismo estaria no uso da língua espanhola e no domínio de códigos da cultura cubana e caribenha (hegemônicas entre este grupo) como a dança, as comidas, as girias, as indumentárias.

No que se refer à ideia de circuitos, Herschmann (2007 e 2013) tem colaborado para uma definição e ampliação deste conceito. Segundo o autor, as cenas se caracterizam por sua fluidez e instabilidade, em eventos não sistematizados (mas com alguma regularidade) ocorridos em uma área cultural, com forte ligação com formas alternativas e de relativa independência frente às grandes mídias, sendo forte o componente local e relevante o caráter de informalidade e espontaneidade, dependendo dos gostos e afetos de seus protagonistas. Já os circuitos de produção musical e cultural sinalizariam uma maior sistematização, institucionalização e monetarização das práticas, com uma certa segmentação e planejamento de funções de produção, circulação e consumo musicais já não concentrados em poucas pessoas e tampouco dependentes de aspectos apenas informais e afetivos (embora estes continuem presentes), abrangendo também a circulação de outros produtos vinculados às práticas musicais. Mais ainda, na ideia de circuitos, mostra-se presente uma vinculação não apenas a um lugar, bairro ou rua, mas a espaços não contíguos de uma cidade ou até outras localidades (Herschman, 2013).

Assim, a noção de circuito mostra-se em diálogo com a noção de cena. Em nossa percepção, amplia em alguma medida o horizonte das cenas ao não fixar-se e não ter pretensões cosmopolitas ligadas especificamente no mundo anglófono e por pensar as práticas dos atores na cidade em espaços não contíguos, localizados, mas em trechos diferenciados e até distantes da cidade. Este é um fenômeno, aliás, que presenciamos em relação às práticas de música “latina” em São Paulo, tendo ações localizadas na Vila Madalena, mas também na área central da cidade e também em bairros mais elitizados como Vila Olímpia e Itaim Bibi. Mais ainda, a noção de circuito parece estar em sintonia com o que vemos percebendo na pesquisa no que tange a um maior grau de organização e monetarização das práticas musicais-midiáticas “latinas” em São Paulo, que ainda conservam um grau de protagonismo dos atores, mas que se mescla a lógicas mais comerciais e não apenas da afetividade e busca de interação entre imigrantes.

Denise Cogo (2012) traz a noção de rede social de imigrantes como outro importante aporte teórico para a especificidade de nosso objeto. Segundo a autora, a noção de rede social tem assumido relevância para o estudo das migrações transnacionais contemporâneas, dada a centralidade das redes nos processos de interação, recriação de vínculos, organização de estratégias de visibilidade dos grupos migrantes, ressaltando práticas midiáticas impulsionadoras de modos de cidadania não macroestatais ou governamentais, mas espalhadas nas micropolíticas do cotidiano em formas de cidadania comunicativa. Nesta noção de rede proposta por Cogo, salientam-se experiências de território e localização que são múltiplas e não estanques ou fechadas, colaborando com nossa reflexão sobre as práticas migrantes na cidade de S.Paulo.

Dado o espraiamento destas práticas musicais midiáticas, em suas formas de organização e nas formas de interação em redes na cidade de São Paulo (como as que apresentamos acima), não concentradas num único bairro e não ocorrendo em locais públicos, pensamos e utilizamos as noções de cena, circuito e rede em articulação, cruzando-as em múltiplas possibilidades. Os avanços propostos por cada uma delas nos faz utilizar a noção de circuito mais comumente em nosso trabalho, numa articulação e diálogo com a noção de cena e de rede, avaliando a cada momento qual das categorias se adequa melhor, de acordo com os elementos obtidos na pesquisa empírica, requerendo uma postura teórico-metodológica que busca reconhecer as zonas de fronteira, os espaços intersticiais entre culturas, entre local e global e regional, em etnografias multisituadas (Marcus, 1995), em seus fluxos e fronteiras híbridas (Hannerz, 1997) que possibilitem análises que não sejam dicotômicas e excludentes.

2. Música “latina”, consumo e alteridade

É necessário explicitar que, no Brasil, “latino” é uma denominação usada para se referir a grupos de pessoas, músicas, culinária, danças, cultura, entre outros elementos oriundos ou ligados a países da América Latina hispânica. Em torno desta designação, tem se construído uma série de eventos, práticas comerciais e comunicacionais, de entretenimento (e mesmo de uso no senso comum), de sociabilidade e construção de identidade, que podemos chamar de cena ou circuito musical e cultural, que se vale da ideia de uma certa latinidade.

Importante destacar que não assumimos este conceito de latinidade, pois temos clara consciência das fortes conotações de exotismo, estereotipização do Outro e construção de hierarquias que estão presentes nesta nomenclatura, bem como seu uso mercadológico e sua ação que encobre as diferenças e nuances que existem debaixo deste grande guarda-chuva da latinidade. Ao longo da pesquisa, buscamos desconstruir e problematizar este conceito ou ideia. Entretanto, por ser uma categoria e uma designação utilizada pelos próprios grupos que pesquisamos, adotamos aqui também o seu uso, com ressalvas e com a necessária desconstrução,

sendo por isso, sempre utilizado entre aspas. Voltaremos a esta questão do consumo da alteridade, da exotização, multiculturalismo e interculturalidade mais à frente.

A cartografia que propomos neste artigo não se quer definitiva, mas como um mapa noturno (Martín-Barbero, 2004) que aponta pistas e alguns trajetos do olhar, da escuta e da reflexão elaboradas até aqui. Temos mapeado três áreas da cidade que concentram as práticas musicais midiáticas ligadas à latinidade focada na música dançante: 1) a área central da cidade, que concentra casas como *La Salsa Discotek*, mais populares, que agregam em sua maioria imigrantes bolivianos e peruanos que vivem nos arredores, onde tocam preferencialmente gêneros ou ritmos como *cumbia* e *reggaetón*; 2) a região da Vila Olimpia/ Itaim Bibi, em locais elitizados de dança e música ao vivo como *Azucar* ou *Rey Castro*, frequentadas por um público de alto poder aquisitivo e turistas em passagem pela cidade, onde se toca salsa, merengue e *pop latino*; 3) a região da Vila Madalena e entorno (Lapa e Pinheiros), onde há o Bar *Conexion Caribe*, epicentro da reunião de praticante de danças como salsa, e *bachata* e amantes da cultura cubana em geral, e centros culturais como o *Rio Verde* (onde ocorre o “Vila Latina”), o *Jazz nos Fundos*, onde se apresentam grupos de *cuban latin jazz* (que não é voltado à dança, mas que reúne a este público que consome música “latina”), ou o *Serralheria*, espaço onde tem ocorrido a festa “Cuba vem até você”.

No presente texto nos centraremos neste terceiro grupo, apresentando um pouco da história e das dinâmicas atuais do bairro da Vila Madalena e ressaltando alguns aspectos ligados ao consumo cultural e as lógicas de distinção.

Chamou-nos a atenção desde o princípio da pesquisa o fato de muitos dos imigrantes cubanos, chilenos, colombianos, em geral músicos, artistas plásticos, produtores culturais, viverem em torno do bairro da Vila Madalena, tendo ali também seus locais de sociabilidades e onde estas práticas musicais e midiáticas se explicitam. Este bairro e seu entorno é um dos locais onde ocorrem festas e eventos denominados e proclamados como “latinos”, bem como e onde se localizam alguns bares, restaurantes, locais de dança que também se valem desta denominação.

Sobre o bairro da Vila Madalena, cumpre saber que se mostra no imaginário da cidade como um bairro boêmio, cosmopolita, com bares mais “alternativos”, que aglutina artistas plásticos, produtores de cinema, jornalistas, intelectuais, músicos, com posições políticas progressistas, liberalidades nos costumes, sociabilidades mais próximas entre vizinhos e conhecidos, etc., o que não corresponde totalmente à realidade na atualidade (Dantas, 2008). De fato, o local reúne inúmeras galerias de arte, centros culturais, bares, hostals, restaurantes, botecos, produtoras de cinema, redações de jornais e revistas alternativos, mas também um certo movimento boêmio nada alternativo, elitizado, articulado aos padrões de gosto e consumo de outras áreas nobres da cidade, intensa expansão e especulação imobiliária, trânsito quase sempre caótico, não se encaixando completamente na descrição de muitos de seus moradores e frequentadores e num certo imaginário

criado da Vila pelas mídias. O que vai se mostrando é um bairro movimentado, repleto de estrangeiros, frequentadores da noite, moradores, combinando cosmopolitismo e um ar de bairro ou vila, casas simples e até cortiços com condomínios de luxo, ateliês de artistas, locais de música já referência na cidade, em disputas reais e simbólicas pelo espaço como signo de distinção (Bourdieu, 1988) ligada à intelectualidade, arte, a um certo gosto cool, e aspectos mais modernizadores, em geral associados a outros bairros elitizados de São Paulo. Outros fatores históricos (que não cabem no espaço deste artigo) ajudaram a edificar a Vila como símbolo de local intelectualizado, reduto da “esquerda” progressista, de liberalização dos costumes e cosmopolita, artístico e alternativo. Um bairro *sui generis* dentro da expansão urbana para a zona oeste da cidade de São Paulo que segue atraindo imigrantes ligados ao mundo das artes por seu caráter e sua fama de locus cultural e alternativo, intensa vida boêmia e cosmopolita –explicitada nos meses de junho e julho de 2014 pela alta concentração de turistas estrangeiros visitando São Paulo em razão da Copa do Mundo⁴– mas que também possui ares de bairro ou cidade pequena em plena área central de São Paulo, com casas antigas, feiras livres, ruas e recantos bucólicos. Nesse sentido, aproximamo-nos do pensamento de Nestor Garcia-Canclini (2004; 2007), quando investiga práticas culturais contemporâneas híbridas, interculturais e multitemporais que ressaltam suas relações com o consumo e os meios de comunicação, aproximando a etnografia urbana aos fenômenos midiáticos, onde se articulam e rearticulam laços e interações sociais através das mediações comunicativas da cultura (Martín-Barbero, 2004).

Esta vida urbana onde se inserem as particularidades e ambiguidades elencadas sobre a Vila Madalena é palco de algo que nos parece um ponto fulcral na reflexão que fazemos neste artigo, a saber, como questões relacionadas ao consumo, ao entretenimento, as formas de autorepresentação e de visibilidade/audibilidade, questões de capital simbólico, gosto e legitimidade por objetos culturais e musicais mais alternativos ou “descolados” se imbricam quando tratamos da interculturalidade e dos fluxos locais/globais presentes nos contextos de migrações e diásporas em metrópoles cosmopolitas. No estudo que vimos realizando, percebemos que vai se constituindo uma espécie de consumo da alteridade objetificada na construção desta latinidade no Brasil, um consumo de brasileiros de camadas médias e altas que escolhem escutar, dançar, usar e apropriar-se dos elementos musicais (mas não apenas estes) da cultura de países da América hispânica, tendo Cuba um lugar privilegiado no grupo que analisamos. Este gosto que representa estilos de vida e pertencimentos aliados a um determinado capital simbólico

4 O entorno de algumas ruas com grande concentração de bares era tomado todos os dias por torcedores de diferentes nacionalidades, fechando o acesso de carros e gerando aos poucos questões que invadiram a imprensa como “problemas de ordem pública”, como assaltos, brigas, assédio sexual, em que a Polícia agiu com intervenções e punições. Estes fatos parecem ter explicitado vários dos paradoxos em que vive o bairro entre moradores e frequentadores, entre interesses públicos e privados, entre questões de interculturalidade, entretenimento e nacionalismos que não poderão ser analisados no espaço deste artigo, mas que merecem nota.

(Bourdieu, 1988) parece ter um valor específico de distinção (ser “alternativo” ou “descolado”) no amplo espectro cultural e social no circuito de entretenimento e da noite paulistana, em particular na Vila Madalena.

De acordo com Garcia-Canclini (2007), o olhar cultural sobre a globalização evidencia um processo redefinidor das especificidades, dos regionalismos, das localidades, apontando para temas como a desterritorialização dos bens simbólicos, das ideias, das pessoas, a proliferação de colagens, hibridações, o nascimento de uma cultura mundial que, ao invés de aniquilar as outras manifestações culturais, interage e se alimenta delas, colocando em pauta os conflitos entre imaginários e negociações culturais. Como já bastante lembrado em outros artigos, (Pereira, 2012 e 2014), as migrações e a presença das mídias têm na atualidade um protagonismo no que tange às negociações de sentido que se dão entre culturas e entre fluxos locais e globais formando criando “esferas públicas de diáspora” (Appadurai, 2004) em que a noção de diferença, alteridade, interculturalidade se impõe para refletirmos sobre os fenômenos culturais globais da contemporaneidade –que supõem a mistura, os paradoxos, as relações, as diferenças em confronto.

Trazendo esta discussão da cultura na era global mais especificamente para a música e para as canções midiáticas, temos que a própria característica destas de se hibridarem e se transformarem foi potencializada e favorecida com os avanços tecnológicos na instrumentação musical e as possibilidades dadas pela *internet* e por redes de compartilhamento de música, tornando possível escutar, criar, gravar, armazenar, samplear sons, ritmos, estilos, vozes diferentes gerando uma escuta do mundo e do Outro não antes vista. Noções como identidades e pertencimentos ligados às canções tem a necessidade de serem relativizados com a profusão de colagens e misturas de gêneros, que migram e se deslocam no tempo e no espaço, ganhando outras e novas apropriações e usos (Pereira, 2012). Dentro do campo musical isso faz parte de um processo mais amplo e complexo da atualidade, no qual ocorre na música midiática um renovado gosto pelo exótico e diferente, visto como autêntico e com valor ou capital simbólico importante num jogo em que o mundo da cultura assume papel preponderante numa lógica econômica de estratégia das indústrias fonográficas e outras na busca pela segmentação do mercado e adequação aos diferentes grupos de consumo, algo que está inserido na própria lógica do Capitalismo global e flexível da Modernidade tardia.

Articulado a isso, temos também as questões que envolvem o debate sobre o Multiculturalismo ligado a certas noções de pós-moderno que aludem à bricolagem e a multiplicidade de influências no campo estético, e a uma celebração da diferença e da fragmentação contra as grandes narrativas modernas. Entretanto, concordando com Bhabha (2001), temos consciência que a mera louvação da diferença pela diferença pode trazer o exercício de novas formas de colonialismo (que se mantem e se reproduz pela ética liberal do multiculturalismo) numa retórica celebratória de um pluralismo indiferenciado e indiferente que neutraliza e ignora os conflitos e tensões na simulação de equivalências culturais, retirando o direito de significar e se autorepresentar.

Sabemos que na construção do outro, envolvida neste processo de trocas culturais, está presente também a edificação e propagação de imaginários que muitas vezes encobrem dominações, preconceitos, e constroem estereótipos que acabam por enquadrar a diferença de acordo com o olhar preconcebido por um referencial externo e unívoco que representa relações assimétricas ou hierárquicas. Edward Said (1990) marcou o pensamento contemporâneo (dando origem à crítica pós-colonial) com uma reflexão que evidencia os mecanismos de dominação e de construção de imagem que são e foram aplicados nos processos de colonização. Ao empregar o termo “orientalismo” para se referir a uma construção discursiva que o Ocidente fez (e faz) sobre o Oriente sob o signo do exotismo e da inferioridade, ele nos abre importantes chaves de compreensão das relações eu/outro e das relações de poder aí existentes em que estão inseridas as experiências da migração, não apenas ocidente/oriente, mas de culturas diversas entre países da América Latina. O exótico está na ordem daquilo que não nos pertence, está de fora, gerando por vezes repulsa, mas também significando atração e sedução. E nesta noção de exotismo, faz-se presente também noções essencialistas de cultura e de música, outorgando valores de pureza e raízes ligadas a este Outro que se quer consumir e/ou conhecer. Como sugere Ochoa (2002, p. 1),

probablemente, el valor de mayor importancia adscrito a la música popular hoy en día, es el de la autenticidad. [...] Una de las dimensiones más fascinantes y complejas de la globalización es la manera como se entrelazan viejos y nuevos modos de habitar el mundo. [...] Encontramos una polifonía de voces y saberes mediados por las nuevas tecnologías y ofrecidas al público [...] Lo interesante del traslado del relato de la autenticidad –históricamente ligado al folklore o a las músicas eruditas– hacia las músicas masivas, es precisamente el modo como interactúan tecnologías, mercados e imaginarios de tal manera que estos géneros musicales nos proveen claves sobre las relaciones de poder entre nuevas subjetividades y estructuras de la industria y el mercado.

Claro que não buscamos aqui corroborar com uma visão de autenticidade em música que vê como perda ou desvalia as fusões e encontros culturais e musicais que ocorrem a todo momento pelas facilidades trazidas pelas tecnologias e pela cultura midiática. Buscamos, sim, reconhecer o que há de contraditório e polissêmico nas expressões musicais presentes em práticas e contextos migrantes e transnacionais.

Noções de exotismo mostram-se inspiradoras para refletirmos um pouco mais sobre a especificidade dos encontros culturais que envolvem o Caribe e outros países latino-americanos com o Brasil. A construção de uma ilha caribenha tropical, o que está presente nas representações gerais das Antilhas, mas que em Cuba se reveste ainda de um imaginário ligado à política nem sempre pelos caminhos planejados por seus protagonistas (por exemplo, um “Che Guevara *pop*” em camisetas e *bottoms*) ou em construções que evidenciam uma latinidade erótica,

parece evidenciar a construção de um exotismo que envolve lutas e negociações presentes em processos interculturais, em ambiguidades que revelam uma dupla tarefa de renegar, mas também por vezes reforçar, acionando pertencimentos que são variáveis, históricos, contingentes, perfazendo o próprio jogo conflituoso das identidades.

Temos percebido ainda uma certa hegemonia da cultura cubana neste grupo maior de migrantes hispanoamericanos em São Paulo, onde a “latinidade” toma uma feição prioritariamente cubana, associada ao que é caribenho, tropical, sensual, dançante. Infelizmente, analisar mais detidamente os caminhos históricos, políticos e socioculturais deste processo –incluindo uma análise da construção de uma “música latina” via indústrias fonográficas sediadas em Miami, tendo os cubanos e a música dançante como ponta de lança, bem como as maneiras mais amplas como Cuba (país caribenho) logrou estar incluído e protagonizar uma ideia de latinidade– não teria lugar no espaço deste artigo, merecendo uma reflexão mais detida e detalhada.

Segundo Leitão (2007), elementos como a moda e outros da cultura midiática são lugares privilegiados de produção e veiculação de sentidos, ideias e valores, por fazerem parte do cotidiano e formularem imagens de culturas diferentes. No caso da música “latina” e cubana no Brasil, temos uma imagem positivada e exotizada, fazendo com que lidemos com questões que envolvem política, culturas que se querem legítimas, mas também consumo e entretenimento, tornando este processo ainda mais complexo, uma vez que estas questões não se separam. O exotismo é uma forma de relação com o outro que confere a este qualidades ou traços positivos, mas que mantém com este outro uma relação de distância, não esquecendo ainda que ele camufla ideias de que este distante exótico é primitivo, hierarquicamente inferior, menos civilizado. Assim, convém perguntarmos e problematizarmos até que ponto o consumo da alteridade leva ao conhecimento do outro a uma interação com este outro, trazendo para o centro do debate a relação inseparável entre a constituição de identidades, consumo, distinção, estereótipos e negociações culturais.

As festas ou eventos “latinos” que temos analisado, o “Cuba vem até você” e o “Vila Latina”, são ambos idealizados e promovidos pela difusora cultural Havana 6463⁵. O “Vila Latina” mostra-se nesta importante questão que aqui nos interessa, a saber, a construção de uma noção de latinidade no Brasil que se refere a um Outro que abrange os países da América hispânica. O evento, ao mesmo tempo em que celebra a diferença, homogeneiza seus traços, tratando elementos culturais tão diversos entre México e Chile, por exemplo, como sendo de uma mesma identidade “latina” (como exemplo, citamos a edição de abril/2014, que

⁵ Esta difusora cultural formada por cubanos e brasileiros tem intuito de divulgar e promover eventos de “imersão na cultura latina”, através de festas, shows, intercâmbios culturais, exposições, divulgação de artistas e venda de CDs e DVDs. No mercado desde junho/2008 estimulando o conhecimento a respeito dos países latino-americanos, principalmente Cuba e outros países caribenhos, foca “as identidades culturais e semelhanças entre as mesmas”. Oferecem ainda pacotes de viagens temáticas para Cuba.

continha venda de artesanato chileno, apresentação de uma cantora peruana ligada à música andina, aula de *rueda de casino* cubano, comida mexicana, entre outros elementos). Esboça-se uma construção que, se por um lado mostra-se como contra-hegemônica a uma certa “americanização” da cultura, por outro lado, aparentemente exaltando e cantando a diversidade, não deixa de enquadrar esta diversidade dentro de estruturas de hierarquia social e padrões de gosto e legitimação cultural, e até em exotizações da música não hegemônica, ajudando ainda a reforçar estereótipos e encobrimento de tensões e diferenças internas, numa complexa negociação de sentidos. Já o “Cuba vem até você” é focado nas diversas expressões da cultura cubana, merecendo ser inclusive um evento à parte e destacado, com apresentações musicais ao vivo, lançamento de livros de autores cubanos, comida, exibição de filmes e vídeos da ilha. Mais ainda, mostra-se uma ideia de promoção dos valores deste país, com venda e promoção de pacotes turísticos ligados à fotografia e à música e dança, numa ideia de um dia de vivência no contexto cubano, bem ao gosto das lógicas do entretenimento contemporâneo, temático e que promove “experiências” sem sair de sua localidade.

Na pesquisa em andamento, temos verificado que o consumo, uso, escuta, dança de ritmos “latinos” dançantes como salsa (principalmente), mas também *zouk* e *bachata*, se inserem num processo complexo de construção de estilos de vida “alternativos”, “não comerciais”, como sugere as falas de alguns de nossos entrevistados, brasileiros que frequentam este circuito de bares, locais de dança, festivais de salsa, DJs e produtores musicais. Estas narrativas nos chamam a atenção por parecerem focar um gosto musical e cultural por músicas não hegemônicas ou que tocam nas rádios e que estão expostas nos meios massivos prioritariamente. Gostar e frequentar esta cena ou circuito “latino” mostra-se como prática associada a sinais de “distinção” (Bourdieu, 1988) na luta incessante por hegemonia e disputas no campo musical/cultural. O gosto por músicas chamadas “alternativas” (claro que isso deve ser considerado aqui no Brasil, pois em Cuba ou na Colômbia, por exemplo, a salsa é hegemônica) se insere na dinâmica do bairro e da região da Vila Madalena, local onde se concentra grande parte deste circuito ou cena, onde produtos culturais exóticos, diferentes, alternativos tem legitimidade no mercado de bens simbólicos. Pensar os movimentos culturais em meio ao mundo global significa assumir que as necessidades inerentes ao campo musical neste momento mostram-se atuantes, materializadas na necessidade por renovação, pelo alternativo, exótico, o diferente.

Debates mais recentes no campo das práticas e consumos culturais têm enfatizado a noção bourdiana de distinção em articulação e até confronto com noções de ecletismos nos gostos musicais (Coulangeon, 2014), preferencialmente em jovens e em países fora da França. Seja em noções de onívoros ou esnobes em termos musicais (Peterson e Kern, 1996), atenta-se para o quanto a lógica cultural global abre espaço para gostos e consumos musicais não apenas do que é considerado clássico e legitimado nos padrões ocidentais, mas a um certo ecletismo e assimilação do novo e da diferença que vai ganhando espaço e relativa legitimação.

Temos assim um consumo, por parte de brasileiros, de uma latinidade construída aqui no Brasil. Uma noção que se mostra inserida neste processo mais geral em que consumo, entretenimento e cultura se entrelaçam na globalização imaginada (Garcia-Canclini, 2007) possuindo especificidades neste caso, ligadas ao fato de o Brasil possuir uma relação ambígua com o restante da América Latina, de reconhecimento e estranhamento, de posições de maior ou menor integração em momentos históricos variados. Surge a noção de que, para muitos que consomem esta “latinidade”, certas apropriações das outridades vão se compondo, de maneiras complexas, conflitivas, negociadas, em que a interculturalidade e seus processos estão presentes.

A experiência do consumo assim mostra-se em suas características de formação de identidades, pertencimentos e formulações de distinção e legitimação de gostos e *status* sociais, em que apreciar a cultura “latina” está aliado com um ser “alternativo” e mostra-se com valor no campo cultural. Como lembra Leitão (2007), consumir é também uma forma de apropriar-se de algo, de objetos, práticas e imaginários, gerando formas de experiência de alteridade, de conhecimento do outro, nas variadas e diferentes formas de apropriação. Por mais que o consumo da diferença pareça resvalar inapelavelmente e taxativamente em práticas de exotização, contribuindo para a reprodução das hierarquias e distanciamento, podemos perceber também que nestas práticas que unem conflituosamente consumo, cultura, entretenimento, identidade cultural, formas de representação e autorepresentação há excessos de sentido que vazam, que escapam às lógicas únicas e duais, mostrando-se como um campo em que há negociações, resistências, seduções, apropriações num processo de dupla mão em que ambos os grupos podem configurar práticas e imaginários nas lógicas da interculturalidade (Garcia-Canclini, 2007).

Mesmo tendo consciência deste processo mercadológico e ideológico deste consumo da alteridade, não esquecemos o fato de que as escutas e os consumos musicais estejam também apontando para a formação de identidades múltiplas, maneiras de apropriação não necessariamente disciplinadas, mas formas de usar e consumir as culturas, nas sensibilidades dos modos de escutar o mundo, em meio aos frutos da diáspora global da cultura, gerando gostos musicais, escutas e pertencimentos que fogem ao esquemático padrão das legitimidades do campo cultural/musical. Um consumo cultural musical que pode ter um sentido político, agregador, articulando novas identidades, novos pertencimentos e novas redes simbólicas, formulando “esferas públicas de diáspora” (Appadurai, 2004), onde latino-americanos hispânicos e lusófonos podem negociar sentidos.

A escuta e o consumo de objetos culturais midiáticos “latinos” parece possibilitar o conhecimento do distante, do diferente, o que não está isento de conflitos, preconceitos, ideologias, mas que, de alguma forma, colabora neste processo de jogo e confronto de imaginários a que a globalização nos desafia. Num mundo que parece dominado por repertórios culturais e imaginários coletivos globais que ainda conservam e arrastam vestígios locais, intensificando a complexida-

de e as contradições entre próprio/estrangeiro, as estratégias de visibilidade/audibilidade entre grupos migrantes que protagonizam esta cena ou circuito “latino” em São Paulo ocorrem numa complexa dinâmica em que está presente o entretenimento e o consumo, os quais surgem como elementos aglutinadores de anseios, afetos, reivindicações de identidade, pertença e cidadania na esfera pública intercultural e diaspórica. E isso se dá por lógicas às vezes dispersas, não hegemônicas, mas em táticas que entrelaçam resistência ao poder hegemônico, seduções, incorporações, cumplicidades e até reprodução dos discursos, práticas e imaginários que os essencializam e estereotipam. Mostra-se, assim, um misto de lógicas contraditórias próprias aos processos de mediações sociais, culturais e comunicacionais (Martín-Barbero, 2004).

Referências bibliográficas

- Appadurai, A. (2004). *Dimensões culturais da globalização*. Lisboa: Teorema.
- Bourdieu, P. (1988). *La distinción: criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Cogo, D. (2012). Cidadania comunicativa das migrações transnacionais: usos de mídias e mobilização social de latino-americanos. En D. Cogo et al. (eds.). *Diásporas, migraciones, tecnologías de la comunicación e identidades transnacionales*. (pp. 43-65). Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona.
- Coulangeon, P. (2014). *Sociologia das práticas culturais*. São Paulo: SESC.
- Garcia-Canclini, N. (2007). *A globalização imaginada*. São Paulo: Ed. Iluminuras.
- Garcia-Canclini, N. (2004). *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. Rio de Janeiro: ED. UFRJ.
- Hannerz, U. (1997). Fluxos, fronteiras, híbridos: palavras-chave da Antropologia transnacional. *Mana*. 3 (1). 7-39. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/mana/v3n1/2454.pdf> Acesso em jul. 2013.
- Herschmann, M. (2013). Cenas, circuitos e territorialidades sônio-musicais. En J. Janotti e S.P. de Sá (eds). *Cenas musicais*. (pp. 41-56). Guararema/SP: Ed. Anadarco.
- Herschmann, M. (2007). *Lapa, cidade da música: desafios e perspectivas para o crescimento do Rio de Janeiro e da indústria da música independente nacional*. Rio de Janeiro: Mauad.
- Leitão, D.K. (2007). Nós, os outros: construção do exótico e o consumo de moda brasileira na França”. *Horizontes Antropológicos*. Porto Alegre, 13 (28). 203-230.
- Martin-Barbero, J. (2004). *Ofício de cartógrafo: travessias latino-americanas da comunicação na cultura*. São Paulo: Edições Loyola.
- Ochoa, A.M. (2002). El desplazamiento de los discursos de autenticidad: Una mirada desde la música. *TRANS- Revista Transcultural de Musica*. 6. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=82200608> Acesso em dez. 2014.
- Pereira, S. L. (2014). Uma certa escuta da cidade – práticas musicais entre cubanos em São Paulo. *Logos 41 Cidades, Culturas e Tecnologias Digitais*. 2 (24).

- Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/14151/10723> Acesso em dez. 2014.
- Pereira, S. L. (2012). Sobre a possibilidade de escutar o outro: voz, *world music*, interculturalidade. *Revista E-Compós*. 2 (15). Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/791/589>. Acesso em mar. 2014.
- Peterson, R. & Kern, R. (1996). Changing highbrow taste: From snob to omnivore. *American Sociological Review*. 61 (5). 900-907. Disponível em <http://www-personal.umich.edu/~lundyj/New%20College%20Class/Readings/Peterson%20and%20Kern_From%20Snob%20to%20Omnivore.pdf> Acesso em dez.2014.
- Pinheiro Dantas, V. (2008). *Vila Madalena: imagens e representações de um bairro paulistano*. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hospitalidade). Universidade Anhembi Morumbi – São Paulo. Recuperado de http://portal.anhembi.br/wp-content/uploads/dissertacoes_mestrado/vanessa_pinheiro.zip.
- Sá, S. P. (2013). As cenas, as redes e o ciberespaço: sobre a (in)validade da utilização da noção de cena musical virtual. En J. Janotti & S. P. de Sá (eds). *Cenas musicais*. (pp. 25-40). Guararema/SP: Ed. Anadarco.
- Said, E. (1990). *Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente*. São Paulo: Cia das Letras.
- Trotta, F. (2013). Cenas musicais e anglofonia: sobre os limites da noção de cena no contexto brasileiro. En J. Janotti e S. P. de Sá (eds). *Cenas musicais*. (pp. 57-70). Guararema/SP: Ed. Anadarco.

Información de la autora

Simone Luci PEREIRA

simonelp@uol.com.br

Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Midiática da Universidade Paulista. Possui Mestrado em História, Doutorado em Ciências Sociais, Pós-Doutorado em Música. Atualmente realiza pesquisa de Pós-Doutorado no Programa de Investigación en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud da Red CLACSO de Posgrados.

Comunicación, democracia y consumo mediático: el despertar de las audiencias juveniles

*Communication, democracy and media consumption:
the awakening of young audiences*

*Comunicação, democracia e consumo de mídia:
o despertar do audiências juvenis*

Laura Lizeth CAMPOS GUIDO
Universidad Autónoma de Nuevo León

Juan Antonio GARZA SÁNCHEZ
Universidad Autónoma de Nuevo León

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 128, abril-julio 2015 (Sección Informe, pp.253-267)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 20-02-2015 / Aprobado: 23-04-2015

Resumen

Los jóvenes en México con edad de cursar estudios universitarios representan una cuarta parte de la población. Sin embargo, múltiples estudios evidencian a un segmento de la población que, para algunos, se encuentra aletargado, aislado y sin un futuro promisorio. El trabajo plantea hacer una pausa en dichas aseveraciones y analizar otra perspectiva de la situación. Pondremos a la luz el complejo proceso de la comunicación masiva y veremos cómo las audiencias juveniles han migrado de espectadores a agentes participantes en la vida social y política de su comunidad; todo ello enmarcado en el proceso reformista que vive nuestro país, y en el que la nueva Ley de Telecomunicaciones nos obliga a hacer una evaluación profunda del papel de los medios masivos en la conformación de la ciudadanía.

Palabras clave: Jóvenes; universitarios; democracia; audiencia; movimientos juveniles; consumo mediático; ciudadanía.

Abstract

Mexican young people who are in age of attending college represent a fourth of total population. However, multiple studies show a segment of the population that, according to some people, is lethargic, isolated and without a promising future. This study aims to break through these assertions and analyze another perspective on the situation. We will light the complex process of mass communication and see how young audiences have migrated from spectators to actors involved in social and political life of their community; all that framed by the reform process taking place in our country, and in which the new Telecommunications Act requires us to make a thorough assessment of the role of the mass media in shaping citizenship.

Keywords: youth; university students; democracy; audiences; youth movements; media consumption; citizenship.

Resumo

Os jovens em México com idade de cursar estudos universitários representam uma quarta parte da população. No entanto, múltiplos estudos evidenciam a um segmento da população que, para alguns, se encontra aletargado, isolado e sem um futuro promissório. O artigo propõe fazer uma pausa em ditas aseveraões e analisar outra perspectiva da situação. Poremos à luz o complexo processo da comunicação em massa e veremos como as audiências juvenis têm migrado de espectadores a agentes participantes na vida social e política de sua comunidade; todo isso enquadrado no processo reformista que vive nosso país, e no que a nova lei de telecomunicações nos obriga a fazer uma avaliação profunda do papel dos médios em massa na conformação da cidadania.

Palavras-chave: juventude; estudantes universitários; democracia; audiência; movimentos juvenis; consumo midiático; cidadania.

1. Introducción

Desde la década de los cuarenta, diversas investigaciones empíricas han pretendido conocer la influencia que los medios de comunicación tienen en la audiencia; desde los modelos de propaganda y la aguja hipodérmica, hasta los tan ahora mencionados estudios culturales, los investigadores no han dejado de dar cuenta de ello. Sin embargo, hoy por hoy, los resultados difieren mucho de lo que en alguna vez se pensó como un arma que podía influenciar de manera directa y uniforme en la población que recibe los mensajes.

Actualmente, con el desarrollo tecnológico, el sector de las telecomunicaciones dista mucho de aquellos medios de comunicación tradicionales que se crearon desde la época de Julio César, con su periódico escrito en las paredes del imperio; con la radio, utilizada durante las guerras mundiales en Europa y Estados Unidos principalmente; o con aquella naciente televisión que tuvo sus inicios en Inglaterra gracias a John Logie Baird.

Hoy podemos identificar a la comunicación de masas como un fenómeno sumamente complejo en el que intervienen diferentes actores y elementos del proceso comunicativo. Sin embargo, es evidente que el desarrollo que han tenido los medios de comunicación, y los grandes capitales que engendran, son producto de mantener una audiencia cautiva a la que pueden bombardear con múltiples mensajes culturales y comerciales. De ahí deriva la vigencia e importancia del estudio de la influencia de los medios masivos en general, y de la televisión en particular, a la hora de transmitir un universo simbólico de referencia común, crear realidad y generar pautas de comportamiento social.

2. Las reformas y las audiencias

El rezago en políticas públicas en la materia de radiodifusión y telecomunicaciones en nuestro país tomó un giro sorpresivo con la llegada del nuevo sexenio. Un día después de investirse como presidente de la República, Enrique Peña Nieto firmaba, en conjunto con los representantes de las fuerzas políticas del país, una serie de compromisos cuya finalidad se centraba en el fortalecimiento del Estado Mexicano a través de la democracia y la participación ciudadana. El 13 de junio de 2013 se publicó en el *Diario Oficial de Federación* la reforma en telecomunicaciones que, entre otras cosas, crea el Instituto Federal de Telecomunicaciones, obliga a la licitación de dos nuevas cadenas de televisión y eleva a rango constitucional el derecho al acceso a las tecnologías de la información y la comunicación. Sin embargo, con la llegada de las leyes secundarias de la materia se evidenció que la reforma en telecomunicaciones centra su interés en la competencia y en los aspectos económicos y mercantiles que rigen al dinámico sector en crecimiento al igual que en otras partes del mundo.

Los grandes olvidados han sido y son las audiencias. Si bien es cierto que ante la concurrencia de más competidores y ofertas se avanza sustancialmente en el marco legal mexicano, esto no quiere decir, *per se*, que con ello se garantice la pluralidad (cultural, social, política, ideológica, etcétera), la calidad en los contenidos ni el acceso de los ciudadanos a los medios masivos de comunicación.

En el marco legal que ahora engloba a los medios masivos con mayor penetración en nuestro país, se deja en claro la gran desigualdad comunicativa producto de las concentraciones mediáticas y de la situación económica del grueso de la población mexicana. Las grandes deficiencias económicas entre la sociedad azteca hacen poco asequible al grueso de la población el acceso a la tecnología digital; aunado a ello, la lectura no constituye un hábito entre los mexicanos cuyo promedio de lectura, 2,9 libros al año (Notimex, 2014), evidencia el rezago de las políticas públicas para fomentar la lectura entre los ciudadanos. Una actividad que, sin lugar a dudas, se vuelve indispensable en la conformación de la participación social.

Nos encontramos entonces, nuevamente, ante una situación que urge en su estudio, análisis y crítica, puesto que los medios masivos de comunicación:

constituyen una vía fundamental para la construcción de una conciencia ciudadana y democrática e inciden en la conformación de las culturas políticas. Porque los contenidos y formatos audiovisuales tienen un poder alfabetizador por cuanto crean nuevos lenguajes y representaciones de la sociedad (Vega y Orozco, 2009, p. 524).

En este sentido, vale la pena reflexionar sobre la democracia como una construcción social que es posible gracias a la comunicación, y que además, “no se puede concebir sin el pensamiento de un tejido múltiple de circuitos de comunicación donde se discuten los asuntos públicos” (Sánchez Ruiz, 2005, p. 22). Sin embargo, la cimentación de la esfera pública contemporánea se ha trasladado de la plaza a los medios masivos y, cada vez con mayor frecuencia, a los medios digitales que crecen y evolucionan bajo la bandera de participación, igualdad y libertad; el ideal democrático de las sociedades.

Así como la vida humana no es posible sin la sociedad; la sociedad tampoco lo es sin la comunicación y, en el mismo orden de ideas, la democracia contemporánea –entendida como forma de organización social y no como utopía¹– tampoco puede existir sin la ciudadanía, aquella condición que implica la responsabilidad de participación en la *res publica*. La relación lógica entre ciudadanía y comunicación se establece en cuanto:

la comunicación se reconoce como fundante de la ciudadanía en tanto interacción que hace posible la colectivización de intereses, necesidades y propuestas. Pero, al

1 Coincidimos con Sánchez (2005:10) cuando afirma que “se suele partir de un “tipo ideal” de democracia para después comparar el modelo ideal con el o los casos concretos que se analizan”.

mismo tiempo, en tanto dota de existencia pública a los individuos visibilizándolos ante los demás, y permitiendo verse-representarse a sí mismos (Mata, 2006).

En este orden de ideas, el reto democrático actual consiste, por lo tanto, en posibilitar la participación pública en la sociedad mediatizada en la que vivimos y en la que los medios masivos de comunicación junto con las estructuras de poder, condicionan el acceso y refuerzan la idea de una audiencia de “consumidores” de contenidos mientras minimizan a los “ciudadanos” responsables y comprometidos.

3. Las audiencias juveniles

Ahora bien, existe entre las audiencias una en particular que ha tomado mayor participación ciudadana en el escenario mundial. Las audiencias juveniles, organizadas en diferentes formas y en diferentes frentes, poco a poco (y aún en formas esporádicas, lentas y poco organizadas) han asumido un rol más participativo exigiendo, denunciando y presionando para exhortar contenidos y formatos de mayor calidad y veracidad.

El movimiento #YoSoy132, por señalar un ejemplo en nuestro país, es una muestra palpable de esa audiencia cansada que “de maneras diversas, con mayor o menor grado de formulación, lo que caracteriza a estas grupalidades es que han aprendido a tomar la palabra a su manera y reapropiarse de los instrumentos de comunicación” (Reguillo, 2000, p.2).

El movimiento juvenil mexicano se originó como una respuesta ante los medios masivos tradicionales que publicaron una versión distinta de los hechos ocurridos en la Universidad Iberoamericana ante la visita del entonces candidato presidencial Enrique Peña Nieto. Ante cientos de jóvenes universitarios, Peña desató la indignación y el hartazgo juvenil cuando justificó la matanza de Atenco y fue despedido con abucheos por una juventud cansada del rumbo que llevaba (y lleva) nuestro país. El colmo ocurrió el día posterior cuando los medios calificaron de un “éxito” su visita y señalaron de “infiltrados” y “revoltosos” a los estudiantes que, ahora ya dotados de identidad, se organizaron para producir y viralizar un video en el que aparecían 131 alumnos citando su nombre y número de matrícula que los acreditaba como universitarios.

La importancia del movimiento juvenil radicó en la respuesta que se obtuvo para generar la participación urbana. Del espacio digital los jóvenes se trasladaron al espacio urbano y organizaron, en diferentes plazas, manifestaciones en contra de un sistema desgastado, que incluían como principal consigna la democratización de los medios. Además de las manifestaciones, el movimiento incluyó jornadas culturales e informativas con la intención de fomentar el voto consciente y la agenda poselectoral.

#YoSoy132 aspiraba a crear ciudadanos informados y a provocar la participación ciudadana, la acción colectiva y la vida democrática en nuestro país.

Aunque los jóvenes del movimiento del 2012 demostraron que es válido y posible alzar la voz, lo cierto es que los universitarios no representan a toda la sociedad mexicana y, ya que han confirmado que puede construir un cambio social, es imprescindible conocer su comportamiento y, en particular, sus consumos culturales como fuente de la construcción de identidad y detonantes del hartazgo que viven actualmente.

4. El consumo cultural de los jóvenes universitarios regiomontanos.

Los jóvenes, como categoría de análisis de los estudios culturales y como audiencia en el trabajo que hoy nos ocupa, revisten de singular importancia dado su dinámico papel social en la construcción de ciudadanía a través de, sobre todo, los bienes y productos culturales. Se trata de una generación que ha nacido completamente mediatizada y en donde, los medios masivos conocidos hasta hoy no son una novedad de difícil apropiación, son –al contrario– un “espacio” más para crear y recrear su identidad, para construir vínculos y configurar su realidad.

De entre todos los “jóvenes”, como construcción sociocultural, existe un segmento que vale la pena estudiar a detalle. Se trata de los jóvenes universitarios; aquellos que, por definición del sistema actual, se encuentran en formación como profesionistas y que, sin embargo, han logrado desde su particular praxis cultural y simbólica construir comunidades e identidades juveniles propias.

Ahora bien, dicha identidad particular de los universitarios se conforma, como todas las identidades, a partir de la otredad y “a través de imaginar que existe una diferencia con los demás, con los otros; y la gran importancia de la identidad recae en que gracias a ella las personas pueden encontrar sentido a sus vidas” (Castells, 2005). En este sentido, coincidimos con De Garay al afirmar que, en el caso de la universidad, se asiste a ella:

no sólo para estudiar y participar en la oferta cultural; los campus son al mismo tiempo un espacio de libertad, de gozo, de intercambio, de socialización múltiple, lo que permite que miles de jóvenes construyan identidades simbólicas variables, siendo lo más importante la pertenencia a una comunidad estudiantil (De Garay Sánchez, 2004, p. 176).

En la conformación de dichas identidades intervienen –relacionando con lo anteriormente señalado– los medios masivos a los que los jóvenes universitarios se han visto expuestos prácticamente desde su nacimiento y que, sin lugar a dudas, se constituyen como referente obligado, junto con la familia, de los códigos culturales que se requieren para interpretar y socializar los múltiples símbolos de cotidianidad.

Ante ésta realidad es necesario que las universidades tomen conciencia de las prácticas culturales de los jóvenes que, con diversos capitales culturales y simbólicos, conviven en el entorno universitario como un espacio imprescindible de socialización e intercambio. La composición demográfica de nuestro país, lo exige de manera más acuciante.

México se encuentra conformado por una población cuya mayor proporción está representada por las generaciones más jóvenes. En el caso concreto de los jóvenes con edad de cursar estudios universitarios, la cuarta parte de la población mexicana representa a dicho sector; hasta 2010, el 26.4% de los mexicanos oscilan entre una edad que comprende los 15 y 29 años (INEGI, 2010).

Lamentablemente en éste gran país existen también grandes desigualdades y, por ende, regiones con mayor desarrollo e infraestructura frente a comunidades que parecen que han sido olvidadas en el tiempo. Un ejemplo de éstas grandes “megalópolis”, un lugar en el que se concentran informaciones y espectáculos internacionales, sucursales de grandes tiendas extranjeras, centros de gestión de capitales, innovaciones e imaginarios globalizados” (García Canclini, 1999, p.171), es la ciudad de Monterrey, que alberga a la Universidad Autónoma de Nuevo León (UANL), la tercera universidad pública más grande del país.

Sin embargo, grandes urbes también generan grandes problemas como la inseguridad que se gesta hoy en la ciudad. Los asaltos, secuestros y asesinatos también forman parte del paisaje cotidiano del área metropolitana de Monterrey, situación que ha ocasionado el abandono de los espacios públicos y con ello el repliegue en el hogar como el espacio para las prácticas culturales. La misma magnitud de la ciudad propicia que los consumos culturales se realicen en formas menos personalizadas.

Las actividades continuas y sistemáticas de la mayoría, las zonas donde se concentran inversiones fuertes y con mayor generación de empleos, así como los espacios y circuitos en que se desenvuelve con más dinamismo e influencia la esfera pública, son la prensa, la radio, la televisión y los entretenimientos masivos (cines y shoppings) ligados a redes transurbanas y supranacionales (García Canclini 1999, p. 172).

La nueva sociedad regiomontana vive en una urbe tan acelerada y exige un nivel de vida tan alto que solo pocos lo pueden alcanzar, por lo que la media se dedica a trabajar arduamente y con pocos descansos. Su tiempo libre, más que dedicarlo a la alta cultura, lo emplean en esparcimiento que invita más a la recreación que a la reflexión. La televisión es uno de ellos.

La encuesta nacional de consumo de 2010 así lo evidencia: el 85.5% de los regiomontanos contaba hasta entonces con televisión en el hogar; 72.5% posee pantallas (LCD y Plasma); 80.5%, con radio; 60.3%, con televisión de paga; 70.2% con computadora, y 65% con Internet. Además con respecto al consumo de la televisión, los datos arrojaron que el 94.1 % de los regiomontanos veía este medio

de comunicación, 33.06% entre una y dos horas diarias y 48.05% más de dos horas diarias.

Es importante también señalar que las personas con menos escolaridad y menos ingresos representan, según los datos de la encuesta, los sectores con menor exposición a la televisión. Igualmente resalta en los resultados el hecho de que Monterrey se sitúe como el área del país que mantiene mayor exposición a la televisión de paga.

Frente a estos datos el 56.6% de los regiomontanos había asistido alguna vez en su vida a una biblioteca; 57.6% había visitado un museo; 12.0% había visitado un sitio arqueológico; 50% había visitado centros culturales auspiciados por el Estado; 81.3% había acudido al cine; 34.0% había acudido al teatro; 51.9% había acudido a una presentación musical, y el 43.3% había asistido a una sala de lectura. Sin embargo, 43.06% de los regiomontanos dedicaba la mayor parte de su tiempo libre a ver televisión; 0.71% ir a presentaciones de música, teatro o danza; 5.06% a conciertos; 8.90% a ir al cine; 6.14% a pasear en el campo, y 1.58% a ir a bibliotecas; lo que nos permite deducir que la mayor parte del tiempo libre se gasta en el hogar.

En definitiva, “es sobre todo en los medios masivos de comunicación donde se desenvuelve para la población el espacio público” (García Canclini, 1999, p. 171), a pesar de las múltiples ofertas culturales que ofrece una gran ciudad.

5. La socialización de la televisión entre los jóvenes universitarios regiomontanos.

La socialización se refiere al proceso a través del cual los individuos internalizan símbolos socioculturales una vez que han sido interpretados otorgándoles significado y generando con ello pautas de conducta. En este orden de ideas, cuando los jóvenes universitarios socializan la televisión, nos referimos a la serie de significados que atribuyen al medio y sus mensajes, a la interpretación que hacen de los mismos pero, sobre todo, a la acción que se genera en relación a ello.

Como resultado de un estudio realizado a los estudiantes de diferentes edades de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UANL (Garza, p. 2013) en el que se aplicaron 340 encuesta y, además, se realizaron 3 *focus group* distintos, se pudo apreciar el gran impacto que tienen los medios masivos en la cotidianidad de los jóvenes quienes pueden identificarlos como un elemento definitorio de su acción al grado de afirmar, en uno de los grupos de discusión: “Somos lo que somos gracias a los medios de comunicación”.

La encuesta se construyó con 85 preguntas a partir de una matriz de categorías de análisis como resultado del estudio de las interacciones simbólicas de los sujetos de estudio. Posterior a ello se realizaron 3 grupos de discusión (uno de hombres, uno de mujeres y uno más mixto).

Para conocer el tamaño de la muestra, se investigó la matrícula de los alumnos que se encuentran inscritos en la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Los

alumnos que estudian en un sistema escolarizado en el nivel de licenciatura, registrados a fin de curso del ciclo escolar agosto-diciembre 2011 son 2950. El método muestral fue aleatorio y estratificado y se realizó de forma probabilística, por lo que el principio de probabilidad es respetado, es decir, todos los elementos tienen la misma probabilidad de ser elegidos para formar parte de la muestra; con ello se aseguró la representatividad.

Si bien la muestra seleccionada afirma ver menos televisión (dos horas) que la media nacional (cuatro horas y media), lo cierto es que el joven conoce y reconoce la temática de los contenidos televisivos, lo que implica inferir que se informan de los tópicos de dicho medio como parte del proceso de socialización. De hecho, y reforzando esta idea, entre la familia y los amigos es común conversar sobre la información de la televisión o incluso, en el caso de la familia con mayor frecuencia, compartir la exposición al medio.

Por lo que respecta a la funcionalidad de la televisión, el medio de comunicación es utilizado con diversos fines pero existe uno que sobresale entre ellos: el concerniente al acompañamiento. A este propósito, es importante resaltar el particular desarrollo de la sociedad regiomontana en la que, dadas las características de metrópoli industrial, cada vez es mayor el número de hogares en los que los padres de familia tienen que salir a laborar, extendiendo sus horarios fuera de casa desde que inicia el día hasta que inicia la noche.

Adicionalmente, el acto de ver televisión se configura como una acción en la que no es necesario destinar todos los sentidos. En este orden, ver la televisión no implica para el joven universitario dejar de hacer otras cosas mientras observa el aparato receptor, situación por la cual no considera parte de este mismo acto consumir los contenidos de la televisión en otros dispositivos tecnológicos tales como la computadora o el móvil. De hecho el consumo televisivo se realiza, en estas edades, preponderantemente en la soledad y mayoritariamente durante la noche, compartiendo actividades como la comida, o mientras se navega por las redes sociales.

Es importante señalar que el espectador de la Facultad de Ciencias de la Comunicación goza de una situación económica privilegiada frente a la mayoría de la población nacional: una proporción importante de ellos cuenta con diversos dispositivos electrónicos de consumo cultural en sus hogares. En términos concretos, la soledad en la que consumen contenidos televisivos es consecuencia también de la existencia de una serie de televisores en su hogar, hasta tres o cuatro por familia, además de disponer en su propia recámara de computadora con conexión a internet y, en muchos casos, de computadora portátil, lo que posibilita la constante interacción cibernética.

Ahora bien, no debemos olvidar que la sola ubicación de los dispositivos culturales en el hogar origina una serie de consecuencias entre las que se encuentra la exposición solitaria a dichos medios o, en casos más extremos como los planteados en los grupos de enfoque, la interacción mediada por dispositivos electrónicos entre personas ubicadas en un mismo espacio físico. La soledad en

el consumo origina también la falta de restricciones hacia los contenidos, lo que posibilita la libre elección de la programación considerada por los jóvenes como una libertad obtenida por derecho con la edad y la madurez. La restricción se relaciona, en esta etapa del desarrollo humano, como un elemento indiscutible entre los más pequeños. A pesar de esto los jóvenes de la Universidad Autónoma de Nuevo León ven en los medios locales una oportunidad laboral, sin embargo es considerada tan solo como un espacio de práctica o simplemente como una primera experiencia profesional en la que se les permitirá desarrollar sus primeras actividades relacionadas con sus estudios.

Entre los jóvenes estudiados, existe una marcada preferencia por los contenidos televisivos extranjeros, especialmente por las series y películas estadounidenses de moda. Este mismo dato refuerza lo anteriormente señalado sobre la posición económica de los sujetos de estudio, puesto que los canales a través de los que se sintonizan dichos contenidos corresponden a la televisión de paga, situación que concuerda además con la creciente penetración de dicho servicio en el país. Sin embargo, resulta importante señalar la diferencia que existe en la elección entre la televisión abierta y la televisión de paga para la búsqueda de contenidos. Programas como las telenovelas, de gran arraigo en México, o los noticieros con información cercana, son consumidos preferentemente a través de la televisión abierta, pues esta refleja una realidad más próxima a la cotidianidad de los jóvenes mexicanos que, además, sirve como construcción del acervo de conocimiento necesario para su acción e interacción en el mundo.

No ocurre lo mismo con los contenidos de la televisión regional considerada como un elemento de segmentación. Los jóvenes regiomontanos ven en esta televisión destinada al consumo de los grupos sociales menos favorecidos económica y culturalmente. Consideran que la televisión de Nuevo León carece de creatividad, utilizando recursos ofensivos y discriminatorios que exaltan la violencia, la sexualidad y el doble sentido en búsqueda del *rating*.

No resulta aventurado afirmar que los jóvenes consumen los contenidos televisivos como distracción y evasión de sus problemas generacionales y ven en ella un acompañamiento a otras actividades que generalmente realizan en la frontera de su habitación, los contenidos televisivos sirven al joven para desconectar. La televisión se utiliza también para marcar momentos de la rutina diaria, dormir o cenar, por ejemplo, pero sigue satisfaciendo primordialmente la función de entretenimiento con la característica particular de que, ahora, se convierte en una actividad compartida con otros medios.

Ahora bien, no debemos interpretar el consumo televisivo en soledad, algo que hablábamos anteriormente: como el desplazamiento de la interacción cara a cara, a pesar de que casi un 30% de los encuestados considera que la televisión puede llegar a sustituir las relaciones personales. Al contrario, resulta interesante reconocer entre los jóvenes el lugar importante que ocupa la televisión en la creación de sentidos y significados puesto que constituye un elemento de socialización en las relaciones con sus familiares y amigos. Los jóvenes comparten,

en sus diferentes esferas, los contenidos mediáticos y pueden incluso reconocer en ellos productos específicos para cada género.

Según los resultados, existen programas destinados al consumo femenino o masculino, productos –sin lugar a dudas– de la cultura tradicional mexicana en la que el papel de la mujer sigue siendo relegado al hogar. Así, de acuerdo con los universitarios, los hombres deberían consumir mayoritariamente programas deportivos y noticieros mientras que las mujeres deberían optar por los programas de moda y las telenovelas. En ello, los jóvenes interpretan la existencia de programas marcados genéricamente a través de los cuales se refuerzan los roles femeninos y masculinos de la sociedad mexicana.

No podemos dejar de mencionar que la televisión sigue constituyendo un agente importante en la conformación de la experiencia humana en la vida cotidiana. Una proporción significativa de los jóvenes considera que han vivido situaciones similares a las expuestas en los programas de televisión y, además consideró utilizar las vivencias en su vida cotidiana. Además, existen temáticas cuyo mayor aprendizaje refieren adquirirse a través de la televisión, como en el caso de la moda, un fenómeno preminentemente visual y fugaz cuya difusión a través de la televisión encuentra el medio idóneo para hacerlo.

Este punto en particular reviste de gran importancia por tratarse de la moda de una particular forma de expresión de la individualidad y de la personalidad en los jóvenes. El vestuario constituye también un elemento relevante en la socialización entre los individuos de esta edad, puesto que la apariencia ayuda a forjar redes de pertenencia a grupos a la vez que posibilita la creatividad mediante la representación del pensamiento abstracto.

Finalmente, es importante señalar que los personajes que aparecen en la televisión no significan un modelo para los jóvenes regiomontanos. Se trata, como hemos mencionado, de una etapa en la que la constante búsqueda de identidad origina la exploración y rechazo constante de guías que ayudan a definir su personalidad y a orientar sus expectativas, sus acciones y, por lo mismo, no constituyen un referente directo. Además, debemos tomar en cuenta que la muestra seleccionada corresponde a estudiantes de Ciencias de la Comunicación por lo que su perspectiva de los modelos televisivos toma una dimensión crítica respecto a ellos.

Resulta de gran interés el análisis del uso de las redes por parte de los jóvenes. Los estudiantes reconocen en éste medio una manera sustancial de “conocer el mundo” es decir, de acercarse a la realidad, aun y cuando esa realidad esté mediaticizada. Esta forma de mediación ha afectado incluso a su forma de relacionarse con la televisión: a través de las *fanpages*, los jóvenes encuentran una manera de aproximarse a la vida de aquello o aquellos que llama su atención en el mundo creado por la televisión. De la muestra, más de la mitad afirmó tener más de 400 amigos en sus redes sociales y tan sólo el 30% dijo no tener entre sus contactos personajes que aparecen en la televisión local, lo que contradice la postura “crítica” que adopta frente a ella cuando se le pide opinión.

En este sentido, una de las actividades que más llama la atención de los jóvenes es la posibilidad de interactuar a través de las redes sociales mediante las cuales idean la imagen de sí mismos que quieren proyectar. Es interesante reconocer en esta interacción la diferenciación que realizan en cuanto a los “amigos” y los “contactos”, siendo estos últimos aquellos añadidos a su círculo social virtual pero con escasa o muy poca relación afectiva. Esta idea representa una evidencia de la importancia de la convivencia en la formación de las relaciones afectivas.

6. En conclusión.

Los datos de la investigación citada refuerzan lo que para muchos es más que conocido: los jóvenes, y en específico los universitarios regiomontanos, utilizan la televisión como un ente social más en la generación de sentido y por ende en su socialización. Sin embargo tal vez ya no sea en el sentido que, hasta hace pocos años, los científicos e investigadores se plantearon. En un lapso muy corto de tiempo, los jóvenes universitarios han aprendido a interactuar de manera simultánea con diferentes medios y en diversas plataformas.

La búsqueda de la identidad juega un papel muy importante en esta etapa. La televisión genera contenidos que permiten entre los jóvenes construir símbolos propios que facilitan y potencian su convivencia entre las grupalidades que conforman. Entre la muestra seleccionada se aprecia la existencia de preferencias claras hacia ciertos contenidos televisivos; las series extranjeras de los canales de paga, la moda, los noticieros en los canales de televisión abierta o el repudio a la televisión local son ejemplos del consumo premeditado y seleccionado de las jóvenes audiencias en la búsqueda de elementos que contribuyan a determinar su “yo” y su “nosotros”.

La televisión sigue marcando rutinas, conformando un elemento distractor y, a la vez, puede ser considerada una fuente de información y de aprendizaje para la audiencia juvenil. Pero al mismo tiempo, y confirmando la apropiación del medio, usan el mensaje para socializar en diversos espacios, incluidos los virtuales. El incremento de las redes sociales, las millones de reproducciones de videos “caseros” de muy diversas temáticas o el creciente “periodismo ciudadano”, dan cuenta de cómo las audiencias juveniles reaccionan ante los mensajes de los medios tradicionales.

Los jóvenes de hoy se trasladan con soltura de una plataforma a otra, ven fragmentos televisivos en el receptor, corroboran lo contenidos en internet y vierten sus impresiones en sus redes sociales. Las jóvenes audiencias construyen y reconstruyen su realidad desde diferentes medios y, a su vez, en diferentes medios. La facilidad para apropiarse de las nuevas herramientas tecnológicas les permite migrar y retornar con soltura de un espacio a otro; de la televisión a las redes sociales, del cine a los videoblogs, de los videojuegos a las aplicaciones

móviles, de los fórums a las reuniones y asambleas o, por qué no, todo a la vez, gracias a lo que se denomina hoy “multitarea”.

En todo este dinamismo, “lo que está en juego es una nueva sensibilidad hecha de una doble complicidad cognitiva y expresiva: es en sus relatos e imágenes, en sus sonoridades, fragmentaciones y velocidades que ellos encuentran su idioma y su ritmo” (Martín-Barbero, 2002).

Todo ello evidencia que nos encontramos frente a audiencias críticas y selectivas y además, en el caso de las audiencias universitarias, con mayor capital cultural y con la posibilidad económica y tecnológica de acceder a grandes cantidades de información.

Con dichas herramientas y habilidades las audiencias juveniles universitarias han encontrado cabida en la plaza pública. Organizados a través de los medios digitales y como resultado de todo un contexto mundial y nacional confuso, los jóvenes alzan la voz y demuestran que no son esa “masa” dormida y aletargada que muchos pensaban, que la indiferencia de la juventud no es tal y que existe disposición para convertir sus inquietudes en agencia. En el caso concreto de nuestro país, el movimiento #YoSoy132 se convirtió en un ejemplo emblemático de los reclamos juveniles, en el que además en el centro de sus consignas se encontraba la democratización de los medios y la exigencia de ser tomados en cuenta.

El estallido del movimiento se generó cuando las audiencias se dieron cuenta de que los medios mienten y que las versiones relatadas no se apegan a la realidad. Tal vez era algo que ya conocían, el problema radica en que la mentira era sobre ellos mismos, y sobre su voz inconformándose en medio de un proceso electoral. Los jóvenes tomaron la palabra y, utilizando medios de comunicación digitales, arremetieron en contra de los tradicionales medios más fuertes que buscaron deslegitimar sus reclamos en contra de Peña Nieto.

Puede resultar aventurado señalar que los jóvenes universitarios obligaron a iniciar el proceso transformador del sistema mediático mexicano; lo que si es un hecho es que el citado movimiento, y otros, el mundo globalizado en el que nos encontramos, así como el contexto contemporáneo nacional evidenció la capacidad de organización de las jóvenes audiencias, su papel activo en los procesos socioculturales y, sobre todo, la necesidad de hacer saber a las instituciones tradicionales y a la sociedad en general que son capaces y conscientes de generar y participar en la agenda pública de sus comunidades.

En la lucha contradictoria que viven todos los jóvenes por sentirse únicos y a la vez incluidos y en la necesidad de contrastar los modelos establecidos en la búsqueda de identidad, el universo simbólico que proporcionan hoy los medios de comunicación, y sus habilidades en la naturalización de los mismos, forman un papel crucial que desencadenará, y ya lo hace, en la evolución social. No debemos por lo tanto pasar por alto sus voces y experiencias en el proceso reformador en que hoy nos encontramos en nuestro país. Las audiencias, y en el caso particular las audiencias juveniles, deben ser también incluidas en el debate de la reforma en telecomunicaciones que hoy pretende el Estado mexicano. Solo así, incluyendo

a todos los sujetos del proceso de comunicación, podremos realmente avanzar hacia la tan ansiada democratización de los medios.

La responsabilidad desde la academia consiste en continuar indagando entre los diversos procesos juveniles, en el concepto mismo de juventud y en el consumo cultural como práctica social y cultural que incide en la interacción. La responsabilidad de las universidades es persistir en la exploración de la realidad de los jóvenes universitarios y reconocer a las universidades como un lugar estratégico para la interacción y la socialización en el que se vuelve crucial poner a disposición de nuestros jóvenes los elementos que les permitan discernir, reflexionar y proponer en la construcción de la ciudadanía.

Bibliografía

- Castells, M. (2005). "Globalización e identidad". *Cuadernos del mediterráneo*, N°5. P.p. 11-20. Recuperado de: <http://www.iemed.org/publicacions/quaderns/5/eCastells.pdf>
- De Garay Sánchez, A. (2004). *Integración de los jóvenes en el sistema universitario. Prácticas sociales, académicas y de consumo cultural*. Barcelona-México: Ediciones Pomares-Universidad Autónoma Metropolitana.
- García Canclini, N. (1999). *La Globalización Imaginada*. México: Paidós.
- Garza Sánchez, J. A. (2013). *Consumo, apropiación de mensajes de televisión y procesos socializadores: un estudio sobre estudiantes universitarios*. Tesis doctoral inédita. Universidad Complutense de Madrid. España.
- INEGI (2010). *Censo General de Población y Vivienda*, México: INEGI.
- Mata, M. C. (2006). "Comunicación, ciudadanía y poder. Pistas para pensar su articulación". *Diálogos de la Comunicación*. Pp. 64-75. Recuperado de: <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/64-revista-dialogos-comunicacion-ciudadania-y-poder.pdf>
- Notimex (2014, abril 21). "Mexicanos gastan más en libros que en alcohol: Inegi". *Animal político*. Recuperado de: <http://www.animalpolitico.com/2014/04/dia-mundial-del-libro-mexicanos-gastan-mas-en-libros-que-en-alcohol-dice-el-inegi/#axzz33d3FyWAD>
- Reguillo, R. (2000). *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Buenos Aires: Norma.
- Sánchez Ruiz, E. (2005). *Medios de comunicación y democracia*. Colombia: Norma.
- Vega, A. y Orozco, G. (2009). "Las audiencias y su derecho fundamental a la comunicación. Los contenidos y formatos audiovisuales, ejes clave en la democratización del sistema comunicativo". En: J. Esteinou y A. Alva (coords). *La "Ley Televisa" y la lucha por el poder en México*. (pp. 519-532). México: UAM.

Información de los autores

Juan Antonio GARZA SÁNCHEZ

garzacampos@hotmail.com

Licenciado en Ciencias de la Comunicación egresado de la Universidad Autónoma de Nuevo León, con especialidad en Periodismo, en México. Master en Comunicación Periodística Institucional y Empresarial y Doctor en Planteamientos Teóricos Estructurales y Éticos de la Comunicación de Masas por el Departamento de Periodismo III de la Universidad Complutense de Madrid, España. Actualmente es profesor-investigador en la UANL y miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel Candidato, por el CONACYT. Sus líneas de investigación se relacionan con el consumo de mensajes de los mass media por los jóvenes universitarios.

Laura Lizeth CAMPOS GUIDO

laugui1@hotmail.com

Licenciada en Ciencias de la Comunicación egresada de la Universidad Vasco de Quiroga, en Michoacán, México. Master en Comunicación Periodística Institucional y Empresarial y Doctora en Planteamientos Teóricos Estructurales y Éticos de la Comunicación de Masas por el Departamento de Periodismo III de la Universidad Complutense de Madrid, España. Actualmente es profesora-investigadora en la UANL. Sus estudios versan en la Economía Política de la Comunicación y el estudio de las estructuras.

Análisis de las videotecas on-line de las principales televisiones en la República del Ecuador

*Analysis of the online video archives of the main televisions in the
Republic of Ecuador*

*Análise das videotecas online do grande negocio de radiodifusão na
República do Equador*

Jorge CALDERA-SERRANO

Universidad Central del Ecuador / Universidad de Extremadura

Roberto FREIRE-ANDINO

Universidad Central del Ecuador

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 128, abril - julio 2015 (Sección Informe, pp. 269-286)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 11-02-2015 / Aprobado: 03-03-2015

Resumen

El presente trabajo analiza los principales archivos audiovisuales televisivos de las cadenas audiovisuales más importantes de la República del Ecuador, según criterios de número de telespectadores y por su cobertura geográfica. Esta labor se realiza atendiendo a un modelo de análisis publicado y validado anteriormente, con un total de 24 indicadores agrupados en 5 apartados: aspectos generales, contenido, sistema de consulta, presentación de resultados y aspectos audiovisuales. La muestra cuenta con el análisis de Ecuador Televisión, RTS, Ecuavisa, Teamazonas, Gama TV y TC Televisión. Se demuestra la falta de apuesta de estos medios por la integración de recursos audiovisuales en su web. **Palabras clave:** archivos audiovisuales; televisión; documentación audiovisual; documentación en televisión; contenidos en línea; Ecuador.

Abstract

This paper analyzes the main television audiovisual archives of the major television of the Republic of Ecuador, according to the number of viewers and geographic coverage. This work is performed according to a previously published and validated analysis model, with a total of 24 indicators grouped into 5 sections: general aspects, content, query system, presentation of results and audiovisual aspects. The sample holds an analysis of Ecuador TV, RTS, Ecuavisa, Teamazonas, Gama TV and TC Televisión. Lack of commitment by these media in the integration of audiovisual resources on its Web is demonstrated.

Keywords: audiovisual archives, television, audiovisual documentation, TV documentation, online content, Ecuador.

Resumo

Este artigo analisa os principais arquivos audiovisuais de televisão dos principais canais audiovisuais da República do Equador, de acordo com o número de espectadores e cobertura geográfica. O trabalho é realizado de acordo com um modelo publicado e análise validada acima, com um total de 24 indicadores agrupados em cinco seções: aspectos gerais, conteúdo, sistema de consulta, apresentação de resultados e os aspectos audiovisuais. A exposição inclui a análise do Equador TV, RTS, Ecuavisa, Teamazonas, Gama TV e TC Televisión. A falta de compromisso por estes meios à integração de recursos audiovisuais em suas páginas web é demonstrada.

Palavras-chave: arquivos audiovisuais; televisão; documentação audiovisua.

1. Introducción¹

La televisión, entre admirada y denostada, entre consumida y soportada, pero en ningún caso ignorada. La televisión tiene una historia en Ecuador que data de la década de los 60. Una travesía con sus luces y sus sombras, con sus cambios y mutaciones, pero sin lugar a dudas una historia de la televisión ecuatoriana que está unida a los acontecimientos relevantes de la sociedad.

La televisión ya no es sólo un producto de los medios y para sus telespectadores, sino que es un producto audiovisual para entender la historia, el devenir y el futuro de la sociedad ecuatoriana. Los archivos audiovisuales son la memoria viva de un país, y el custodio del Patrimonio Nacional Audiovisual de un pueblo.

En el marco de los procesos de digitalización de la emisión también se han comenzado a digitalizar los archivos audiovisuales, lo que posibilita que la información pueda ser integrada en medios de difusión digitales por la red. Los esfuerzos que se están llevando a cabo para digitalizar la producción de las televisiones ecuatorianas es una apuesta clara, aunque con unos resultados dispares. El intento es real, pero con resultados no siempre óptimos. No obstante, volvemos a señalar que la digitalización ha sido un paso previo necesario para poder incorporar información a la red. Y los medios de comunicación son concedores sobre que existe una clara tendencia por parte de los nativos digitales a consumir producción audiovisual de una forma no tradicional, no por medio de un aparato de televisión, sino a través de aparatos receptores que han evolucionado y cambiado hacia plataformas móviles (aunque también fijas), conectadas a la red. El concepto de televisión a la carta, junto con la implementación de herramientas para la difusión de contenidos por internet, ha provocado nuevos medios de consumo de productos audiovisuales.

Por ello, las cadenas de televisión que asumen un mínimo de interés por llegar a sus nuevos ciberespectadores cuentan con una página web en la cual se vuelca información, tanto institucional como de contenidos audiovisuales.

Estas páginas web que, en muchos casos son la forma de unión y conexión con la nueva Televisión 2.0, no sólo sirven para acceder a contenidos, sino que también es una forma de interconexión con la cadena y de intercambio de información entre ciberteleespectadores.

Tal y como señalan Antón y Guallar (2014, p. 2) “las cadenas de televisión han visto el potencial real de los archivos audiovisuales en línea y, en consecuencia, están aumentando el tipo de contenidos y las prestaciones de estos sistemas”, ya que además de ser una forma de difusión es un método de ingresos económicos

1 El presente trabajo fue patrocinado por el Proyecto Prometeo de la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación de la República del Ecuador. Este trabajo ha sido financiado por el Gobierno de Extremadura (Consejería de Educación, Ciencia y Tecnología) y el Fondo Social Europeo dentro del plan de apoyo a las actuaciones de los grupos de investigación inscritos en el catálogo de la Junta de Extremadura. GRI0019.

por medio de la inserción de publicidad (destaquemos que cada vez son mayores los ingresos publicitarios por anuncios en la red).

Por todo ello, y ante la madurez de las televisiones ecuatorianas, se estima relevante conocer las características de estas sedes web como plataforma de difusión de contenidos. Y será a partir de esta visión desde la cual se realiza este trabajo.

2. Documentación audiovisual: estado de la cuestión

Tal y como señalan De Mon & Guallar (2014) son ya numerosos los trabajos relacionados con la documentación en televisión, ya que existe un importante número de autores y trabajos que profundizan en dicha disciplina. Especialmente relevante es la producción española en el ámbito de habla hispana. Estos mismos autores destacan los trabajos de Caldera-Serrano (2006, 2013, 2014), Caldera-Serrano & Arranz (2012), López de Quintana (2007, 2014), Hidalgo Goyanes (2005, 2013), Agirreazaldegí Berriozabal (2007, 2011), Giménez-Rayó (2007, 2013), entre otros.

No obstante, los trabajos relacionados con el análisis de repositorios o el análisis de videotecas no son tan numerosos en el ámbito audiovisual. Nuevamente De Mon & Guallar (2014) realizan un buen estado de la cuestión sobre dicha materia, destacando los trabajos metodológicos de evaluación de recursos on-line de Codina (2000; 2006) y los trabajos realizados por Guallar, Abadal & Codina (2009; 2012a; 2012b), indicando una serie de conceptos aplicables a la televisión. En el ámbito propiamente televisivo destacan los autores anteriormente señalados, más los trabajos de Agirreazaldegí (2011) y Giménez-Rayó & Guallar (2014), quienes analizan los métodos de trabajo en las televisiones.

Trabajos propios del análisis de sitios web son los de Rovira (2007), Mendiuren (2010), Pérez Ribera (2012) y Caldera (2013), que analizan las colecciones audiovisuales y televisivas de diferentes ámbitos.

3. Objetivos y metodología del estudio

3.1 Objetivos

El objetivo principal de este trabajo es llevar a cabo un estudio sobre las videotecas o repositorios de contenidos audiovisuales de las principales cadenas de televisión ecuatorianas, con el fin de conocer cuáles son los contenidos, qué información es volcada, con qué periodicidad y cuáles son las características de dichos contenidos.

Identificamos objetivos secundarios que coincidirán con el análisis y valoración de los epígrafes estudiados:

- Analizar los aspectos generales que informan sobre la existencia de los archivos audiovisuales en línea.
- Identificar los contenidos audiovisuales volcados en las web de las televisiones ecuatorianas.
- Estudiar los sistemas de consulta para el acceso a los contenidos audiovisuales.
- Determinar los métodos y modelos de presentación de los resultados obtenidos posterior al acceso a los contenidos audiovisuales.
- Conocer y valorar la información que sobre los elementos recuperados ofrece la cadena.

Dicho trabajo se enmarca en un proyecto de investigación financiado por la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación del Gobierno de la República del Ecuador, en el marco del Proyecto Prometeo, que bajo el título “Auditoría de la preservación y acceso al patrimonio audiovisual televisivo en la República del Ecuador” se está llevando a cabo desde septiembre de 2014 hasta agosto 2015.

No pretendemos realizar un novedoso método sino utilizar metodología ya testada y validada para dar a conocer cómo los medios ecuatorianos facilitan información al ciudadano por medio de sus plataformas web.

3.2 Metodología

Volvemos a señalar que el trabajo que se expone no cuenta con novedades metodológicas, ya que se utiliza como base el trabajo de Abadal (2006), que posteriormente fue desarrollado e implementado, además de testado, por De Mon & Guallar (2014).

Los medios analizados son aquellos más representativos y con mayor audiencia del panorama televisivo ecuatoriano. Este trabajo de campo se realizó entre los meses de diciembre de 2014 y enero de 2015.

Las televisiones analizadas son las siguientes:

| | |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Ecuador TV: | http://www.ecuadortv.ec/ |
| Ecuavisa: | http://www.ecuavisa.com/ |
| Gama TV: | http://www.gamatv.com.ec/ |
| RTS: | http://www.rts.com.ec/ |
| Teamazonas: | http://www.teamazonas.com/ |
| TC Televisión: | http://www.tctelevision.com/ |

Para el análisis de estas videotecas/repositorios/archivos audiovisuales en línea se han utilizado un total de 24 indicadores que se agrupan en 5 apartados, los cuales son aspectos generales, contenido, sistema de consulta, presentación de resultados y aspectos audiovisuales.

Para identificar estos indicadores, los autores se basaron en los trabajos de Guallar & Abadal (2009) y Guallar, Abadal & Codina (2012b), orientados al estudio de hemerotecas, así como en el trabajo de Antón & Guallar (2014) para aspectos audiovisuales.

Se trabaja sobre el siguiente sistema de puntuación: 0 (indica un nivel bajo), 1 (nivel medio), 2 (nivel alto). De esta forma se podrán realizar rankings y comparativas entre las cadenas analizadas.

Los indicadores propuestos son los siguientes (De Mon & Guallar, 2014):

Tabla 1. Indicadores

| APARTADO | INDICADOR | DESCRIPCIÓN |
|------------------------------|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| A. Aspectos generales | A1. Denominación | Término que aporta cada cadena al archivo o depósito audiovisual. No evaluado |
| | A2. Ubicación | Localización del archivo audiovisual en la URL principal (Puntuación: (2) acceso principal / (1) ubicación en URL secundaria / (0) sin presencia) |
| | A3. Información del archivo | Información del archivo: datos sobre las características del archivo (Puntuación: (2) información exhaustiva / (1) información básica / (0) sin información) |
| | A4. Coste | Costes por el acceso al material audiovisual (Puntuación: (2) acceso gratuito / (1) acceso parcialmente gratuito / (0) sin información) |
| B. Contenido | B1. Tipología de programas | Programas a los que se puede acceder (Puntuación: (2) 6 o 7 tipos / (1) 4 o 5 tipos / (0) Menos de 4) |
| | B2. Origen | Procedencia de los contenidos (Puntuación: (2) material propio, coproducciones y ajeno / (1) material propio y coproducciones / (0) material propio) |
| | B3. Cobertura temporal | Alcance temporal del archivo (Puntuación: (2) ofrece la totalidad del archivo / (1) ofrece más de cinco años / (0) ofrece menos de cinco años) |
| | B4. Actualización | Tiempo transcurrido desde que la emisión es depositada en el archivo (Puntuación: (2) disponible el mismo día de emisión / (1) disponible un día después / (0) disponible en línea más de 1 día después de la emisión) |
| | B5. Anuncios publicitarios | Inclusión de anuncios durante la emisión (Puntuación (2) Sin anuncios / (1) con anuncios que pueden ser parados / (0) con anuncios que han de visualizarse) |

| | | |
|--------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| C. Sistema de consulta | C1. Tipo de consultas | Indicación del tipo de consultas sobre el material que conforma el archivo (Puntuación: (2) búsqueda simple y avanzada / (1) búsqueda simple / (0) listado sin posibilidad de búsqueda) |
| | C2. Lenguaje de interrogación | Si utiliza operadores booleanos (Puntuación: (2) utiliza todos los operadores booleanos / (1) utiliza algunos de los operadores / (0) no utiliza ninguno) |
| | C3. Recuperación por navegación | Consulta de los documentos por índices, categorías o rankings (Puntuación: (2) utiliza todos los tipos de índices y ranking / (1) utiliza alguno pero no todos / (0) no utiliza ningún tipo de ranking) |
| | C4. Opciones de filtro | Posibilidad de utilizar restricciones en la consulta, como tipos de programas, fechas, etc. (Puntuación (2) utiliza todos los tipos de filtros / (1) utiliza algún tipo de filtro / (0) no utiliza filtros) |
| | C5. Ayuda | La herramienta cuenta con texto que informa y explica el funcionamiento del buscador (Puntuación: (2) con ayuda informativa y explicativa / (1) con ayuda meramente informativa / (0) sin ayuda) |
| D. Presentación de resultados | D1. Gestión de resultados | Criterio de ordenación de resultados (fecha o relevancia) (Puntuación: (2) más de un criterio a elegir / (1) un único criterio preestablecido / (0) sin posibilidad de ordenación) |
| | D2. Campos visualizados de cada registro | Número de campos informativos mostrados por registro (Puntuación: más de cinco campos por registro / (1) de 3 a 5 campos por registro / (0) menos de tres campos por registro) |
| | D3. Agrupación de resultados por tipología de programas | Agrupación atendiendo a los tipos como informativos, deportivos, entretenimiento, infantil, etc. (Puntuación: (2) agrupación de resultados por tipos de programas / (1) agrupación de resultados por otros criterios / (0) sin posibilidad de agrupación de resultados) |
| | D4. Identificación de términos de búsqueda | Se muestran de forma destacada los términos consultados (Puntuación: (2) términos de búsqueda resaltados claramente / (1) términos de búsqueda poco resaltados / (0) no resaltados) |

| | | |
|----------------------------------|------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| E. Aspectos audiovisuales | E1. Información básica | Información que identifica al material audiovisual, tales como título, número de capítulo, fecha, número programa, etc. (Puntuación: (2) 5 o 6 identificadores / (1) de 2 a 4 identificadores / (0) 10 o indicadores) |
| | E2. Descripción del contenido | Se muestran elementos del contenido como el resumen, audio, etiquetas, etc. (Puntuación: (2) tiene tres descriptores / (1) Tiene 1 o 2 descriptores / (0) no tiene ningún descriptor) |
| | E3. Opciones de visionado | Posibilidad de ver el contenido en reproductores variados, pantalla completa, subtítulo (Puntuación: (2) tiene las tres opciones / (1) tiene 1 o 2 opciones / (0) no tiene ninguna opción) |
| | E4. Calidad del visionado | Opción de visionado de video en varios formatos o en alta calidad (HD) (Puntuación: (2) tiene las dos opciones de calidad en el visionado del video / (1) tiene 1 de las opciones / (0) no tiene ninguna opción) |
| | E5. Opciones de gestión del video | Opción de gestionar cada video comentando, colocándolo en favorito, votando, compartiendo en redes sociales y copiar la URL (Puntuación: (2) tiene las 5 opciones de gestión del video / (1) de 2 a 4 opciones / (0) tiene 1 o ninguna opción) |
| | E6. Enlaces relacionados | Posibilidad de una vez visto el video acceder a la propia web del programa/serie u otros videos relacionados con el programa (Puntuación: (2) tiene las dos opciones / (1) tiene una / (0) no tiene ninguna) |

Fuente: De Mon & Guallar, 2014.

4. Resultados

4.1 Resultados obtenidos

Los resultados obtenidos según la puntuación de cada indicador para cada archivo televisivo en línea son los siguientes:

Tabla 2. Puntuación de los repositorios audiovisuales on-line de las principales TV ecuatorianas.

| INDICADOR | ECUADOR TV | ECUAVISA | GAMA TV | RTS | TELE AMAZONAS | TC Televisión | Total |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|---------------|-------------|
| A1. Denominación | (No consta) | (No consta) | (No consta) | (No consta) | (No consta) | (No consta) | |
| A2. Ubicación | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0/12 |
| A3. Información del archivo | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0/12 |

| | | | | | | | |
|---------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|--------------|
| A4. Coste | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12/12 |
| B1. Tipología de programas | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3/12 |
| B2. Origen | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1/12 |
| B3. Cobertura temporal | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0/12 |
| B4. Actualización | 2 | 2 | 2 | 0 | 2 | 2 | 10/12 |
| B5. Anuncios publicitarios | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 12/12 |
| C1. Tipos de consulta | 1 | 1 | 1 | 1 | 2 | 0 | 6/12 |
| C2. Lenguaje de interrogación | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 2/12 |
| C3. Recuperación por navegación | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3/12 |
| C4. Opciones de filtro | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 2/12 |
| C5. Ayuda | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0/12 |
| D1. Gestión de resultados | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 2/12 |
| D2. Campos visualizados de cada registro | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1/12 |
| D3. Agrupación de resultados por tipología de programas | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1/12 |
| D4. Identificación de términos de búsqueda | 0 | 2 | 0 | 0 | 2 | 0 | 4/12 |
| E1. Información básica | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 5/12 |
| E2. Descripción del contenido | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 3/12 |
| E3. Opciones de visionado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0/12 |
| E4. Calidad del visionado | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0/12 |

| | | | | | | | |
|-----------------------------------|--------------|--------------|--------------|-------------|--------------|-------------|---------------|
| E5. Opciones de gestión del vídeo | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 3/12 |
| E6. Enlaces relacionados | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0/12 |
| TOTAL | 12/46 | 16/46 | 13/46 | 7/46 | 15/46 | 7/46 | 70/276 |

Antes de tratar estos datos queremos informar de algunos aspectos generales observados en las cadenas televisivas:

Ecuador TV. No es realmente un archivo de material audiovisual, como el resto de las cadenas, lo que supone que algunos de los epígrafes anteriores estén adulterados en cierta manera, ya que no se recupera estrictamente, o únicamente, información audiovisual. En la sección *Nuestros Contenidos*, y en algunos de sus apartados, se accede a contenidos por secciones. Algunos de estos apartados no aportan ningún tipo de información (parece en algunos casos una web aún en composición), y otro solo se aporta información meramente textual, con la opción de recuperar por fechas elementos textuales. En el apartado de *Informativos* encontramos los “Enlaces Ciudadanos” del Presidente Correa y los informativos de las cuatro ediciones diarias. Se cuenta con un desplegable para buscar por año y mes, aunque no siempre están todos los informativos.

Gama TV. Tampoco cuenta con información específica sobre el archivo audiovisual, ya que realmente no lo tiene. Colocan una pequeña cantidad de material audiovisual. Cuenta con un cajón de búsqueda sobre el material audiovisual y textual, que sin explicación puede utilizarse el operador booleano “y” si se incluyen dos términos. La consulta se realiza sobre la información aportada en el título. En la sección de *Noticias*, algo menos de un 25% de las noticias que tiene genera hipervínculos a recursos audiovisuales. La antigüedad de la información es de un año y cuatro meses. La secciones de *Programas* y *Gama al día* cuentan con escasa información audiovisual (entre un 20% y un 5% de información audiovisual, respectivamente, en cada una de sus secciones).

Ecuavisa TV. Al igual que las anteriores, no tiene realmente un archivo audiovisual accesible por su web; únicamente ubica material audiovisual escaso y poco importante en su apartado de *Noticias*. No obstante, cuenta con una herramienta de localización de documentos (motor de búsqueda) realmente significativa, en la cual de forma inconsciente, el usuario utilizará el operador booleano “o” en caso de realizar consultas por más de un término. La consulta es realizada sobre el título. Tiene un motor potente para recuperar información que sólo es utilizada para información textual, destacando los términos consultados por medio de un destacado tipográfico. En caso de recuperar información audiovisual ofrece además parte de la locución (sino toda), elementos por los cuales parece que también se puede recuperar información. Se estima que no más del 5% del contenido presente en la web es audiovisual. Cuenta además con una cobertura temporal que alcanza hasta el año 2008.

RTS. Siendo pionera en la información audiovisual en Ecuador, tampoco cuenta con un archivo audiovisual propiamente dicho. El contenido audiovisual es un breve resumen de presentación de alguno de sus programas. El número de vídeos es realmente escaso en su apartado de *Informativos* (no llega a los 400 vídeos en total). Existe un motor de búsqueda, con un problema fundamental de falta de contenidos. No facilita la opción de búsqueda avanzada ni la inclusión de operadores booleanos. Atendiendo a la historia e importancia de la cadena, 400 vídeos se estima que no supone ni el 1% del contenido total de la cadena a disposición de la sociedad ecuatoriana por medio de la web.

Teleamazonas. Cuenta con “buenas maneras” para el acceso y búsqueda de contenidos. El problema fundamental es que sólo está pensado para contenidos textuales y cuenta con escaso material audiovisual. Facilita informativos completos, organizados por fechas, pero sin la indicación de los contenidos de los mismos. Por lo tanto, es necesario señalar que no cuenta con archivo audiovisual. Su motor de búsqueda es el más desarrollado de los analizados, ya que existe una búsqueda simple y la opción de búsqueda avanzada, en la que se puede consultar por categorías de documento y los resultados pueden ser ordenados por diversos criterios.

TC Televisión. Cuenta con el mismo problema que sus competidoras: la falta de archivo audiovisual. Únicamente se incorporan vídeos a modo de repositorio (y solo en algunas secciones). Tiene el problema fundamental de la falta de consistencia de su web, que parece más la unión de muchas, antes que una única web institucional (problemas con la imagen de marca). No cuenta con motor de búsqueda para material audiovisual ni textual. En algunas series cuentan con capítulos completos y en otras secciones existe información audiovisual, como puede ser *El Noticiero*. Posee aproximadamente unos 200 vídeos, que es un número sin duda insuficiente. Mayor esfuerzo presenta en el volcado de contenidos deportivos (*TC Deporte*) que cuenta con información que llega hasta el año 2013 y con más de 400 vídeos, sin ninguna fórmula para su búsqueda. Se estima que menos de un 10% del material en la web es audiovisual.

4.2 Análisis de resultados

A. Aspectos generales

A1. *Denominación:* sobre este primer elemento, es preciso señalar que al no existir realmente archivos audiovisuales de las cadenas, tampoco existe denominación adaptada para esta información. Sin lugar a dudas el gran problema no es la falta de denominación, sino poca organización y coherencia de estos archivos.

A2. *Ubicación:* en consonancia con el anterior aspecto, el resultado global de todas las cadenas ecuatorianas supone la más baja calificación, habida cuenta de que no tienen archivo, por lo que tampoco tendrán su accesibilidad en la página inicial.

A3. *Información del archivo:* no existe información sobre el archivo en ninguno de los casos.

A4. *Coste*: todos los contenidos audiovisuales de las seis cadenas analizadas en la República del Ecuador (ya sean públicas o privadas) otorgan el material de forma gratuita.

B. Contenido

B1. *Tipología de programas*: es importante determinar la cantidad de tipos de programas en los cuales se tiene acceso a contenidos audiovisuales. En el marco de la escasez y falta de seriedad de incorporación de contenidos audiovisuales por medio de la red, hemos de señalar que ninguna de las cadenas ha alcanzado la calificación máxima, ya que no cuentan con una diversidad alta. Ecuavisa, Gama TV y Ecuador TV cuentan con una variedad que oscila entre los cuatro o cinco tipos de programas, contando el resto de cadenas con menos tipologías con material audiovisual.

B2. *Origen*: el origen de los contenidos audiovisuales es casi en su totalidad –con la excepción de Ecuador TV– el material propio de la cadena. No obstante, Ecuador TV facilita información de otras procedencias, de ahí que haya obtenido mejor calificación.

B3. *Cobertura temporal*: al no ser realmente un archivo, ninguna de las cadenas van más allá de los cinco años de antigüedad en los contenidos facilitados, rango necesario para puntuar en este epígrafe. Algunos de ellos no ofrecen más allá de un mes, mientras que otras cadenas facilitan información de más antigüedad, aunque en ningún caso de más de cinco años, tal y como se ha mencionado.

B4. *Actualización*: la inmediatez es importante para los usuarios y debería serlo por tanto también para los gestores on-line. Teniendo en cuenta que los contenidos audiovisuales volcados en las web son en algunos casos realmente pobres en cuanto a su extensión y duración, todas las cadenas, salvo RTS, incluyen información de forma instantánea, con menos de 24 horas desde que se emitió por métodos tradicionales la producción audiovisual, por ello hemos de felicitarles.

B5. *Anuncios publicitarios*: al no ser realmente plataformas de difusión de contenidos, no incluyen publicidad durante la emisión de los mismos, lo que a todas luces es una buena noticia para la audiencia que visualiza los contenidos por la red. La tendencia global no es precisamente esa, sino a pasar publicidad también por este tipo de emisión, habida cuenta de que el consumo por medio de la red está aumentando de forma exponencial.

C. Sistema de consulta

C1. *Tipos de consulta*: las maneras en las que el usuario puede acceder a los contenidos audiovisuales es realmente importante, ya que de buenos sistemas de consulta se podrán recuperar la información de forma pertinente, exhaustiva y eficaz. Encontramos que Teleamazonas cuenta con motores de búsquedas simples y directas, así como por métodos avanzados. TC Televisión no cuenta con ningún sistema de búsqueda de información, mientras que la mayor parte de las cadenas

cuenta con una única forma de acceso a los contenidos (que no es la búsqueda avanzada).

C2. Lenguaje de interrogación: Ecuavisa y Gama TV cuentan con la opción de utilizar un operador booleano (“y” en un caso, y “o” en otro). No obstante es importante destacar que no lo señalan, por lo que el usuario debe interpretarlo a partir de los resultados obtenidos en diferentes consultas. El resto de cadenas no ofrece esta posibilidad.

C3. Recuperación por navegación: Ecuador TV, Ecuavisa y Gama TV ofrecen alguna opción de recuperar información atendiendo a categorías o ranking, como un listado por fechas, ranking de los más vistos, etc. Aunque tres de las cadenas analizadas no aportan ninguna de estas opciones. Sobre las tres cadenas mencionadas que sí lo utilizan, cabe indicar que no son sistemáticas y que no aportan todas las posibilidades existentes.

C4. Opciones de filtro: sólo Ecuavisa y, especialmente, Teleamazonas cuentan con la opción de filtrado de resultados en la consulta, e indicamos que especialmente Teleamazonas, derivado de la posibilidad que otorga en su búsqueda avanzada. En el resto de cadenas las opciones de refinado en la consulta son nulas.

C5. Ayuda: no existe ningún tipo de ayuda o de sección de preguntas frecuentes para acceder a los contenidos de la cadena (ni textual ni audiovisual) en ninguna de las entidades analizadas, lo que provoca que el usuario pueda encontrarse con dudas no resueltas en diferentes casos.

D. Presentación de resultados

D1. Gestión de resultados: solo Teleamazonas facilita la opción de algunos criterios de ordenación de los resultados, por fecha, por sección, etc. Todo ello derivado de las diferentes opciones con las que cuenta en su opción de búsqueda avanzada. El resto de medios no aportan dicha información en ninguno de sus formatos y opciones posibles.

D2. Campos visualizados de cada registro: solo Ecuavisa ofrece tres elementos como son el título, fecha y breve reseña temática. El resto de las cadenas se queda únicamente en dos (título, fecha o breve introducción).

D3. Agrupación de resultados por tipología de programas: nuevamente, sólo Teleamazonas facilita la opción de agrupar los resultados de la búsqueda atendiendo a algunos de los tipos de programas con los que cuenta (no todos). El resto de las cadenas analizadas no facilita dicha opción.

D4. Identificación de términos de búsqueda: Ecuavisa y Teleamazonas destacan tipográficamente en los resultados de la búsqueda los términos por medio del cual se ha interrogado a la base de datos de la web. El resto no es destacado. Cabe reseñar a Ecuavisa, emisora que destaca claramente los términos por medio de subrayado en amarillo, además de destacar tipográficamente el término.

E. Aspectos audiovisuales

E1. Información básica del audiovisual: todas las cadenas, a excepción de Ecuavisa, muestran un número promedio de información sobre los registros audiovisuales entre los rangos establecidos con puntuación 1. Todos ellos muestran el título así como una breve explicación o resumen; el resto de información dependerá de la cadena. Ecuavisa sí facilita información, pero no llega a los elementos necesarios para poder puntuar.

E2. Descripción del contenido: Ecuavisa, Gama TV y RTS muestran al menos dos de los elementos descriptivos del contenido del documento (resumen, transcripción del audio y etiquetas), el resto de ellas muestra uno, que es el título para identificar el contenido de los documentos.

E3. Opciones de visionado: en ninguna de las cadenas analizadas existe más opción de visionado que el ofrecido por defecto. En cierta manera puede parecer lógico si no existe una comercialización de la producción audiovisual de la cadena por la red. No obstante, sería recomendable facilitar diferentes opciones con el fin que siempre pudieran visualizarse los contenidos volcados por las cadenas.

E4. Calidad del visionado: ninguna cadena facilita la opción de ver el contenido audiovisual en más de un formato. Por lo tanto, todos obtienen la mínima calificación.

E5. Opciones de gestión del vídeo: sólo Ecuador TV, Ecuavisa y Gama TV puntúan en este apartado al ofrecer la opción de poder copiar y compartir los contenidos audiovisuales. El resto de cadenas no facilita dichas opciones.

E6. Enlaces relacionados: en ninguno de los casos, los enlaces están relacionados con las propias web de la cadena en sus secciones concretas. En el caso de contar con material audiovisual, recordamos que nuevamente es un volumen escaso, no facilita la retroalimentación de ir a la página de la serie, programa, etc.

5. Conclusiones

En primer lugar, queremos destacar que los resultados de este estudio corresponden a un momento determinado, a una “foto fija” realizada a las web de las principales televisiones ecuatorianas, y especialmente al método al cual ponen a disposición de sus espectadores contenidos audiovisuales.

Es importante destacar que los resultados de otros estudios no son comparables con los extraídos de éste, habida cuenta que la metodología está mucho más centrada en el análisis de archivos audiovisuales, realidad que no está presente en ninguna de las cadenas analizadas. Por lo tanto, aunque los resultados son bajos, cabe destacar que hemos sido muy benévolos en la puntuación de muchos de los epígrafes de la tabla de análisis, una vez que hemos analizado elementos (como motores de búsqueda) que aglutinan la recuperación de información audiovisual y muy especialmente de la información textual. A título orientativo, es preciso señalar que el estudio realizado con esta misma metodología (De Mon & Guallar,

2014) aporta una puntuación para las principales televisiones españolas (públicas y privadas) que oscila entre el 21 y 31 (sobre 46). Pero debemos tener claro que las cadenas españolas sí cuentan con archivos audiovisuales, no como el caso de las cadenas ecuatorianas, por lo que no es oportuna la comparación.

Debe quedar evidenciar la escasez de información audiovisual en las cadenas de televisión ecuatoriana, lo cual puede parecer raro desde el momento que la totalidad de las cadenas ya están trabajando en formato digital, por lo que el volcado a la web es sin lugar a dudas mucho más fácil.

La información audiovisual no está integrada dentro de un gran “estanco” que pudiera denominarse “archivo” o “videoteca”, y en algunos casos encontramos simplemente la opción de video, lo que no significa que no pueda encontrarse otra información en otras secciones. Este es el gran problema, que el material audiovisual está desperdigado por diferentes secciones, por ello hay que navegar por éstas para poder localizarlas.

Todo ello viene motivado por la falta de buenos motores de búsqueda, y de las opciones de búsqueda avanzada, que podrían simplificar enormemente la localización de información en el marco de las web de medios de televisión ecuatoriana.

La puntuación obtenida por las televisiones ecuatorianas es dispar dentro de lo bajo de la puntuación. Sobre un máximo de 46 puntos Ecuador TV ha conseguido 12 puntos; Ecuavisa, 16 puntos; Gama TV, 13 puntos; RTS, 7 puntos; Teamazonas, 15 y para finalizar TC Televisión, 7 puntos.

Estos resultados debieran ser revisados, y en cierta manera, ponderados atendiendo al porcentaje de material audiovisual existente en la red, por lo que respetando la metodología no se realizará, aunque volvemos a señalar la escasez de contenidos volcados que deriva en la falta de un archivo. Se ha podido identificar en la descripción de resultados el escaso porcentaje de material audiovisual que en bastantes casos no supone ni el 10% del material facilitado (ni hablemos del total de horas de la cadena). Ha de recordarse que se han analizado televisiones (obviamente de naturaleza audiovisual) por lo que tanta referencia textual, aunque sea con el aporte de fotografías, no ayuda mucho a la difusión de contenidos en una televisión. Está demostrado que las web de las cadenas de TV deben ofrecer información audiovisual, ya que para información textual con fotografías encontramos las web de prensa (que cada vez cuentan con mayor material audiovisual en su sitio web, encaminándonos hacia una hibridación en los medios).

Destacar el puntaje superior de Ecuavisa y Teamazonas (con 16 y 15 puntos respectivamente), un segundo grupo con Ecuador TV y Gama TV (con 12 y 13 puntos respectivamente), y las cadenas que menos esfuerzos realizan para volcar contenidos audiovisuales son RTS y TC Televisión (con siete puntos cada una de ellas). Todas ellas deben realizar grandes esfuerzos por volcar sus contenidos en la web, esfuerzos que se traducirán no sólo en mayor número de visitas sino en mayores audiencias, ya que parece demostrado la retroalimentación entre los dos métodos de difusión, lo cual está encarnado en su máxima expresión en la Televisión 2.0, aún por desarrollar en la República del Ecuador.

Referencias bibliográficas

- Abadal, E. (2006). *Mètodes i tècniques de recerca en Biblioteconomia i Documentació: fases de la recerca*. Recuperado de: <http://eprints.rclis.org/15722/2/2-%20Fases-alumnes.pdf>.
- Agirreazaldegí Berriozabal, T. (2007). Claves y retos de la documentación digital en televisión. *El profesional de la información*, 16:5 (septiembre-octubre 2007), 433-442. Recuperado de: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2007/septiembre/05.pdf>.
- Agirreazaldegí Berriozabal, T. (2011). La gestió de materials audiovisuals de programes informatius a les cadenes de televisió generalistes. *BiD: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació*, 26 (junio 2011). Recuperado de: <http://www.ub.edu/bid/26/agirreazaldegí1.htm>.
- Antón, L. & Guallar, J. (2014). Análisis de los archivos audiovisuales en Internet de las televisiones autonómicas españolas. *Revista española de documentación científica*, 37: 1. Recuperado de: <http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/viewArticle/836/1071>.
- Caldera-Serrano, J. (2006). Terminological control of "Anonymous Groups" for catalogues of audiovisual television document. *Journal of Librarianship and Information Science*, 38, 187-195. Recuperado de: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.116.9714&rep=rep1&type=pdf>.
- Caldera-Serrano, J. (2013). Metodología para el análisis de repositorio institucional de colecciones audiovisuales digitales. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 36, 209-219. Recuperado de: http://dx.doi.org/10.5209/rev_DCIN.2013.v36.42109.
- Caldera-Serrano, J. (2014). Realidad aumentada en televisión y propuesta de aplicación en los sistemas de gestión documental. *El profesional de la información*, 23:6, 643-650. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2014.nov.12>
- Caldera-Serrano, J. & Arranz-Escacha, P. (2012). *Documentación audiovisual en televisión*. Barcelona: Editorial UOC, 2012.
- Codina, L. (2000). Evaluación de recursos digitales en línea: conceptos, indicadores y métodos. *Revista Española de Documentación Científica*, 23:1, 9-44. Recuperado de: <http://redc.revistas.csic.es/index.php/redc/article/view/315/479>
- Codina, L. (2006). *Metodología de análisis y evaluación de recursos digitales en línea*. Barcelona: UPF, Área de Biblioteconomía y Documentación, Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual. Recuperado de: <http://www.lluiscodina.com/metodos/metodos2006.doc>.
- De Mon Martín, A. & Guallar, J. (2014). Análisis de las videotecas de las principales televisiones de España. *Cuadernos de Documentación Multimedia*, vol. 25, 69-89. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/CDMU/article/view/47472/44480>.
- Giménez-Rayó, M. (2007). *Documentación audiovisual de televisión: la selección del material*. Gijón: Trea.

- Giménez-Rayó, M. (2013). La documentación audiovisual en televisión en el mundo 2.0: retos y oportunidades. *Tripodos*, 31, 79-97. Recuperado de: http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/39
- Giménez-Rayó, M. & Guallar, J. (2014). Centros de documentación en televisión y productos documentales. *El profesional de la información*. 23:1, 13-25. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2014.ene.02>.
- Guallar, J. & Abadal, E. (2009). Evaluación de hemerotecas de prensa digital: indicadores y ejemplos de buenas prácticas. *El profesional de la información*. 18:3, 255-269. Recuperado de: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2009/mayo/02.pdf>.
- Guallar, J.; Abadal, E. & Codina, L. (2012a). Hemerotecas de prensa digital. Evolución y tendencias. *El profesional de la información*. 21:6, 595-605. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10760/18199>.
- Guallar, J.; Abadal, E. & Codina, L. (2012b). Sistema de análisis de hemerotecas de prensa digital. *Tripodos*. 31 37-64. Recuperado de: http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/37/22.
- Hidalgo Goyanes, P. (2005). La documentación audiovisual de las televisiones. La problemática actual y el reto de la digitalización. *Documentación de las ciencias de la información*, 28, 159-171. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/viewFile/DCIN0505110159A/19216>.
- Hidalgo Goyanes, P. (2013). Patrimonio audiovisual en televisión. En: Marcos Recio, Juan Carlos (coords.) *Gestión del patrimonio audiovisual en medios de comunicación*. Colección Ciencias de la información. Comunicación audiovisual; 18. Madrid: Síntesis, 2013, 53-82.
- López-de-Quintana, E. (2007). Transición y tendencias de la documentación en televisión: digitalización y nuevo mercado audiovisual. *El profesional de la información*, 16:5, 397-408. Recuperado de: <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2007/septiembre/01.pdf>.
- López-de-Quintana, E. (2014). Rasgos y trayectorias de la documentación audiovisual: logros, retos y quimeras. *El profesional de la información*. 23:1, 5-12. Recuperado de: <http://elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2014/enero/01.pdf>.
- Mendiguren Galdospin, T. (2010). Análisis comparativo de las páginas web de las televisiones locales de la comarca del Gran Bilbao. *Zer: revista de estudios de comunicación*. 15:29, 89-114. Recuperado de: <http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer29-05-Mendiguren.pdf>.
- Pérez Ribera, S. (2012). *Anàlisi dels serveis d'accés online al fons audiovisual de les televisions*. Directora: Luisa Tolosa Robledo. Projecte Fi de Carrera de la Llicenciatura en Documentació. Universitat Politècnica de València. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10251/16598>.
- Rovira Fontanals, C. (2007). Anàlisi i avaluació dels llocs web de televisions en català. *BiD: Textos Universitaris de Biblioteconomia i Documentació*. 18. Recuperado de: http://www2.ub.edu/bid/consulta_articulos.php?fichero=18rovir3.htm.

Información de los autores

Jorge CALDERA-SERRANO

jcals@alcazaba.unex.es

Profesor Titular de la Universidad de Extremadura (España) y doctorado por la Universidad de Salamanca (España). Es especialista en archivos televisivos y documentación audiovisual. En estos momentos se encuentra con una beca de investigación Prometeo. Cuenta con un centenar de publicaciones, más de veinte publicaciones en revistas indexadas en WoS y Scopus. Presente en el roster de expertos de la Unesco (oficina para la Ciencia de Uruguay). Miembro del grupo de investigación Scimago-Ex.

Roberto FREIRE ANDINO

rofreira@gmail.com

Profesor Titular de la Universidad Central del Ecuador en la Facultad de Comunicación Social (Facso) desde el año 2000. Ex-director de investigación y posgrado de la Facso. Máster en Investigación y Docencia de la Comunicación, Licenciado en Comunicación Social. Trabaja en los ámbitos de la sistematización de la investigación en comunicación, competencias mediáticas y televisión digital universitaria. Miembro de la red de investigación Alfamed.

Protestar é preciso: o MST e os “500 anos” do Brasil na imprensa portuguesa

Protesting is Necessary: Social Movement MST and the “500 years” of Brazil in the Portuguese Media

Protestar es necesario: el MST y los “500 años” de Brasil en la prensa portuguesa

Alexandre BARBALHO
Universidade Federal da Bahia

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 128, abril - julio 2015 (Sección Informe, pp. 287-300)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 11-02-2015 / Aprobado: 03-03-2015

Resumo

O artigo analisa a presença do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra na cobertura da imprensa portuguesa sobre as comemorações dos 500 anos do Brasil. O que se busca apreender é se e como o Movimento conseguiu pautar essa referida imprensa. A pesquisa foi realizada em quatro jornais diários (*Público*, *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias* e *Jornal de Notícias*), um jornal semanal (*Expresso*) e uma revista semanal (*Visão*). Foram objetos de análise as peças jornalísticas que, não se restringindo à descrição dos acontecimentos, proporcionaram acesso a discursos e posições de sujeito do e sobre o MST. Para a análise do material, recorreu-se ao aporte teórico-metodológico da Teoria do Discurso.

Palavras-chave: movimento social; imprensa; discurso; nação; Brasil; Portugal.

Abstract

This paper analyzes the presence of the social movement called Movimento de Trabalhadores Rurales Sin Tierra (MST) in the Portuguese press coverage for the celebration of the 500th anniversary of Brazil. In this essay, its author seeks to understand how this social movement can —if it can— give some guidelines to the press. The survey was conducted in four daily newspapers (Public, Correio da Manhã, Diário de Notícias and Jornal de Notícias), a weekly newspaper (Expresso), and a weekly magazine (Visão). The journalistic articles that were not limited to the description of events were explored, thus allowing access to speeches and subject positions of MST. For the analysis of materials, theoretical and methodological support of the Theory of Speech was used.

Keywords: social movement; media; speech; nation; Brazil; Portuguese.

Resumen

El artículo analiza la presencia del Movimiento de Trabajadores Rurales Sin Tierra (MST) en la cobertura de la prensa portuguesa sobre las celebraciones de los 500 años del Brasil. Lo que se busca entender es si y cómo el Movimiento puede pautar la referida prensa. La encuesta se realizó en cuatro diarios (*Público*, *Correio da Manhã*, *Diário de Notícias* e *Jornal de Notícias*), un periódico semanal (*Expresso*) y una revista semanal (*Visão*). Fueron objeto de análisis las piezas periodísticas que no se limitaron a la descripción de los hechos, posibilitando así el acceso a los discursos y a las posiciones de sujeto del MST. Para el análisis de los materiales, se utilizó el soporte teórico y metodológico de la Teoría del Discurso.

Palabras clave: movimiento social; prensa; discurso; nación; Brasil; Portugal.

1. Introdução

Os movimentos sociais brasileiros passaram por importantes transformações ao longo dos anos noventa, resultado de fatores internos à realidade do país, mas também por questões advindas da intensificação do processo que se pode denominar de globalização do neoliberalismo –entendendo que ambos os fatores (internos e externos) estão profundamente imbricados.

Com as eleições diretas para a presidência da República em 1989, estabeleceu-se por fim o processo democrático, e o poder constituído passou a ser visto pelos movimentos não apenas como um adversário mas, na maioria das vezes, como um parceiro. Esse contexto, por um lado levou a uma necessária relação entre os movimentos sociais e o Estado. Segundo Ruth Cardoso (1994) e Maria da Glória Gohn (2007), as políticas integradoras demandaram interlocações entre ambos os agentes, o que levou a uma institucionalização dos primeiros por meio, principalmente, da criação de organizações não-governamentais (ONGs) que se tornaram parceiras privilegiadas do poder público.

Por outro, ampliou as noções de política e de cidadania no reconhecimento não apenas dos direitos individuais, mas também coletivos. Evelina Dagnino (1994) aponta três dimensões principais deste processo de constituição de uma “nova cidadania”. A primeira é a sua ligação concreta com os movimentos sociais já citados e suas lutas por direitos coletivos. A segunda dimensão é a experiência e a prática de tais movimentos na construção da democracia e, ao mesmo tempo, de sua ampliação e aprofundamento.

Por fim, a construção democrática e a transformação social promovidas pelos movimentos sociais afirmam um “nexo constitutivo” entre a cultura e a política ao reivindicar determinadas características da sociedade contemporânea, como o papel da subjetividade e a conseqüente emergência de novos sujeitos e direitos sociais. Ampliando o espaço do político, a nova cidadania “reconhece e enfatiza o caráter intrínseco e constitutivo da transformação cultural para a construção democrática” (Dagnino, 1994, p. 104), ou seja, a dimensão propriamente simbólica (cultural e comunicacional) da cidadania.

A nova cidadania se contrapõe à herança do autoritarismo, que não se restringe às relações políticas institucionais, mas como observa Chauí (2000), se faz presente no poder microfísico das relações sociais (hierarquias de classe, de gênero, de geração, étnicas, etc.). Contudo, o fortalecimento do projeto liberal ao longo dos anos noventa favoreceu ao estabelecimento daquilo que Dagnino (2005) denomina de “confluência perversa” entre o projeto democrático e aquele defendido pelo neoliberalismo. O primeiro investe na ampliação da democracia com a constituição de novos espaços públicos e a participação da sociedade civil na definição, execução e controle das políticas públicas. O segundo defende o Estado mínimo, não apenas no setor produtivo, mas inclusive na promoção de direitos coletivos, nas responsabilidades sociais e na transparência de suas ações.

Apesar de ambos os projetos serem distintos e até antagônicos, o que seria interessante para garantir a pluralidade de opções como convém a uma democracia pluralista (Mouffe, 1996; 2009), o projeto neoliberal escamoteia seu ideário ao apropriar-se e ressignificar alguns sentidos da nova cidadania que foram construídos e defendidos com muita dificuldade ao longo das últimas décadas pelos movimentos sociais. É esta apropriação e ressignificação que devemos entender por “confluência perversa”.

Há, portanto, uma crise discursiva que caracteriza os movimentos sociais e de esquerda, uma vez que o projeto político da democracia pluralista e o da democracia neoliberal recorrem a noções comuns (sociedade civil, participação, cidadania, democracia), mas com significados e sentidos diferentes. Essa pretensa comunidade discursiva acaba por camuflar os antagonismos entre ambos os projetos, para benefício do segundo. A exposição do conflito, por outro lado, demonstraria exatamente o que está em jogo: “uma disputa político-cultural entre distintos desenhos de sociedade e os respectivos setores sociais neles empenhados” (Dagnino, 2005, p. 61).

É nesse momento de intensas disputas sobre os sentidos possíveis de cidadania que o Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem-Terra (MST) se transforma no maior movimento social do país. Na avaliação de Raquel Bertol, “nunca, no Brasil, um movimento de cunho social conseguiu firmar-se de forma tão organizada e sólida quanto o dos sem-terra brasileiros. Ao longo dos anos 1990, o país assistiu ao fenômeno sem-terra” (Bertol, 2003, p. 04).

Contrapondo-se à “confluência perversa”, o MST se afirma tensionando os antagonismos, tanto com os grandes proprietários, reunidos em torno da União Ruralista Brasileira (UDR), recriada em 1996, quanto com o governo federal. Naquele momento, como avalia João Pedro Stédile (2012), um dos fundadores do MST, a presidência de Fernando Henrique Cardoso (FHC) procurou deslegitimar o Movimento ao defender, por um lado, que não havia problema agrário no Brasil. Assim, o tema era tratado de forma assistencialista por meio da “Comunidade Solidária” e não dentro da redefinição da estrutura fundiária do país.

Por outro, ao avaliar que o apoio social que o MST conquistou não seria resultado do reconhecimento das reivindicações dos trabalhadores sem-terra, mas de sua propaganda e da lógica da “invasão” como “marketing político”. Diante dessa avaliação, adotou um contra-discurso em relação à reforma agrária e ao Movimento que respondia à “necessidade do governo de dar a resposta em propaganda” (Stédile & Fernandes, 2012, p. 144) às ações dos sem-terra.

Contudo, segundo Gohn (2007), tal estratégia não se mostrou vitoriosa, pois o MST não só conseguiu impor a reforma agrária na agenda governamental, como conquistou o apoio de amplas parcelas da sociedade brasileira, como comprovaram pesquisas de opinião pública feitas na época, e de instituições internacionais. Este contexto possibilitou novas “oportunidades políticas” para o Movimento que soube aproveitá-las de modo eficiente, como exemplifica a “Marcha Nacional por Reforma Agrária, Emprego e Justiça”, ocorrida em 1997.

Outra dessas oportunidades foi as manifestações do MST, em parceria com diversos movimentos sociais, em particular com o indígena, nas comemorações dos “500 anos” do Brasil, em abril de 2000. Aquele tornou-se um momento estratégico para dar visibilidade às reivindicações do Movimento e fazer uma disputa discursiva sobre a compreensão do que seria a nação brasileira, posto que a imprensa nacional e internacional, em especial a portuguesa, cobriu a série de eventos relativos à data comemorativa (Neves, 2005).

O objetivo desse artigo é analisar a presença do MST na cobertura da imprensa portuguesa sobre as comemorações dos “500 anos” do Brasil¹. O que se busca apreender é se e como o Movimento conseguiu pautar essa referida imprensa, levando em consideração a visibilidade que alcançou na mídia internacional ao longo da década de noventa. Terá garantido, ainda que contingencialmente, na articulação discursiva com outros movimentos sociais, nomeadamente o indígena, uma cobertura favorável às suas reivindicações, próprias à nova cidadania? Ou tal cobertura não conseguiu fugir dos parâmetros discursivos e hegemônicos promovidos pela confluência perversa que leva, inclusive, à criminalização dos movimentos? Tal abordagem se justifica diante da reduzida literatura que trata dessa cobertura (da mídia internacional sobre o MST) e da importância de compreender os movimentos sociais, no caso do MST, no contexto de seu alcance global (Cabo, 2008).

A pesquisa foi realizada em quatro jornais diários (Público, Correio da Manhã, Diário de Notícias e Jornal de Notícias), um jornal semanal (*Expresso*) e uma revista semanal (*Visão*), sendo que todas as publicações estão sediadas em Lisboa, com exceção do *Jornal de Notícias*, com sede na cidade do Porto. Constituíram o *corpus* inicial toda peça jornalística que fez referência ao MST, mesmo não sendo ele o tema central.

Foram identificadas 29 peças jornalísticas assim distribuídas: *Público* – 01 artigo de opinião e 04 matérias; *Correio da Manhã* – 05 matérias e 01 chamada de primeira página; *Diário de Notícias* – 04 matérias, 01 chamada de primeira página e 01 crônica; *Jornal de Notícias* – 04 matérias, 01 chamada de primeira página e 01 artigo de opinião; *Expresso* – 03 matérias e 01 artigo de opinião; *Visão* – 01 matéria e 01 artigo de opinião. Contudo somente foram objeto de análise aquelas que, após uma leitura avaliativa, não se restringiram à descrição dos acontecimentos e proporcionaram o acesso a discursos e posições de sujeito do e sobre o MST. Para a análise do material, recorreu-se ao aporte teórico-metodológico da Teoria do Discurso apresentada a seguir.

1 A pesquisa que dá suporte a este artigo faz parte de estágio pós-doutoral realizado pelo autor entre setembro de 2013 e agosto de 2014 na Universidade Nova de Lisboa com Bolsa CAPES/Estágio Sênior processo 3989-13-5.

2. Metodologia: Teoria do Discurso, hegemonia e antagonismo

A Teoria do Discurso desenvolvida por Laclau & Mouffe (2010) resulta do entendimento que os autores têm sobre a hegemonia, na medida em que esta opera em um movimento estratégico complexo de negociação entre discursos contraditórios. Trata-se de um conceito [hegemonia] dominado pela categoria de articulação que pressupõe precisamente especificar a identidade dos elementos articulados. A articulação é uma prática e não um complexo relacional dado, o que implica que articula e/ou recompõe elementos de alguma forma separados.

Dessa maneira, não existe esse espaço suturado denominado de “sociedade”, uma vez que o “social” não tem uma essência. Para a articulação, trata-se de relações contingenciais que é preciso determinar. Como observam os autores, “um conjunto de elementos aparecem fragmentados ou dispersos somente desde o ponto de vista de um discurso que postule a unidade entre os mesmos” (Laclau & Mouffe, 2010, p. 132-133), de modo que não é possível falar de fragmentação de fora da formação discursiva, entendida aqui como uma prática articulatória que constitui e organiza as relações sociais.

Na perspectiva aberta por Althusser em *Pour Marx*, com a qual dialogam Laclau & Mouffe, a sociedade e seus agentes não possuem qualquer essência e as regularidades são formas relativas e precárias de fixação que acompanham a instauração de certa ordem e o caráter sobredeterminado das relações sociais. Trata-se da crítica a toda fixação e, ao mesmo tempo, da afirmação da abertura, da incompletude e da dimensão política das construções identitárias.

É no âmbito desse debate que Laclau & Mouffe denominam de articulação a “toda prática que estabelece uma relação tal entre elementos, que a identidade destes resulta modificada como resultado desta prática”. Por sua vez, discurso é entendido como “a totalidade estruturada resultante da prática articulatória” (Laclau & Mouffe, 2010, p. 142-143). No que diz respeito à coerência de uma formação discursiva, esta se dá como a regularidade na dispersão. Entendimento que é bem próximo daquele estabelecido por Foucault em *A arqueologia do saber*, onde o princípio unificador de tal formação é a dispersão governada por regras e pelas condições de existência dos elementos dispersos.

No que diz respeito à dimensão do discurso, Laclau & Mouffe sustentam a ideia de que não existem práticas discursivas e não-discursivas, uma vez que nenhum objeto se dá fora da superfície discursiva. Vinculado a esse *parti pris*, temos a afirmação do caráter material do discurso. Por sua vez, tal materialidade não encontra a sua unidade na experiência ou na consciência de um sujeito fundante –uma vez que o discurso tem uma existência objetiva e não subjetiva–; muito pelo contrário, o que se encontra são diversas posições de sujeito dispersas na formação discursiva.

Para Laclau & Mouffe, a totalidade discursiva e sua lógica não se impõem sem qualquer limitação. O seu limite é a existência de outros discursos. O exterior de um discurso é um outro discurso que cria as suas condições de vulnerabilidade.

Todo discurso está sujeito a desestabilizações de seu sistema de diferenças como resultado da atuação de outras articulações discursivas que atuam fora dele. Assim, uma formação discursiva não existe como uma positividade dada e delimitada e, como já foi dito, sua lógica relacional é incompleta e afetada pela contingência. Também não se constitui uma identidade social protegida do exterior discursivo que a deforma e impede sua plena sutura. É nesse jogo que o social se constitui e as identidades que nunca estão fixadas plenamente formam o campo da sobre-determinação.

Nem fixação, nem não fixação absolutas. No caso da não fixação, Laclau & Mouffe observam que o discurso, entendido como um sistema de identidades diferenciais, só é possível como limitação parcial de um excesso de sentido que o subverte. Ora, esse excesso, inerente a toda situação discursiva, é o terreno de constituição da prática social e que os autores denominam de "campo da discursividade". A impossibilidade de fixação absoluta implica em fixações parciais que permitem o fluxo das diferenças, pois para diferir e subverter o sentido tem que haver um sentido. Se o social não consegue se fixar em termos de uma sociedade, ele só existe, paradoxalmente, como esforço para constituir esse objeto impossível.

Com essa compreensão, toda prática social é, em alguma de suas dimensões, articulatória, pois não é o momento interno de uma totalidade autodefinida, nem a expressão de algo adquirido ou subsumida ao princípio da repetição, mas a construção de novas diferenças. Sendo toda posição de sujeito uma posição discursiva, ela participa do caráter aberto do discurso e, portanto, não se deixa fixar totalmente em um sistema fechado de diferenças. Daí que, "se toda posição de sujeito é uma posição discursiva, a análise não pode prescindir das formas de sobre-determinação de umas posições por outras" (Laclau & Mouffe, 2010, p. 156-157).

A categoria de sujeito encontra-se marcada, então, pela sobre-determinação da identidade discursiva em sua polissemia, ambiguidade e incompletude. Dito de outra forma, a subjetividade do agente conforma-se pela mesma ausência de sutura que sofre qualquer outro ponto da totalidade discursiva da qual faz parte. Por conta da ausência de uma sutura última e, ao mesmo tempo, pelo fato das posições de sujeito não se consolidarem como posições separadas na dispersão é que ocorre o jogo da sobre-determinação e a articulação hegemônica na tentativa de alcançar a totalidade impossível, pois sempre deferida.

O limite da objetividade na forma discursiva é o antagonismo. No antagonismo, o Outro marca a existência do Eu de modo que impede este de ser totalmente ele mesmo. Não se trata de relações entre identidades plenas, posto que elas são uma impossibilidade. Como situam Laclau & Mouffe, "na medida em que há antagonismo, eu não posso ser uma presença plena para mim mesmo", de modo que "o antagonismo constitui os limites de toda objetividade –que se revela como *objetivação*, parcial e precária–" (Laclau & Mouffe, 2010, p. 168). O antagonismo é uma relação que mostra os limites de toda objetividade e, nesse sentido, é também a "experiência" do limite do social.

A questão das práticas articulatórias remete direto à da hegemonia, posto que é no campo daquelas que esta emerge, onde as práticas são elementos não cristalizados em momentos. Em um sistema de identidades fixas não há possibilidades para práticas hegemônicas, nem onde as diferenças excluem qualquer significado flutuante há espaço para articulações. A hegemonia e suas articulações, para acontecerem, necessitam do social aberto e incompleto. Nesse contexto, a reprodução social se defronta com condições em constante mudança o que repõe, a todo momento, novos sistemas de diferenças e, por consequência, novas articulações.

3. Manifestar é preciso: análise do *corpus* empírico

A partir do que foi explanado, compreende-se que a pluralidade e as identidades dos movimentos sociais dependem de condições sociais e políticas precisas garantidas apenas por meio de lutas hegemônicas mais amplas. Os movimentos sociais como sujeitos políticos estão submetidos à flutuação de seus significantes, portanto o contexto que permitiu suas condições discursivas pode ser subvertido. Assim, entendendo a cobertura da imprensa portuguesa sobre as comemorações dos “500 anos” como um campo discursivo, interessa perceber quais as posições de sujeito ocupadas pelo MST, no processo complexo de negociação entre discursos antagonônicos estabelecidos pelos jornais e revista pesquisados.

Helenice Silva (2002) observa como as comemorações oficiais e oficiosas² em torno dos “500 anos” procurou funcionar como um dispositivo para celebrar o acontecimento a partir da idealização de uma memória e uma identidade nacionais (repletas de silêncios e não-ditos) visando um consenso social. Para tanto, buscou-se estabelecer a “cordialidade” como paradigma da “brasilidade”, de modo a colocar no esquecimento os conflitos que ocorreram na formação do país. Como diria José Honório Rodrigues (1985), prevaleceu a versão incruenta da história do Brasil no seu “aniversário de 500 anos”.

Nos discursos do presidente FHC sobre os “500 anos”, analisados por Kelly Silva (2003), o Brasil é a “terra da solidariedade” onde não há espaço para antagonismos e embates. Sobre estes, portanto, paira um deliberado esquecimento que ignora as diferentes posições de sujeito na construção nacional. Com essa articulação discursiva, o presidente simplifica a história fixando-a em dois momentos: o da criação dos mitos fundadores da nacionalidade e o contemporâneo conformado pelas ações de seu governo.

Contudo, as comemorações não conseguiriam evitar o antagonismo e a emergência dos discursos que se queria silenciados. O MST e os demais movimentos sociais conseguiram produzir frechas na cobertura midiática (Herschmann & Pe-

2 Destaca-se, entre as campanhas oficiosas dos “500 anos”, aquela promovida pela Rede Globo e pela Fundação Roberto Marinho. Para uma análise das diversas iniciativas em comemoração ao V Centenário, inclusive comparando com aquelas que ocorreram durante o IV Centenário ver Oliveira (2000).

reira, 2000) e, como situa Silva, alterar a “performance” do presidente que teve que incluir, pela primeira vez, nos seus discursos inseridos no contexto dos “500 anos, “as relações de poder que permearam a construção da nação” (Silva, 2003, p. 151).

Os movimentos sociais agrupados em torno das manifestações “Brasil: outros 500” conseguiram romper com a tentativa de fixar os sentidos consensuais em torno da Nação e desestabilizar o momento dos festejos. Sua prática articulatória atuou como limite do discurso oficial e oficioso. Dessa forma, tanto o governo federal quanto a mídia, inclusive a portuguesa, tiveram que incorporar as posições de sujeito dos movimentos. Percebe-se, assim, o jogo discursivo com o qual o social se constitui e que impede a fixação plena das identidades.

No caso específico do MST, no semanário Expresso, a matéria “Sem-terra estragam a festa”, publicada em 21 de abril, assinada por Isa Freaza, informa sobre o “nervosismo” entre os organizadores dos festejos posto que o MST começou “a promover invasões em todo o país para estragar a festa”. Mesmo quando o Movimento é uma fonte citada, a construção discursiva situa-o como invasor. “Os 500 anos para nós vão ser de ocupação de latifúndios”, defende Gilberto Ponte, um de seus coordenadores. Logo em seguida, vem a “reação indignada” do ministro do Desenvolvimento Agrário: “O modo de agir do MST é antidemocrático e fascista. A sua motivação é apenas política”. Há ainda o temor das autoridades com a “ressonância externa das invasões”, pois “Tudo o que o MST faz tem repercussão lá fora”, afirma o senador governista Paulo Souto.

Na matéria “Brasil triste”, do dia 29 de abril, o MST é qualificado de “radical” e apresentado como um movimento criminoso. A única fonte citada é o ministro do Desenvolvimento Agrário que diz que sua “paciência acabou” em relação ao Movimento. “A partir de agora”, afirma o ministro, “quem destruir prédios do Governo ou sequestrar funcionários públicos vai responder por estes crimes”.

No seu artigo de opinião na revista Visão, intitulado “Comemorar para o futuro”, José Carlos de Vasconcelos afirma que as reivindicações dos indígenas são pertinentes, mas que foram, os seus protestos, “amplificados, aproveitados e também ‘deformados’ por forças políticas mais radicais e pelo muito ativo Movimento dos Sem-Terra”.

A matéria intitulada “Alta tensão em Porto Seguro”, publicada no Público em 21 de abril e assinada por Mário Negreiros, posiciona os manifestantes indígenas, mas, principalmente, os sem-terra, como “baderneiros” que ameaçam a autoridade de um governo eleito democraticamente. Promovendo “vandalismos” e “invasões”, o MST estaria se afastando da “legalidade” e perdendo, inclusive, o apoio de aliados. A construção discursiva recorre apenas a fontes ligadas ao governo federal: o próprio presidente da República e o seu porta-voz.

Contudo, a iminência e a amplitude das manifestações, que esperam reunir cerca de dez mil pessoas, entre sem-terra, indígenas, movimento negro, desempregados e sindicalistas, revelam um excesso de social e provocam um efeito de sobreposição. Desse modo, o jornalista já citado do Público, não pode deixar de posicionar o MST como um sujeito privilegiado do discurso na matéria intitulada-

da “Vigilância apertada nos acessos a Porto Seguro”, publicada no dia seguinte (22 de abril). Walmir Assunção e Lúcia Barbosa, identificados como líderes do Movimento, são as únicas fontes citadas. O teor da matéria é sobre a dificuldade do MST em chegar ao local dos festejos oficiais que irão reunir os presidentes do Brasil e de Portugal, entre outros convidados, posto que barreiras policiais ao longo das estradas devem barrar o acesso dos sem-terra. Citado no texto, Assunção se pergunta “por quê essa prevenção toda em relação ao MST” e garante que “as manifestações de protesto vão acontecer, pacificamente, em lugares diferentes das cerimônias oficiais”.

A articulação dos movimentos sociais em manifestações contra os festejos oficiais, que é também uma articulação discursiva, desestabilizou, como foi dito, o discurso governamental que se viu pautado pelas reivindicações dos manifestantes. Segundo informa a matéria “Virar a página da exclusão na história do Brasil”, também do Público, publicada em 23 de abril, “Paradoxalmente foi para esses excluídos [militantes do MST e representantes do movimento dos ‘Outros Quinhentos’] que FHC discursou. O presidente “pediu também que a sociedade brasileira ouça a ‘mensagem mais importante que a voz dos excluídos’ proclama, pois ‘eles anunciam que chegou o momento de virar a página da exclusão na história do Brasil’”. Especificamente sobre o MST, afirmou que “a presença deles traz a lembrança incômoda, mas necessária, de que a concentração da propriedade da terra continua a determinar a exclusão de milhões de brasileiros”.

Na avaliação do Público, o presidente optou por “apaziguar a tensão social”, orientando seu discurso para os problemas do país secundarizando o tema dos 500 anos. Uma estratégia discursiva determinada, reconhece o jornal, pela pressão dos movimentos sócias. Nesse sentido, é sintomático o artigo de opinião de Miguel de Almeida, “Comemorar o futuro”, que, ao tratar dos mitos que envolvem as comemorações (democracia racial, miscigenação feliz, lusotropicalismo, etc.), tanto do lado brasileiro, quanto do português, aponta o surgimento de “interessantes” movimentos na sociedade civil (MST, movimento negro, indígenas), com os quais “os grupos subalternizados têm vindo a construir identidades que são alavancas da contestação social e política”.

No Correio da Manhã, a matéria “Nau Capitânia falta a grande espetáculo”, publicada em 21 de abril, e assinada por Carlos Ferreira, posiciona os sujeitos “MST” e “índios” como manifestantes legítimos, pois “Se ‘navegar é preciso’, como diz a canção, protestar também”. Especificamente sobre os sem-terra, Ferreira informa que, reunidos “aos milhares”, têm protestado em todo o estado da Bahia. Os protestos de “contra-comemorações”, diz o porta-voz do Movimento, citado na matéria, é “contra cinco séculos de exploração dos índios, dos negros e dos trabalhadores brasileiros”.

O título da matéria do *Correio da Manhã*, “A gente aqui divide o pão e o feijão”, escrita por Fernanda Cachão e publicada no dia 22 de abril, é um trecho do depoimento de Maria Florinda, uma dos militantes sem-terra que ocuparam o Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA), nomeado pelo

jornal como a “‘casa’ da reforma agrária”. Outra fonte citada pela jornalista é de Jalizo Sena, identificado como líder dos ocupantes e quem “deve falar” em nome do grupo. Como fala autorizada, Sena afirma: “A gente só quer terra para que possamos trabalhar juntos”. Sobre os festejos diz que o que os sem-terra fazem “não é festejar, mas sim protestar. A classe trabalhadora não está satisfeita porque vê fome, miséria, prostituição. Nos não concordamos com os 500 anos de tragédia. Para se fazer uma festa dessa, o Brasil tinha de melhorar”.

Em matéria coordenada publicada no mesmo dia, “Reforma agrária em curso”, percebe-se mais uma vez como os protestos do MST conseguiram pautar o discurso do presidente. Em entrevista ao diário francês *Le Figaro*, citado pelo *Correio da Manhã*, FHC afirma que o governo brasileiro está efetuando um reforma agrária “sem precedentes” e que o sem-terra “não dizem que o meu governo está a efetuar, sob pressão deles, mas com eles, uma reforma sem precedentes”.

O *Diário de Notícias*, na matéria “Militares em alerta para apoiar a polícia”, ao recorrer a fontes oficiais, fala na “radicalização das manifestações” anunciadas pelo MST, indígenas, movimento negro e “associações de esquerda”. O presidente afirma, por meio de seu porta-voz, que não é “contra as manifestações pacíficas em democracia, mas o Movimento dos Sem-Terra caminha para a ilegalidade. É preciso não ultrapassar o limite que separa a democracia da desordem”. Por sua vez, o seu chefe do gabinete militar diz “estar muito preocupado com a radicalização dos sem-terra” e que “Todos os brasileiros deverão estar inquietar-se com esta radicalização”. Por meio desses discursos, o MST é posicionado como um movimento que atua no limite da legalidade e que promove o antagonismo.

Contudo, quando o jornal recorre aos discursos produzidos pelo MST, há uma sobredeterminação de posições que imprime uma ambiguidade ao texto. Assim, qualifica-se, em matéria de primeira página “Protesto brasileiro espera Jorge Sampaio”, no dia 16 de abril, o MST como “poderoso”. E informa, em matéria do mesmo dia com título e subtítulo “‘Campo de batalha’ aguarda Sampaio. Índios e Movimento dos Sem-Terra preparam série de protestos para coincidirem com as comemorações em Porto Seguro”, que o MST tem “executado todas as manifestações possíveis para perturbar o clima de festa”. O MST é citado como fonte por meio de um de seus coordenadores, Valmir Assunção. Diante do aparato de segurança em torno dos festejos em Porto Seguro, onde estarão os presidentes brasileiro e português, Assunção afirma que dificilmente o governo impedirá a chegada dos sem-terra ao local das comemorações e nega que o Movimento queira causar distúrbios: “Não temos a intenção de perturbar a festa de Fernando Henrique Cardoso. Vamos estar em espaços diferentes”.

Na matéria “Desembarque policial”, do *Jornal de Notícias*, de 23 de abril, as duas fontes citadas a falarem explicitamente do MST foram o presidente FHC, que qualifica o Movimento de “caráter fascista” que “degenera em desordem”, e o porta-voz da polícia de Porto Seguro que previne: “Só se não tiverem foices e facas de mato, os sem-terra poderão passar as barreiras da polícia”. Na matéria “Sampaio apela à conciliação”, mais uma vez, a fonte privilegiada para posicionar

discursivamente o MST é a do presidente FHC em seu discurso. Advertindo contra os “métodos” usados pelo Movimento, afirma que os protestos dos negros e sem-terra “São ecos do passado escravista, oligárquico e patriarcal que, até hoje, pesa sobre a sociedade brasileira”. Mas discorda do “teor ‘antidemocrático do discurso e das formas violentas de ação induzidas por alguns líderes desse movimento”.

Contudo, o artigo de opinião de Fernando Antunes, “A herança de Pedro”, publicado em 21 de abril no mesmo jornal, comenta que com a ideia de se comemorar os 500 anos da chegada de Pedro Álvares Cabral no Brasil, “desenterram-se os machados de guerra e as movimentações tornam-se incontroláveis: eles são os sacrificados e perseguidos Sem-Terra, que estão a ocupar fazendas no interior do Rio de Janeiro; eles são os índios pataxós, que sempre desconfiaram da nossa ‘brandura de costumes”’. Mais uma vez, o resultado da articulação entre os movimentos desestabiliza o discurso oficial da cordialidade e do consenso.

4. Conclusões

A análise da cobertura da imprensa portuguesa, através do corpus selecionado, levou em consideração, como dito na introdução, o caráter cultural e comunicacional da nova cidadania. Assim, interessou perceber como o MST, junto com outros movimentos sociais, disputaram com o governo federal e a mídia os sentidos acerca dos “500 anos” do Brasil. Contrapondo-se à noção de uma sociedade democrática, porém cordial e pacífica, os movimentos impuseram uma outra agenda, marcada pelos antagonismos que perpassam a sociedade brasileira. Conseguiram também se posicionar como sujeitos de um projeto político-cultural alternativo diante da crise discursiva provocada pela confluência perversa e sua pretensa comunidade de sentidos.

Dessa forma é que o MST não apenas pautou a imprensa portuguesa, como, no geral, a cobertura posicionou o Movimento e suas reivindicações como legítimas. Ainda que exista o tom de criminalização e seja mesmo hegemônico no semanário Expresso e na revista Visão, o que se percebe é a polissemia e a ambiguidade no conjunto dos discursos no campo em estudo, marcado pelo excesso de social e sua decorrente sobredeterminação de identidades discursivas.

Portanto, o antagonismo exposto pelo MST e demais movimentos funcionou como o limite do discurso oficial do governo e do discurso oficioso da imprensa. Se o Movimento é posicionado, por exemplo, como “invasor”, “fascista”, “anti-democrático” e “radical”, também se impõe como a voz dos excluídos pelas grandes propriedades de terra que deve ser escutada, inclusive pelo poder público; como um grupo subalternizado que constrói sua identidade na contestação sócio-política e cultural; como manifestante legítimo contra séculos de exploração. Enfim, as contra-comemorações do MST e demais movimentos conseguiram “perturbar a festa”, contrapondo-se à identidade nacional baseada no consenso e ao esforço de silenciamento dos antagonismo por parte das comemorações.

Referências bibliográficas

- Bertol, R. (2003). Como os sem-terra se inventaram pela mídia: a novidade social nos anos 90. *Revista Estudos Históricos*, 31 (1), 03-23.
- Cabo, A. I. (2008). *Os novos movimentos sociais e os media: os movimentos antiglobalização nas páginas do Público*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Cardoso, Ruth. (1994). A trajetória dos movimentos sociais. Em E. Dagnino. (Ed.), *Anos 90: Política e sociedade no Brasil* (pp. 81-90). São Paulo: Brasiliense.
- Chauí, M. (2000). *Brasil. Mito fundador e sociedade autoritária*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- Dagnino, E. (2005). Políticas culturais, democracia e projeto neoliberal. *Revista Rio de Janeiro*, 15, 45-66.
- Dagnino, E. (2004). Sociedade Civil, participação e cidadania: do que estamos falando? En D. Mato (Ed.) *Políticas de ciudadanía y sociedad civil en tiempos de globalización* (pp. 95-110). Caracas: FACES, Universidad Central de Venezuela.
- Dagnino, E. (1994). Os movimentos sociais e a emergência de uma nova cidadania. En E. Dagnino. (Ed.) *Anos 90: Política e sociedade no Brasil* (pp. 103-118). São Paulo: Brasiliense.
- Gohn, M. G. (2007). *Teorias dos movimentos sociais. Paradigmas clássicos e contemporâneos*. São Paulo: Loyola.
- Herschmann, M. & Pereira, C. A. M. (2000) E la nave va... As celebrações dos 500 anos no Brasil. *Revista Estudos Históricos*, 26 (14), 203-215.
- Laclau, E. & Mouffe, C. (2010). *Hegemonía y estrategia socialista. Hacia una radicalización de la democracia*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Mouffe, C. (2009). *The democratic paradox*. Londres: Verso.
- Mouffe, C. (1996). *O regresso do político*. Lisboa: Gradiva.
- Neves, J. M. V. (2005). Porque o samba é filho da dor (a comemoração dos 500 anos do "descobrimento" do Brasil e a opinião na imprensa portuguesa). *Dialogia*, 4, 101-113.
- Oliveira, L. L. (2000). Imaginário histórico e poder cultural: as comemorações do Descobrimento. *Revista Estudos Históricos*, 26 (14), 183-202.
- Rodrigues, J. . (1985). *História viva*. São Paulo: Global.
- Silva, H. R. (2002). "Rememoração"/comemoração: as utilizações sociais da memória. *Revista Brasileira de História*, 44(22), 425-438.
- Silva, K. C. (2003). A nação cordial: uma análise dos rituais e das ideologias oficiais de "comemoração dos 500 anos do Brasil". *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 51(18), 141-194.

Información del autor

Alexandre BARBALHO

alexandrealmeidabarbalho@gmail.com

Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia com estágio pós-doutoral em Comunicação na Universidade Nova de Lisboa. Professor dos Programas de Pós-Graduação em Políticas Públicas da Universidade Estadual do Ceará e em Comunicação da Universidade Federal do Ceará. Brasil, Fortaleza.

Comunicación masiva: discurso y poder

Jesús MARTÍN-BARBERO

Editorial: Ediciones CIESPAL. Quito, Ecuador.

Año: 2014

Páginas: 271

ISBN: 9978-55-122-6

Reseñar un libro de Jesús Martín Barbero es una tarea cuando menos difícil, si no imposible. Primero, porque Jesús es por definición impresentable o, como reconociera su hijo en el video-homenaje que le tributó CIESPAL el 4 de febrero de 2015: indefinible; un sujeto inclasificable en su ser y en su estar, único en su trayectoria académica de hijo de la dura meseta castellana, atravesado por el sentir y pensar latino de un escenario geopolítico denso en riqueza, diversidad, aromas y sabores, de una cultura empeñada en imaginar otra comunicación posible. En segundo lugar, porque, como bien reconoce Rossana Reguillo, “hay autores que atestiguan la intensidad de su presencia no solo por la obra que producen sino por algo mucho más definitivo y fundamental, las huellas que van dejando en otros. Huellas que desbordan la cita académica, la referencia obligada, la bibliografía indispensable y que, más allá, hablan de una marca en el ver y en el pensar”. Huellas y rastros del silencio que dan cuenta de las mudanzas de sentido, del *ethos* barroco mediterráneo. Y que desde hace apenas una década nos ilumina con la lectura, la escucha activa y el diálogo. Así las cosas, comentar los aportes de un libro u ópera prima, desde la amistad, en la posición que me toca a bien ejercer, resulta un compromiso en el doble sentido literal de la palabra: un deber y un obrar compartidos. Valga pues al menos para el lector apuntar sucintamente, a modo de ensayo, dos ideas para procurar ligar la reseña a la lectura, siempre saludable, cuando de un clásico del campo académico se trata.

En primer lugar, vale la pena apuntar que la reedición de este libro es, por el tiempo, una suerte de ejercicio de genealogía de uno de los autores más singulares de la región, pues nos remite al origen de un pensamiento propio emplazado frente a América Latina y al *mainstream* dominante de la academia angloamericana, situando desde el descentramiento nuevas preguntas y *ollares*. Como reconoce el autor, se trata de la primera “crítica epistemológica que señala los límites del discurso teórico al uso sobre la comunicación masiva y la búsqueda de un nuevo lugar desde donde enunciarlo, en el que se tome en cuenta las entonces llamadas

problemáticas de dominación y dependencia latinoamericana” (p. 9). En palabras del profesor José Laso, el libro es el punto de partida de una fecunda trayectoria y obra intelectual, “algo así como el anuncio profético de su larga trayectoria, el encuentro con su propia voz. Y allí en esas pocas páginas introductorias, anuncia no solo los grandes temas que no dejarán de ser pensados, sino también el método, aquello que permite hacer el camino al andar, los mapas nocturnos, las cartas de navegación” (p. 9). El segundo aporte valioso del libro, ahora que en la agenda tenemos por delante la discusión de la decolonialidad de la comunicología, es que el trabajo pionero de Jesús, que CIESPAL editara como encargo, sienta las bases de cinco principios o lecciones irrenunciables y hoy, además, de viva actualidad. A saber:

1. La necesidad en la Comunicología de la apertura a nuevas preguntas que rompen con el paradigma informacional o enfoques reduccionistas sobre la base y la superestructura, como en cierto modo hicieron en vida ilustres pensadores de la teoría crítica latinoamericana como Bolívar Echeverría.
2. La crítica epistemológica de la ciencia y la práctica teórica en América Latina, asumiendo el reto de pensar la comunicación como liberación.
3. La apuesta por una teoría crítica de la comunicación desde las mediaciones frente al empirismo funcionalista o tecnológico.
4. El problema gramsciano de la ideología y la hegemonía como eje nodal para pensar las formas cotidianas de recepción y las multimediaciones de la cultura como campo de disputa y lucha, atravesado por la lógica estructurante de la politicidad.

Y, por último, la defensa de una actitud de apertura permanente a lecturas, fuentes, referencias descentradas y locales, en una suerte de cartografía, de Atlas o Pulgarcita, a lo Serres, que hoy, en la búsqueda de la necesaria transversalidad, se torna como práctica un ejercicio fecundo y necesario en el quehacer investigativo, más allá de las fronteras disciplinarias.

La reedición de este volumen nos retrotrae al punto de partida de un viaje prometeico, de una proyección de la travesía inacabada de experiencias, encuentros y enrucijadas textuales, entre la filosofía, los estudios culturales y la semiótica, que trata de estimular al lector a no renunciar al ejercicio de la imaginación creativa, al lenguaje de la crítica potencialmente liberadora que piensa la comunicación como concientización y cambio social. En definitiva, el “dar que pensar”, corazón y ancla de la práctica teórica de Jesús Martín-Barbero, es la auténtica dialéctica que revela la Teoría de la Mediación. Solo por ello bien merece la pena asomarse a las páginas de esta lectura histórica de un maestro, en verdad socrático, que sigue cultivando el arte de la mayéutica. De ello damos fe, confiadamente, en CIESPAL.

Francisco SIERRA CABALLERO
CIESPAL / franciscosierra@ciespal.org

Periodismo transmedia – miradas múltiples

Editores: Denis RENÓ, Carolina CAMPALANS, Vicente GOSCIOLA y Sandra RUIZ

Editorial: Ediciones UOC. Barcelona.

Año: 2014

Páginas: 230

ISBN: 978-84-9064-237-5

El título revela lo que propone toda la colectánea: debatir sobre el lenguaje transmedia aplicado al periodismo contemporáneo, promoviendo un recorrido por experiencias teóricas y prácticas de diversas fuentes académicas. En la obra se ofrecen relatos de investigadores de Brasil, Colombia, Ecuador, Perú, Estados Unidos, España, Portugal, Chile, Venezuela y México, que componen aquí el segundo libro publicado –en el mundo– sobre la temática transmedia, enfocada en el periodismo. Originalmente publicado en 2012 por la Universidad del Rosario, Colombia, el libro se agotó y la editorial –en conjunto con la Universidad Obierta de Cataluña, España– realizó una nueva edición con algunos ajustes. En 2014 inició su distribución en versión digital y en papel. Sus editores Denis Renó, Carolina Campalans, Vicente Gosciola y Sandra Ruiz consideraron de gran interés para la academia una segunda publicación; especialmente porque se trata de una editorial de reconocimiento internacional. Los textos de la obra fueron en gran parte escritos en los idiomas nativos de los autores, con algunas excepciones.

El libro se dividió en dos partes: *Definiciones* y *Aplicaciones*, pues los editores creen que el tema de la narrativa transmedia está agotado y consolidado, haciendo necesaria la discusión sobre la aplicación del lenguaje en los campos diversos de la comunicación. Entre las aplicaciones –que pueden ser diversas, como la ficción y el documental en el campo del audiovisual, la educación o la publicidad y el mercado– los autores consideraron fundamental pensar en el periodismo como una discusión específica inicial, dada su importancia en la construcción social.

El primer capítulo de la obra, que abre las discusiones sobre *Definiciones*, es de autoría del investigador brasileño Denis Renó; quien ofrece en inglés un relato sobre su investigación de posdoctorado respecto al tema. La pesquisa completa –desarrollada en 2011 en la Universidad Complutense de Madrid– fue publicada en castellano por la editorial Fragua (España) bajo el título *Periodismo Transmedia – Reflexiones y técnicas para el ciberperiodista desde los laboratorios de medios interactivos* (2012), con el investigador Jesús Flores como coautor. La idea del autor en hacer un resumen en inglés fue justificada por la necesidad de ampliar el conocimiento sobre el tema, especialmente por ser inédita esta

preocupación, con una mirada académica de específica profundidad. Se trata de una apertura al contexto debatido en el libro, haciendo una presentación a la temática, puesto que el autor es responsable por los primeros estudios académicos sobre periodismo transmedia.

Más adelante, las investigadoras brasileñas Elizabeth Gonçalves y Marli dos Santos presentan una reflexión sobre el periodismo transmedia y sus posibilidades como lenguaje y herramienta de construcción de la opinión pública. En el mismo sentido, pero haciendo un recorrido sobre narrativa transmedia, géneros narrativos y periodismo, la chilena –radicada en Colombia– Carolina Campalans y el brasileño Vicente Gosciola presentan su texto y las aclaraciones necesarias para contemplar el tema con eficacia.

Como cuarto texto de la obra, de manera provocadora el portugués João Canavilhas ofrece el texto *Jornalismo transmídia: um desafio ao velho ecossistema mediático*. En el texto, Canavilhas expone un debate sobre los conceptos fundamentales para la interpretación de la narrativa transmedia como lenguaje. Entre sus discusiones, encontramos el tema *cross-media*, confundido por algunas corrientes como la narrativa transmedia; aunque importantes autores –como Henry Jenkins y Marsha Kinder– ya lo han diferenciado.

En el mismo sentido crítico, los venezolanos Carlos Arcila y Mabel Calderón presentan un escenario sobre la investigación transmediática frente al mundo del periodismo. Los autores buscan, a partir del texto, organizar un sentido de las narrativas transmedia y el periodismo como prácticas organizadas en el campo de la metodología de la investigación, ofreciendo una importante contribución. Estas reflexiones son complementadas por el texto del investigador estadounidense Thom Gencarelli, que ofrece un estudio sobre la cultura del entretenimiento frente a la narrativa transmedia, haciendo ahí una reflexión que ofrece miradas críticas y, simultáneamente, optimistas frente a la difusión cultural. Gencarelli –perteneciente al grupo de investigadores de los Estados Unidos *Media Ecology Association*– aborda el debate a partir de una argumentación de ideas dadas por Marshall McLuhan y Neil Postman. Esas discusiones son fundamentales para que el lector pudiera comprender las aplicaciones que fueron presentadas adelante.

En la segunda parte, el investigador estadounidense Paul Levinson ofrece un texto que abre las discusiones sobre aplicaciones de las narrativas transmedia para el periodismo. Para tanto, publica el capítulo *Transmedia Transnational Video Journalism*, que debate la presencia de YouTube y de nuevos ambientes que el autor define como *New New Media*. Se trata de una nueva presentación a la temática del libro, contemplando la aplicación. Luego, el venezolano Elias Said, en conjunto con el español Max Römer Pieretti y el colombiano Jorge Valencia Cobos, presentan un texto sobre el panorama del periodismo transmedia en Iberoamérica, reforzando los conceptos y aplicaciones debatidas hasta ese momento de la obra.

Con una mirada innovadora, la brasileña Luciana Renó y el peruano –radicado en España– Jesús Flores, amplían las posibilidades de aplicaciones a partir del

texto *Periodismo de Datos en el mundo transmedia*. La propuesta es el tema del doctorado de la autora, en conjunto con su director de tesis en la Universidad Complutense de Madrid, coautor del texto. Los autores hacen una reflexión aplicada a partir de conceptos originarios de la narrativa transmedia, como los de Marsha Kinder, haciendo una mixtura de ideas fundamentales para comprender el periodismo de datos, como las presentadas por el español José Luis Dader y el brasileño Nilson Lage. Finalmente, se presenta Paul Levinson para aclarar el tema de la nueva ecología mediática con la cual convivimos hoy, con los “nuevos nuevos medios”.

En el mismo sentido de la aplicación del periodismo transmedia en la realidad profesional, pero dirigida al mercado de la construcción de valores mediáticos, el mexicano Jorge Hidalgo Toledo presenta su texto *Transmedialidad e hiper-televisión: convergencia tecnológica y empresarial en la era del capitalismo hip*.

Con una mirada diferente, pero complementaria, las colombianas Danghelly Zúñiga y Sandra Ruiz ofrecen en sus respectivos textos (*¿Cómo se twittearía hoy la llegada del hombre a la luna? La transformación narrativa transmediática en la información periodística presentada a través de Twitter* y *La narrativa transmedia para la representación de la realidad*) dos importantes discusiones sobre la aplicación de este lenguaje contemporáneo –la narrativa transmedia– en el campo del Twitter y del cine documental.

Finalizando la discusión, la ecuatoriana Gabriela Coronel Salas, ofrece el capítulo *Radiografía de la blogosfera ecuatoriana: una mirada glocal*, fundamental para la construcción cognitiva de la obra. El estudio resulta de la investigación de doctorado desarrollado por la académica en la Universidad de Santiago de Compostela y retrata, aunque en un escenario ecuatoriano, señales que pueden reflejarse en toda Latinoamérica, pues cuestiones políticas y de desarrollo social son muy parecidas con los otros países del eje.

La importancia de la obra en el campo de la academia está situada específicamente en la diversidad de opiniones, algunas contrarias a las otras. Esa es la esencia de la ciencia, que no posee una verdad absoluta. Son verdades construidas por debates y argumentos constantes que promueven una evolución de conceptos y técnicas, además de una mejor solidez en sus resultados.

Seguramente, el libro es ideal para quien busca informaciones sobre qué es la narrativa transmedia y cómo se posiciona el periodismo frente a ella. Las dos temáticas son nuevas y poco exploradas, aunque ocupan un creciente espacio en la academia y en el mercado de la comunicación. Por esta razón, su discusiones teóricas y prácticas, se fundamenta en el libro –además de una diversidad geográfica y conceptual– una riqueza de experiencias y análisis que puede colaborar con el desarrollo del periodismo transmedia en el mundo de la comunicación y la construcción de la opinión pública a partir de la noticia.

Luciana RENÓ

Universidad Estadual Paulista - UNESP / luciana.lorenzi@gmail.com

Investigar la comunicación en Loja-Ecuador

J.P. SUÁREZ, X. LÓPEZ, L. GONZÁLEZ, M. I. PUNÍN, A. SUING, C. MIER, J. YAGUACHE; K. VALAREZO; C. GRANDA; M. OTERO; D. RIVERA; G. CORONEL; B. GARCÍA, V. GONZÁLEZ, C. ORTÍZ, P. BARRAZUETA, F. PALADINES, X. SOENGAS, H. YAGUANA.

Edición: X. R. Pousa & F. Campos.

Editorial: Ediloja. Loja, Ecuador.

Año: 2009

Páginas: 325

ISBN: 978-9942-00-685-1

Investigar la comunicación desde de Loja fue la línea que marcó la edición de dos textos producidos por el equipo de docentes de comunicación de la Universidad Técnica Particular de Loja, quienes, como resultado de su formación doctoral, iniciaron desde el año 2009 una serie de investigaciones pioneras en Loja y en el Ecuador realizadas desde diversos campos de la investigación en comunicación.

El primer libro *Investigar la comunicación en Loja*, editado en el año 2009, recoge los trabajos desarrollados por los docentes investigadores. Las áreas en las que se agruparon las investigaciones fueron establecidas en función de las grandes temáticas y de las orientaciones de perfil investigador de cada autora o autor. Esas cinco grandes áreas temáticas son: Formación e Investigación en Comunicación, Economía Política de la Comunicación, Industrias Culturales, Políticas de Comunicación, Gestión y Comunicación Corporativa, Nuevos Medios y Comunicación Digital, Estudios de Género y Recepción, y Radio y Comunicación para el Desarrollo.

Tres años más tarde, este mismo grupo de investigadores editó la nueva edición de *Investigar la Comunicación en Loja* enfatizando los avances y crecimiento del equipo con la palabra “valor”, de esta manera se implementa el catálogo de resultados de una alianza estratégica entre la UTPL y el grupo de investigadores de la Universidad Santiago de Compostela. “Esta siendo una gran oportunidad para que doctores y doctorandos en España y Ecuador intercambien conocimientos, contrastando realidades sociales y científicas tan distantes” (Pouza, 2009, p. 8).

1. Formación e investigación en comunicación social

Tendencias en la formación de los periodistas (López, X.)

Evaluación del modelo de formación de comunicación en la UTPL (Punín, M. I.)

El autocontrol de la prensa y la enseñanza de la ética en la región andina.

El caso de Ecuador, Perú, Colombia, Chile y Venezuela (González, M.).

La importancia de los estudios de Comunicación en Europa y América es cada vez mayor, según se constata en los datos de los últimos veinte años. Una primera consecuencia de esta situación ha sido la multiplicación de voces que desde la Universidad y desde distintos sectores profesionales y sociales han aconsejado prestar especial atención a la calidad de la formación. De hecho, en la actualidad, tanto en el ámbito americano como europeo, hay diferentes programas para la mejora de los planes de formación. En los resultados de las investigaciones aplicadas por Punín (2009), López (2009) se resalta sobre todo que en la era digital, la enseñanza y la investigación afrontan nuevos desafíos. Determinan entonces que para investigar, enseñar y ejercer la profesión no sólo hay que conocer las tecnologías, sino que es necesario entenderlas para analizar los procesos.

Según lo explica Marques de Melo (2007) “se trata de corresponder a las expectativas de la sociedad brasileña, al ingresar en la era digital, demandando profesionales competentes para las industrias mediáticas. Esta es la batalla que nos compete articular como educadores, en este inicio de un nuevo siglo”. Frente a este reto, las universidades se ven obligadas a adaptar sus programas formativos al panorama actual. Según las investigaciones de Punín y López, en las últimas décadas las Ciencias de la Comunicación han conquistado un espacio en el campo de las Ciencias Sociales. Según los países y las tradiciones, coexisten tres tendencias: una, que camina de la mano de la sociología de la comunicación, comunicación política, semiótica y teoría de la comunicación; una segunda, inspirada en el modelo de muchos centros norteamericanos, enmarcada sobre todo en la práctica; y una tercera, que combina las dos tendencias.

El debate sobre el modelo educativo para la formación de comunicadores ha estado presente en todas las actualizaciones de las mallas académicas en las que se ha incorporado materias relativas al periodismo en internet y a las nuevas tendencias para gestionar el sector. En este apartado de la obra se incluye también un aporte interesante de González (2009) quien sintetiza las conclusiones de un estudio histórico y comparado de los mecanismos de autocontrol de la prensa en cinco países andinos: Perú, Ecuador, Colombia, Venezuela y Chile y su correlación con la enseñanza de la ética periodística.

El enfoque conceptual apuesta por articular la libertad y la responsabilidad de los periodistas a partir de la teoría de la responsabilidad de la prensa y del derecho a la información, perspectiva que se materializa en las distintas formas de autorregulación o autocontrol ético: los códigos deontológicos, los consejos de prensa, los tribunales de ética, los estatutos de redacción, el Ombudsman y

los observatorios de medios. La investigación demuestra que los países andinos estudiados cuentan con un significativo desarrollo de los mecanismos de autocontrol ético de la prensa, empezando por los tradicionales como los códigos éticos y siguiendo por los más recientes como el defensor del lector y los tribunales de ética, o por los alternativos como los observatorios y las veedurías ciudadanas. El 91,4% de escuelas y facultades de comunicación de estos países desarrollan la asignatura de Ética en sus planes de estudio. Para González Portela (2009, p. 27), la inclusión de la ética en la formación de los futuros periodistas acarrea implicaciones trascendentales para los países andinos: “la creciente sensibilidad de las audiencias con sus derechos y la comprensión que actualmente los espacios de comunicación, tanto de los medios tradicionales como de los comunitarios, así como los propiciados por las Tic, son los escenarios privilegiados de la esfera pública comunicativa de la democracia”.

2. Industrias culturales, gestión y políticas de comunicación

Calidad, credibilidad, reputación y buena gobernanza de las industrias de comunicación (Campos, F.)

La TV local en Loja: estudio de las características de servicio, participación, y contenidos propios (Suing, A.)

La televisión en Ecuador (Mier, C.)

La misión en la empresa informativa de Loja (Yaguache, J.)

Comunicación socialmente responsable (Valarezo, K.)

Posicionamiento de marca de las universidades ecuatorianas (Granda, C.)

El siguiente apartado de la obra en mención, agrupa bajo el paraguas de la economía política cinco perspectivas de estudios contemporáneos de las industrias culturales. Se abona en mayor profundidad en las fuentes epistemológicas de la economía política y de los estudios de las industrias culturales para desarrollar sus trabajos sobre la estructura de la televisión nacional y local del Ecuador, las políticas de comunicación en este país, los sistemas de gestión de las empresas periodísticas, el marketing estratégico y la responsabilidad social corporativa.

Las tres primeras investigaciones de este capítulo muestran el enlace tradicional de los estudios culturales con la investigación e interpretación de las políticas de comunicación, y con la ampliación del campo pluridisciplinar, también de la gestión (Campos, 2009, p. 73). La teoría y la investigación aplicada a la gestión mediática es una ciencia compleja, interdisciplinaria, aún sin paradigma de unidad y el conocimiento que se genera dentro de las organizaciones es bastante repetitivo y rutinario, tanto por la falta de tradición en la implementación de procesos y metodologías científicas como por el mutuo alejamiento de la Academia. Por lo tanto, el reto para los investigadores es “superar la complejidad interdisciplinaria y despejar fantasmas para abrir muchas más puertas dentro de las organizaciones para enriquecer la aplicación científica (Campos, 2009b).

Suing (2009, p. 111) manifiesta que no se viven prácticas generales de TV-Local en Loja. Las estaciones locales cumplen de forma diferente el concepto de TV-Local. El autor resalta que a través de la participación se ejercen derechos políticos en el gobierno de un país. “El concepto de participación es uno de los componentes fundamentales en la definición de la ciudadanía” (García & Lukes, 1999, p. 222), por lo tanto, falta animar a los ciudadanos para que se acerquen a los medios locales, bajo la premisa de avanzar hacia un modelo de democracia participativa. Es posible que este acercamiento se logre con la formación que desde la academia se debe hacer a la sociedad, a través de artículos o espacios de opinión que den a conocer las investigaciones desarrolladas en este ámbito. Para Mier (2009, p. 126), los investigadores ecuatorianos han dirigido sus trabajos a países latinoamericanos con una evolución importante en el mercado audiovisual, por lo que es escasa la bibliografía sobre la televisión en Ecuador.

A la gestión le corresponde el liderazgo de las relaciones internas y externas a través de los elementos de la administración que presuponen tareas de coordinación en las que, desde la propia misión e identidad, se despliegan las visiones internas, externas y periféricas que se transforman en modelos de organización y tipos de dirección más adecuados a los objetivos estratégicos. Sin embargo, para Yaguache (2009, p. 140) los directores de los medios de comunicación estudiados no reconocen a los valores institucionales como el eje que fundamenta el trabajo periodístico “los directores de los medios, habían planteado la misión como un acto de organización empresarial, pero con el día a día, han olvidado cuál era ese principio filosófico que creían iba a definir su norte”.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) también está en la agenda de casi todos los gobiernos y muchas empresas, es por lo tanto el compromiso ético de la organización con la eficiencia económica, ambiental y social con respecto a los grupos de interés. Para Valarezo (2009, p. 161) “en Ecuador, las organizaciones observadas a pesar de contar con una memoria de sostenibilidad no cuentan con una política y planificación de comunicación interna y externa asociada con el modelo de gestión socialmente responsable”. Enmarcado en otro sector, pero bajo la misma línea de gestión, Granda (2009, p. 185) manifiesta que la gestión estratégica de la comunicación en las universidades puede nutrirse perfectamente de la experiencia de las organizaciones privadas y, con las salvedades que impone su rol distinto en la sociedad, de tal manera que pueda integrar varias de sus estrategias para lograr el desarrollo y proyección de su identidad corporativa.

3. Nuevos medios y comunicación digital

La construcción del periodismo en el universo digital (Otero, M.)

Evolución del ciberperiodismo en Ecuador a través de los periódicos de Loja (Rivera, D.)

Uso de los blogs en los diarios e incidencia del periodismo ciudadano en Ecuador (Coronel, G.).

Para Otero (2009, p. 199) las resistencias al cambio van esfumándose y cada vez aparecen más casos de empresas que se cuelan por las rendijas de las innovadoras estructuras de comunicación. “Los medios se descuelgan en las mallas sociales como estrategia de acercamiento a los nativos y migrantes digitales, buscando incluso una retroalimentación sincrónica. La utilización y el desarrollo del universo en línea son los objetivos de los trabajos de investigación de Coronel (2009) y Rivera (2009), los resultados de sus investigaciones permiten una visión general en torno al proceso de entender y poner en marcha las nuevas formas de distribución de la información en Ecuador.¹

4. Estudios de género y recepción

La aproximación a los medios a través de una perspectiva de género (García, B.)

Cine documental en Ecuador (González, V.)

La producción documental en Loja (Ortíz, C.)

Análisis del fotoperiodismo impreso en Loja (Barrazueta, P.)

La persuasión en la planificación estratégica de la información en las organizaciones (Paladines, F.)

A partir del estudio que se hizo sobre *género* en otras ciencias sociales, éste se incrementó en comunicación durante los últimos años y sigue siendo un marco teórico relevante. Actualmente el debate está abierto y habitualmente las perspectivas feministas dialogan con otras perspectivas de estudio relacionadas con los *queer studies*, los estudios poscoloniales, los estudios subalternos o los estudios sobre etnicidad (García, 2009, p. 235).

Los siguientes trabajos investigativos que constan en este capítulo se refieren a investigaciones pioneras sobre la producción documental en Loja y el Ecuador (González, 2009, p. 245; Ortíz, 2009, p. 257). Sus estudios revelan que el cine documental en el país inició en la década de los años veinte, con la producción de cerca de cincuenta filmaciones documentales y argumentales, que se realizaron en un marco de recesión económica y de crisis en la dirección política del Estado. Años más tarde, específicamente en la ciudad de Loja, la producción documental crecía. El profesor Carlos Ortíz (2009, p. 270) indica que entre los años 1980-1990 se realizaron once producciones en el marco del género documental. Barrazueta (2009, p. 278; 280) en su investigación sobre el fotoperiodismo en la ciudad de Loja, desde una perspectiva de la docencia, la investigación y la práctica, indica que el porcentaje mayor de fotografías de los diarios estudiados está destinado a retratos individuales.

¹ Desde el año de edición del libro en análisis se han experimentado sendos cambios en cuanto al periodismo, comunicación digital y nuevas tecnologías, es por ello que no se hace referencia a los resultados obtenidos en las investigaciones.

Paladines (2009, p. 291), en otro campo de la comunicación, se refiere a la persuasión en la planificación estratégica de la información en las organizaciones. Revela que la mayoría de las organizaciones en la ciudad de Loja no cuenta con un departamento de comunicación estructurado. Además, que la persuasión desde los emisores puede ser utilizada como diagnóstico para el planteamiento de un modelo de comunicación e información persuasivo.

5. Radio y comunicación para el desarrollo

Nuevos horizontes del periodismo radiofónico (Soengas, X.)

Radio popular e Internet. Estudios de 12 casos en Ecuador (Yaguana, H.)

La obra concluye con un importante aporte sobre los nuevos horizontes de la radio y la evolución de este medio de la mano de internet en radios populares. Para Soengas (2009, p. 297) los contenidos de la radio han experimentado una evolución importante, influidos por una serie de factores que han obligado a estos medios a “replantearse muchas cuestiones tanto en el campo de los informativos como en la ficción”. Argumenta también que la extrapolación de formatos cambiando el soporte es otra práctica que se da en algunos casos como resultado de la convivencia de los distintos medios de comunicación, que también son elementos vivos, sujetos a cambios y transformaciones.

En este mismo sector de la comunicación, Yaguana (2009, p. 323) hace una investigación que fusiona la gestión comunicativa de una radio popular y su relación con internet; investigación que concluye en las enormes necesidades de capacitación que tienen los gestores y programadores de las radios en temas de nuevas tecnologías. “A la radio popular actual le hace falta un baño de actualidad, siguen pensando y actuando bajo la mirada de años pasados; no generan opinión pública, ni en su versión tradicional y mucho menos en internet” (1990, p. 324).

Jenny YAGUACHE

Universidad Técnica Particular de Loja / jjyaguache@utpl.edu.ec

Referencias bibliográficas

García, S., & Lukes, S. (1999). *Ciudadanía: justicia social, identidad y participación*. Madrid: Siglo XXI.

Marques de Melo, J. (2007). A batalha da qualidade no ensino de comunicação: novos (antigos) desafios. En Krohling Kunsch, M. M. (org.), *Ensino de Comunicação. Qualidade na Formação Acadêmico-Profissional*. EC-USP: Intercom.

Investigar la comunicación en Loja- Ecuador: el valor de la formación, producción y consumo

Ana Isabel RODRÍGUEZ VÁZQUEZ (Coordinadora)

Editorial: Universidad Técnica Particular de Loja. Loja, Ecuador

Año: 2012

Páginas: 568

ISBN: 978-9942-08-397-5

Investigar la Comunicación en Loja-Ecuador es una obra colectiva de indagaciones de 22 autores en el área de estudio de la comunicación en Ecuador y a nivel internacional. Para quién no tenga información sobre ella: Loja es conocida tradicionalmente como una región rica en cultura, música, y como una ciudad universitaria. En ella se encuentra la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL). Desde el año 2003, la UTPL está impulsando una serie de estrategias que le permitan cumplir con su misión de “Buscar la verdad y formar al hombre a través de la ciencia para que sirva a la sociedad”. Los objetivos de la UTPL son los de contar con una planta de docentes con dedicación a tiempo completo; impulsar la cultura de la investigación dentro de la Universidad a través de la creación de centros de investigación, transferencia de tecnología, extensión y servicios; vincular a estudiantes en proyectos y servicios de forma real a través de lo que se denomina «gestión productiva»; y lograr vinculación e internacionalización que permita a la Universidad ser parte de redes, organismos y asociaciones, contar con convenios de cooperación y contactos o potenciales alianzas estratégicas en casi todos los ámbitos del conocimiento.

En este marco, las Ciencias de la Comunicación de la UTPL, desde el año 2008, iniciaron un convenio de cooperación interinstitucional con la Universidad Santiago de Compostela (USC) de España. A partir de esta relación más de una docena de docentes de la UTPL ha conseguido su título de doctor (Ph.D.), además se ha favorecido la presentación de ponencias y publicaciones de autoría conjunta; así mismo, se ha favorecido estancias de docentes de la USC en la UTPL para asesorar en proyectos de investigación e impartición de clases como profesores visitantes.

El presente libro, *Investigar la comunicación en Loja-Ecuador: el valor de la formación, producción y consumo*, recoge de forma prioritaria el resultado de memorias de investigaciones destinadas a obtener títulos de maestría; a estos trabajos se suman otras aportaciones de docentes de la UTPL y de la USC.

Otro de los frutos de las estrategias implementadas por la UTPL en el campo de la Comunicación es que el Departamento de Ciencias de la Comunicación nace con tres secciones departamentales: Comunicación y Tecnologías, Narrativas Audiovisuales y Comunicación Organizacional; éstos responden al recorrido de investigación que se ha realizado hasta el año 2012, desde el cual se llevaron a cabo cuatro proyectos: «Análisis de la agenda *setting* de los medios de comunicación televisivos, impresos y digitales de Ecuador»; «Gabinetes de comunicación on-line en el sector gubernamental del Ecuador (Secretarías y Ministerios)»; «Análisis de la situación actual de las empresas informativas (televisión, diarios, web, publicidad y relaciones públicas)»; «Historia de la Comunicación en el Ecuador», a través de los cuales se espera aportar a la investigación en comunicación.

Además se coedita la revista *Comunicar* que es una de las pocas publicaciones en castellano que están indexadas en las más reconocidas bases de datos. Lo mencionado da cuenta de las líneas estratégicas puestas en marcha por la UTPL. Desde la publicación de este libro hay nuevos doctores acreditados en nuestra universidad, tres líneas de investigación consolidadas, dos libros publicados y una docena de artículos presentados en congresos y revistas internacionales.

Investigar la comunicación en Loja-Ecuador: el valor de la formación, producción y consumo implementa el catálogo de resultados de esta alianza universitaria que está siendo una gran oportunidad para que doctores y doctorandos de España y Ecuador intercambien conocimientos, contrasten realidades sociales y científicas tan distantes, y establezcan bases para la colaboración.

Fruto de la colaboración entre la UTPL y la USC son las tesis doctorales –publicadas antes de esta obra– de Abel Suing¹, Karina Valarezo², Diana Rivera³, María Isabel Punín⁴, Hernán Yaguana⁵ y Gabriela Coronel⁶. Todos ellos participan en esta obra con aportaciones que permiten obtener una visión de conjunto de la realidad de la comunicación en Loja y Ecuador. Las futuras tesis que se apuntan en el libro versarán sobre las tendencias de consumo de medios por los estudiantes de la UTPL, la comunicación 2.0 en las universidades ecuatorianas, el tratamiento informativo de los noticieros locales o la publicidad en la prensa lojana. Estos nuevos trabajos abrirán caminos para el conocimiento y el análisis de la realidad mediática en Loja y Ecuador.

1 El Consejo de Comunicación del Ecuador. Creación, organización, debate y análisis comparativo.

2 Responsabilidad social universitaria. Mapa del área Andina y estrategias de comunicación empleadas para su difusión.

3 Los cibermedios en Ecuador: evolución, estructura y ciberparticipación.

4 Análisis de la formación de Comunicadores Sociales en Ecuador. Casos Universidad Central de Ecuador, Universidad del Azuay y Universidad Técnica Particular de Loja.

5 El sistema radiofónico *online* en Ecuador.

6 Análisis de la blogosfera de Ecuador: mensaje, narrativa y herramientas.

Todas estas aportaciones se incorporan en el libro en cuatro grandes bloques de contenidos, con los que se pretende hacer un repaso panorámico por la comunicación social. La primera parte se titula *Formación e investigación en comunicación social*, en donde se estudia la responsabilidad que implica la etapa formativa de los nuevos profesionales de la comunicación en el mundo actual. En ella encontramos el primer capítulo sobre la formación universitaria escrito por Xosé López. Otro capítulo sobre la utilización de Facebook por parte de los docentes universitarios, escrito por Miguel Tuñez. Y un interesante capítulo sobre la formación ética y el autocontrol de los medios de comunicación en Ecuador escrito por María Luján González Portela.

La segunda parte del libro se titula *Medios de comunicación, estado y perspectivas*, en donde podremos leer un artículo sobre las nuevas tendencias de gestión de los medios de comunicación, escrito por Francisco Campos Freire. Otro capítulo está dedicado a los Consejos de comunicación de Ecuador escrito por el doctor Abel Suñig Ruiz. El siguiente capítulo está dedicado a un censo de empresas de comunicación (escrito por Catalina Mier y Santiago Samaniego). El siguiente trata sobre el consumo de televisión en el contexto digital, escrito por Ana Isabel Rodríguez Vázquez. Un capítulo interesante es el de Andrea Velásquez Benavides sobre el consumo de medios en los estudiantes de la UTPL. Para finalizar esta segunda parte, hay un capítulo sobre la lectura crítica de alumnos universitarios sobre las imágenes televisivas, cuya autoría es de Ana Lucía Unda Costa.

En la tercera parte de la obra, titulada *Gestión de la comunicación corporativa e institucional*, resulta llamativo e instructivo leer sobre los gabinetes de comunicación on-line, asunto abordado por Berta García. También sobre la responsabilidad social universitaria, artículo realizado por Karina Valarezo. En el siguiente capítulo, Verónica Altamirano escribe sobre la Comunicación 2.0 en las universidades ecuatorianas. Para finalizar esta tercera parte, Fanny Paladines y Santiago Samaniego escriben sobre la comunicación en Facebook de la UTPL.

Por último se encuentra la cuarta y última parte del libro, titulada *Producción y comunicación digital*. Esta parte es la más densa de la obra, consta de diez capítulos. Comienza con un escrito sobre la radio en la red, escrito por Xosé Ramón Pousa. Continúa con un capítulo sobre el ciberperiodismo en Ecuador, escrito por María Isabel Punin. Diana Rivera realiza una evaluación cronológica del ciberperiodismo en Ecuador de los diarios *Hoy*, *El Universo* y *El Comercio*. Un capítulo interesante, por su actualidad, es el de Gabriela Coronel Salas sobre las redes sociales que están marcando tendencias en comunicación. María Luisa Otero va a escribir un capítulo sobre el análisis del mensaje gráfico en medios impresos ecuatorianos. El siguiente escrito es un caso más local, en donde Rosario Pueras Hidalgo va a analizar la publicidad en la prensa lojana, concretamente en los periódicos *La Hora*, *Crónica* y *Centinela*. En el siguiente capítulo se analizará otro caso de prensa local, pero esta vez en periódicos del norte del Ecuador; la temática tratará sobre los indicadores de calidad informativa en los periódicos *El Norte*, *La Hora* y *La Verdad*, cuyas autoras son Jenny Yaguache y Patricia Villa-

marín. Otro caso de estudio local es el texto sobre análisis de noticieros lojanos, en concreto, del caso de *Ecotel Tv*, escrito por Kruzakaya Ordoñez González. En el siguiente capítulo se presenta una investigación a nivel nacional sobre la televisión en Ecuador, escrito por Carlos Ortiz. Por último, y no por su importancia e interés, está el capítulo de Verónica Elizabeth González Rentería sobre el cine ecuatoriano en el año 2011.

La obra *Investigar la comunicación en Loja-Ecuador: el valor de la formación, producción y consumo* se creó durante la estancia que la editora Ana Isabel Rodríguez realizó en la UTPL, entre 2011 y 2012, en donde coordinó el proyecto de investigación que dio lugar a esta publicación en una colaboración entre la UTPL y la USC. Esta publicación concentra los principales ejes de la investigación en comunicación impulsada por la UTPL en los años 2011 y 2012 y fijó la estructura de las líneas de su Departamento de Comunicación.

Isidro MARÍN GUTIÉRREZ

Universidad Técnica Particular de Loja / imarin1@utpl.edu.ec

Introdução à Teoria da Comunicação Educativa

Francisco SIERRA CABALLERO

Tradução: Daniela FAVARO GARROSSINI e
Flávia BEATRIZ WERNECK
Editorial: Verbena Editora
Ano: 2014
Páginas: 188
ISBN: 978-85-64857-10-0

Introdução à Teoria da Comunicação Educativa representa a primeira tradução em português de um dos mais de 40 livros já publicados pelo atual diretor do Centro Internacional de Estudos Superiores de Comunicação para América Latina (Ciespal) e professor da Universidade de Sevilha (Espanha), Francisco Sierra Caballero. Editado originalmente na Espanha, em 2000, o livro foi veiculado em países como Colômbia, Chile, México. A particularidade da análise presente na obra reside em um dos raros ensaios sobre teoria crítica, com ênfase em educação, em um livro que representa um estímulo a capacidade de reflexão em torno de temas tão atuais quanto controversos, como a relação que se estabelece entre Comunicação e Educação, sob a ótica da interação entre os meios informativos e os modos de aprendizagem em um esforço relevante de sistematização teórica da comunicação educativa.

A pertinência do presente trabalho se deve ao acerto na promoção da sistematização teórica necessária por assinalar os vetores e elementos que determinam as possibilidades e condições materiais do pensamento sobre a aprendizagem mediatizada. A obra reúne os pressupostos científicos de desenvolvimento da Comunicação Educativa, como a mais importante e urgente tarefa no projeto de transformação da realidade das culturas mediáticas e das instituições de ensino. O autor propõe pensar o papel da universidade e o lugar das políticas públicas na sociedade da informação, a partir de uma visão sobre as bases teóricas necessárias para compreensão e ordenamento de um campo que constitui, hoje, no atual contexto histórico, as tendências sociais e uma disciplina de importância capital para a construção de uma nova sociedade informacional.

Segundo Francisco Sierra Caballero, foi através do desenvolvimento da revolução científico e técnica dos canais e dispositivos de produção e distribuição da informação e conhecimento, local de favorecimento do estudo entre a

Comunicação e Educação, colocando a Comunicação Educativa como marco de um trabalho acadêmico cujas bases assentam-se na integração entre informação, tecnologia, educação e cultura e das relações existentes entre os programas de educação, os meios e a tecnologia sobre um sistema formal de ensino.

Refletir sobre a Comunicação, a informação e as mudanças tecnológicas, com foco no processo educacional, a partir das contribuições da pedagogia crítica latino-americana é um dos pontos relevantes da obra, que de acordo com a visão de Sierra Caballero, representa um sistema de rotas e vozes que centra-se nas potencialidades do estudo dos meios e na compreensão das relações de vivência entre o espaço concreto e virtual e suas interfaces, no confronto das configurações sociais individuais com a necessidade de práticas coletivas e institucionais relacionadas ao desejo de uniformidade da organização social e da estabilidade das instituições.

Composto por 12 capítulos, a obra apresenta um panorama da Comunicação Educativa, ao longo dos dois primeiros capítulos, incluindo temas como a revolução do conhecimento e a constituição científica do campo. É durante esta primeira parte do trabalho, em que a abordagem das relações formadoras entre informação e educação, entre o processo educativo e a prática comunicacional, dentro de uma mesma lógica cultural são apresentadas ao leitor. “Se a educação forma, a comunicação informa. Entretanto, a comunicação pode formar e a educação, por sua vez transformar. Isto é, a comunicação e a educação participam, de certo modo, de uma mesma lógica cultural” (p.13).

Durante o segundo capítulo são apresentados os paradigmas e modelos teóricos da Comunicação Educativa por meio da apresentação da aplicação das tecnologias e dos meios de informação como um processo contextualizado de interação comunicativa, com ênfase na qualidade, reflexividade e na capacidade dialógica que favorece o processo de aprendizagem, que, segundo o autor, esta representado por meio de um processo permanente de comunicação e ação pedagógica, em que as tecnologias são espaços e meios para reflexão e intervenção transformadora da realidade social.

O terceiro e quarto capítulos são dedicados a uma perspectiva histórica sobre o modelo protecionista, o debate da escola paralela, que favorecerá o surgimento de diferentes modelos de aplicação didática dos meios massivos de comunicação dentro do contexto escolar. O autor apresenta o debate sobre a existência objetiva de novas formas de comunicação mediante a presença das tecnologias audiovisuais na vida pública, e como estas irão ter um efeito animador sobre os responsáveis pela política educativa, na tentativa de introdução destes novos meios nos sistemas de ensino, o que inicia o movimento de uma nova educação audiovisual.

Ao quinto capítulo cabe uma discussão sobre a importância do pensamento meluhiano no que diz respeito à formação da Educação Comunicativa, mediante o conceito de Aula sem Muros, que viria a significar a desformalização das estruturas da educação, em um apontamento direto à utopia da cidade educativa, e ao

desprendimento do monopólio exercido pela escola enquanto sistema fechado, seletivo e fortemente formalizado.

Os sexto e sétimo capítulo tratam respectivamente de visões apresentadas no chamado choque do futuro, em que diante da mudança social é necessário refletir sobre como os indivíduos irão reagir diante da transformação constante da realidade e o papel da educação em todas as suas dimensões humanas, em uma reflexão que não pode deixar de levar em conta não somente o conteúdo, mas os métodos sob os quais estes são transmitidos.

A Semiótica e a Educação são tratadas na oitava parte, enquanto o legado de Gramsci é exposto no capítulo 9, como forma de apresentação de um pensamento centrado na autonomia crítica do educando, bem como as bases epistemológicas da pedagogia crítica. Os capítulos 10 e 11 inserem o leitor em conceitos relativos à educação para a comunicação e à pedagogia ativa, bem como a pesquisa e a ação educacional. A importância da dialogicidade, a construção do conhecimento e a apropriação das representações sociais são expostas ao longo do capítulo 11, em que a proposta de Paulo Freire é colocada como método de ensino, filosofia da educação e teoria do conhecimento.

Desta forma, o estudo sistemático apresentado em *Introdução à Teoria da Comunicação Educativa* oferece ao leitor um amplo panorama das relações traçadas entre o processo educativo, a prática comunicacional e toda a relevância teórica dos estudos advindos das Ciências da Informação e das Ciências da Educação.

Todas estas aproximações nos mostram que a relação entre a proposta de uma filosofia da educação e a teoria do conhecimento, apoiada na visão de Paulo Freire, em um processo de invenção e transformação fundamentado na expressividade da comunicação, em que os educandos são atores e protagonistas da ação pedagógica, implementando o fazer educativo em práxis transformadora da realidade. Além de uma perspectiva linear, que trata de explicar as formas e o fazer da Comunicação Educativa, Sierra Caballero apresenta um caminho em que a episteme contida nos processos relacionais ora apresentados levam a uma reflexão de tempo e espaço responsáveis por recriar o posicionamento social no mundo, grandes características deste volume.

Ana Carolina KALUME MARANHÃO

Universidade de Brasília / kalume@unb.br

Daniela FAVARO GARROSSINI

Universidade de Brasília / dani.garrossini@gmail.com

Comunicación y Trabajo Social

Roberto von SPRECHER y María Eugenia BOITO

Editorial: Brujas. Córdoba, Argentina

Año: 2010

Páginas: 220

ISBN: 978-987-591-237-3

Comunicación y Trabajo Social es un libro que invita, como señala su nombre, a la reflexión sobre la articulación de ambos campos. En su propuesta trasciende la tendencia a la fragmentación de los abordajes por compartimentos disciplinares. Sin embargo es una obra que no solo interpela a trabajadores/as sociales, sino que contribuye a (re)pensar las prácticas profesionales de quienes, desde diversos ámbitos y disciplinas, en sus intervenciones sociales o comunitarias, se encuentran una y otra vez frente a problemas donde la dimensión simbólico-cultural se presenta como un límite para la comprensión del otro y del entorno. Este abordaje complejiza las formas desde donde habitualmente se piensa el quehacer en estas experiencias, partiendo del reconocimiento de las características de las sociedades contemporáneas –mediatizadas/mercantilizadas– como también de los condicionantes propios del espacio social en sociedades estratificadas como las de América Latina. En este sentido, esta obra es prolífica en su potencialidad, en un escenario donde la reflexión y la intervención aparecen cada vez más ceñidas –cuando no reducidas– al reconocimiento de derechos.

Los autores Roberto von Sprecher y María Eugenia Boito, se desempeñan como docentes e investigadores en las carreras de Comunicación Social y Trabajo Social de la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina), de allí emerge esta producción como respuesta a una necesidad del espacio de formación. Tal vez por esto el libro es innovador tanto en la forma como en el contenido. En el primer sentido supera la escritura de manual, de glosario, para presentar un texto que no renuncia a la complejidad teórica pero tampoco al compromiso pedagógico, apelando a múltiples recursos para su comprensión. En el caso del contenido, se destaca el reconocimiento de la dimensión comunicativa de las prácticas sociales como instancia de reflexión fundamental para la intervención. Así, Boito provocativamente señala:

Es más productivo partir de una escandalosa afirmación como hipótesis reguladora y orientadora de la intervención: la comunicación no existe. Es decir, entre lo que

quiere expresar alguien a través de una idea, un afecto, una sensación y lo que el destinatario percibe y “decodifica”, hay inconmensurabilidad. (p. 194)

En efecto, el texto es un llamado a complejizar las lecturas y las prácticas en el territorio: el reconocer la dificultad y la distancia en las formas comunicativas es un acto respetuoso para (re)pensar las estrategias y los modos de ejecución de los proyectos de intervención.

El libro se estructura en tres capítulos y un epílogo, pero esta disposición formal del índice no da cuenta de la riqueza de recursos que contiene el texto en su interior. Allí se proponen ejemplos, ejercicios prácticos, esquemas y apéndices que refuerzan los señalamientos teóricos. El primer capítulo parte de una pregunta provocadora: ¿Para qué estudiar Comunicación y Trabajo Social? Interrogante que puede ser atribuido a cualquier estudiante de grado que encuentra este tópico en el programa de la carrera. El texto se despliega en esta clave analítico-pedagógica de manera progresiva, expone a partir de la contextualización histórica distintas dimensiones de análisis de la comunicación.

De este modo, von Sprecher propone la distinción –como recurso conceptual-didáctico– de tres niveles desde donde pensar las prácticas sociocomunicacionales: macro, meso, micro. Esta operación analítica pretende descomponer el todo, analizar las partes, para luego reconstruir la mirada en conjunto. Lo “social” y lo “comunicacional” para el autor deben ser entendidos como dimensiones de un mismo objeto, “debemos considerar ahora a lo “macrosocial”, a lo “mesosocial” y a lo “microsocial,” al mismo tiempo que lo “macro-comunicacional”, lo “meso-comunicacional” y lo “micro-comunicacional” (p. 84).

Von Sprecher, en este capítulo analiza cómo las sociedades contemporáneas afrontan un reacomodamiento sociocomunicacional de largo alcance a partir de la importancia de los Medios Industriales de Comunicación Social (MICS) y las Nuevas Tecnologías Digitales de Comunicación (NTDIC). El autor refiere al rol que cumplen en el mantenimiento de las hegemonías, al constituirse como espacios de (re)producción de discursos y sentidos sociales, como también de visibilidad/invisibilidad de demandas, conflictos de grupos o movimientos de la sociedad civil. Así, von Sprecher señala,

Con estos procesos, [de multiplicación de espacios y prácticas relacionados al uso de las tecnologías] aunque resulte paradójico, se está ampliando el ‘diferencial informativo’ –además de las diferencias económicas entre distintos sectores de la población, una nueva variable de estratificación y desigualdad social. (p. 23)

De esta manera, explicita el punto de partida de la apuesta teórica, pedagógica y política que propone este libro: pensar los procesos comunicacionales y de intervención en sociedades estratificadas y desiguales.

A continuación, von Sprecher se plantea un segundo interrogante: ¿Desde dónde pensamos la comunicación? Y allí sitúa el gozne entre lo social, lo cultu-

ral y lo político para pensar las prácticas comunicativas desde los aportes de K. Marx, A. Giddens y P. Bourdieu; relacionados luego con la propuesta de autores de los Estudios Culturales, R. Williams, S. Hall, D. Morley; y finalmente, desde la producción teórica de América Latina retoma los abordajes de J. Martín-Barbero y E. Verón. Una conjunción de miradas lúcidamente articuladas que invita a pensar tanto la particularidad del campo como su pertinencia en el análisis de las sociedades contemporáneas de la región. En suma, la polisemia del término comunicación se presenta como una característica fundamental, y se plantea que en cada discurso los sujetos individuales o colectivos ponen en funcionamiento una red en donde se instancian sentidos ordenadores de lo social, pero también se expresan formas nuevas, en tensión y lucha con aquellos:

Esta red discursiva está tejida por las prácticas productoras de sentido –que se manifiestan en discursos– de los agentes sociales (individuos, instituciones, empresas, etc.) que ocupan distintas posiciones en el espacio social general (en las clases sociales) y en los campos que forman parte del mismo –posiciones que implican capitales y poderes diferentes–, puestos en juego en el intercambio, luchas en consecuencia. (von Sprecher, 2010, pp. 23-24)

De este modo, las prácticas comunicacionales producen o reproducen sentidos sociales, y los discursos en que ellas se manifiestan son una de las dimensiones fundamentales de lo social y lo cultural. Aquí resuenan los aportes de R. Williams, quien es retomado en un apéndice al final del capítulo donde se contextualizan y profundizan algunas de sus nociones.

Hay que mencionar, además, los modos en que los conceptos son especificados y analizados, empleando como estrategia explicativa en cada apartado ejemplos donde aquellos cobran materialidad. A partir del análisis de casos o de fragmentos discursivos se consolida la exposición: la alusión al último recital de un referente del rock nacional argentino –Luca Prodan–, las hinchadas de fútbol, el discurso publicitario, hasta el reconocimiento de la (in)visibilidad de las luchas sociales en los medios –entre otros,– permiten al autor (re)pensar la densidad, la polisemia y las desigualdades que se expresan en las prácticas comunicativas.

Finalmente, se presenta un ejercicio para la aplicación de los conceptos trabajados a lo largo del capítulo, de modo tal que el lector pueda, a partir del repaso de un texto periodístico, reconocer rasgos de las prácticas comunicativas, agentes discursivos, características de los soportes discursivos, condiciones de producción, entre otros aspectos que la guía de lectura propone operativizar.

El segundo capítulo, escrito de manera conjunta por los autores, indaga en el devenir de la investigación en comunicación en América Latina, identificando momentos claves en la conformación del campo y también en las formas de intervención estatal. De allí se establecen relaciones con el particular quehacer del trabajador social.

Precisamente, von Sprecher y Boito parten de efectuar un contrapunto entre las problemáticas, teorías y metodologías de los países centrales con respecto a

la realidad de Latinoamérica. Ésta es definida por su carácter dependiente de los países centrales (económica, social, cultural y mediáticamente), de modo tal que, tanto la dependencia como la desigualdad tuvieron su correlato en las prácticas comunicacionales y en las distintas formas de pensar los objetos de estudio del campo de la comunicación y el trabajo social.

A partir de aquel diagnóstico los autores elaboran un recorrido histórico señalando tres mojones, siguiendo a S. Caletti (1983) y a P. Avejera (1984): 1) Década del 60: Comunicación y Desarrollo (Corriente Desarrollista), 2) Década del 70: Comunicación y Estructuras de poder (Corriente de denuncia), 3) Década del 80: Comunicación Alternativa y Popular. Cada uno de ellos es analizado en apartados donde se indaga en los modelos comunicacionales y perspectivas teórico-metodológicas del campo en relación al contexto sociopolítico, que así se presentan como condiciones de posibilidad de las formas de intervención profesional de los trabajadores sociales. Precisamente esta es una de las contribuciones más promisorias de esta obra: el poder reconocer que la vinculación entre Comunicación y Trabajo social tiene una historia.

Los aportes de L. R. Beltrán, D. Prieto Castillo, A. Carballeda, O. Lewis, N. Alayon, A. Matellart, E. Contreras Bunge y referentes de la Teoría de la Liberación, entre otros, fueron retomados en este segundo capítulo para describir y explicar las trayectorias y relaciones de intercambios, imbricaciones y tensiones entre ambos campos disciplinares. Finalmente, el texto aborda de manera crítica la actual fase de *re- conceptualización* del trabajo social, en un contexto socio-histórico que ha sido caracterizado como de *radicalización de la democracia*. Esta mirada es problematizada por los autores, quienes señalan esta caracterización como una construcción ideológica que:

[...] obtura la visión tanto sobre las transformaciones del capitalismo en condiciones de neocolonialidad, como sobre las reconfiguraciones en el rol del estado con las clases dominantes locales y las clases subalternas (en este último caso por ejemplo, expresado en modificaciones tales como achicamiento del estado social y el crecimiento del estado penal). (von Sprecher & Boito, 2010, p. 145).

De este modo, concluyen en la necesidad de considerar el carácter ideológico de toda pretensión de neutralidad del ejercicio profesional del trabajador social, acogiendo el desafío y el compromiso de *construir una práctica profesional a favor de los sectores oprimidos*.

El tercer capítulo es el momento de articulación donde se destaca la relevancia de la comunicación en las estrategias de intervención social. María Eugenia Boito encuadra el análisis proponiendo pensar tipos de experiencias particulares donde se inserta la práctica del trabajador social en contextos de segregación socioeconómica y sociourbana. Este lugar de lectura se constituye desde una mirada materialista definiendo a la sociedad actual desde su estructuración clasista y, por tanto, desde la desigualdad que se instancia en formas diferenciales, hetero-

géneas y ambivalentes desde donde los sujetos vivencian el mundo. De este modo, sostiene la autora: "...establecemos que existe una relación entre las matrices socio simbólicas desde las cuales se moldean y modelan las experiencias y las posiciones de clase que los actores ocupan en la estructuración social" (p. 151).

Es preciso subrayar, respecto a este capítulo, la claridad con la que Boito articula los aportes de Raymond Williams y Walter Benjamin para pensar los procesos sociocomunicacionales actuales y las formas en que modelan la experiencia. Para ello, la noción de estructura de sentir/estructura de experiencia es nodal en relación con la propuesta estético política de Benjamín. Lo valorable de este esfuerzo de escritura es la forma en que estas construcciones teóricas cobran materialidad, sustento, en la descripción de escenas de experiencias contemporáneas, desde aquellas particulares referidas al uso de dispositivos tecnológicos, hasta las construcciones del discurso político y mediático. Desde allí, la autora relaciona estos procesos con las prácticas profesionales de intervención, considerando las que realizan ONG, redes de grupos de jóvenes, prácticas educativas y de promoción.

Por otro lado, el texto está provocativamente escrito desde un nosotros inclusivo donde la autora, como trabajadora social, plantea problematizar,

[...] la dimensión comunicativa de las interacciones sociales en las que participamos, para relevar posiciones, relaciones y poderes existentes que generan grados de asimetrías y verticalidad en las comunicaciones que se despliegan en las organizaciones. (p. 197)

Los desarrollos presentados en este capítulo se ponen en juego en el material propuesto para las actividades prácticas. Allí, se plantea la lectura de un texto del pensador esloveno Slavoj Žižek que sirve a los autores para incitar a los lectores a realizar un abordaje comunicacional de la publicidad y el discurso político, para luego repensar también las propias prácticas de intervención en escenarios barriales.

En definitiva este libro es un convite a recorrer una propuesta teórico-práctica de reflexión sobre la Comunicación y el Trabajo Social resultante de la práctica áulica. En este sentido, retomando el cierre del epílogo, este texto "abre posibles" en términos de de Certeau, provoca y convoca al análisis, al ejercicio y la problematización de las prácticas profesionales. Constituye también una apuesta política por devolver a estos campos la complejidad y la dimensión claramente conflictiva y desigual que constituyen las sociedades contemporáneas.

Ileana Desirée IBÁÑEZ

Universidad Nacional de Córdoba / ileanaib@gmail.com

Comunicación en campaña. Dirección de campañas electorales y marketing político

Julio César HERRERO (Editor). Max Römer (Coordinador)

Editorial: PEARSON, Madrid

Año: 2014

Páginas: 321

ISBN: 978-84-9035-141-3

e-book:978-84-9035-142-0

De los textos recientes sobre campañas electorales hay en el mercado muchas traducciones, pero escritos directamente en castellano solo el que presentamos en esta reseña: *Comunicación en campaña*, editado por Julio César Herrero y coordinado por Max Römer. Se trata de un libro escrito por diferentes especialistas, tanto académicos como profesionales que, en 12 capítulos dan buena cuenta del ejercicio de comunicar en campañas electorales. Con su edición en papel, con códigos Bidi, remite a enlaces que dinamizan la lectura y la hacen completamente vinculada a lo hipermediático.

Ésta es la primera obra en castellano que se centra de manera exclusiva en la dirección de campañas electorales y marketing político. Es una obra colectiva que nos aporta una lectura diversa desde diferentes puntos de vista académicos y profesionales, asesores políticos, en activo tanto en España como en diferentes países de América Latina. La nueva era de las comunicaciones 2.0 lleva a la necesidad de revisar, adaptar y actualizar las técnicas empleadas en la comunicación eficiente, también en el ámbito de la política.

El mundo de las campañas electorales es cada vez más complejo y globalizado gracias a las redes de comunicación, lo que nos hace ser más conscientes del desarrollo de nuevos planes de marketing político en otros puntos del planeta y su aplicación práctica; pero necesitamos situarlos, contextualizarlos, analizarlos y desgranarlos de una manera eficiente para su posterior aplicación en la dirección de campañas electorales.

Los 12 capítulos¹ son una radiografía del manejo de las campañas políticas y del marketing electoral desde una óptica directiva, de gestión de recursos.

En la *dirección de campañas* electorales, Elena Flores nos adentra en las diferentes funciones que se viven en una campaña electoral; las condiciones en las que se trabaja, puesto que “todas las actividades de campaña deben estar sujetas a normas y pautas de actuación que garanticen y permitan la igualdad de oportunidades de los competidores” (p. 2), considerando la autora a los competidores, así de un modo deportivo, a los candidatos y partidos políticos.

Para *construir la agenda*, la propuesta de Fermín Bouza es el manejo de la demoscopia, considerada por el catedrático –especialista en comunicación política y sociología electoral– como aquello que el ciudadano considera como el problema más importante, de ahí que ello se convierta en la agenda del candidato, de la campaña. Por su parte, yendo directamente a hacer operativa esa agenda, Enrique Leite nos muestra los intersticios de los *gabinetes de comunicación* y cómo deben ser las relaciones con los medios de comunicación desde las tendencias de la web 2.0.

En el capítulo 4, Carmen Beatriz Fernández toma la batuta que deja Leite en materia 2.0 y propone las tendencias del *ciberactivismo* desde las plataformas de los partidos políticos para posicionar a sus candidatos. Y para darle sentido al profesional que está tras esta actividad, Carlos Hidalgo nos muestra los trucos que debe manejar el *community manager* en materia política.

Ya la comunicación sale del gabinete a la campaña. Ya deja de estar en pocas manos y se transfiere hacia muchos, hacia el elector, convertida en *propaganda electoral*. En este sentido, Max Römer desglosa las fases, se pasea por la historia, los estilos y modos de la propaganda electoral y deja en manos del lector las estrategias de la propaganda; un apartado que revisa lo ético, la necesaria persuasión al ciudadano, la investigación al adversario y el saber anticiparse a los anuncios negativos. Luego, como receta base, da pistas de cómo producir un anuncio de TV para una campaña electoral, puesto que en el capítulo de los autores Barberá & Somoano veremos la importancia que todavía tiene el medio televisivo.

Como una campaña no es solo mediática, se rodea de un ceremonial bastante complejo; Carlos Fuente y Gloria Campos dan buena cuenta de la *organización de ‘actos políticos’*. Las diferentes etapas de estos eventos –las estrategias, las fases de la organización, los tipos de eventos políticos que se pueden realizar– son el fuerte este trabajo, que plantea a quien pretenda dirigir una campaña política las pistas de las muchas posibilidades de los actos políticos como parte de las campañas electorales. La visibilidad de los eventos que rodean a una campaña hacen que la imagen de un candidato, de una candidatura o incluso de un partido puedan

1 Dirección de campañas electorales; Demoscopia: la construcción de la agenda; El gabinete de comunicación y las relaciones con los medios; Ciberactivismo; El community manager político; La propaganda electoral; La organización de actos políticos; La cobertura informativa de campañas electorales; La imagen de los políticos; El discurso de campaña; Los debates políticos televisados; y El lobby como instrumento de la democracia.

variar a favor o contra, los pequeños detalles que afectan a la comunicación, sobre todo la no verbal, deben ser vigilados.

Rafael Barberá y Julio Somoano indagan sobre cómo debe ser la *cobertura informativa* de las campañas electorales, la cobertura que los medios de comunicación deben desarrollar y el papel primordial que ejerce la televisión –aún hoy– en materia de comunicación política. Aunque las redes sociales se instauren entre las masas más jóvenes, el medio televisivo sigue teniendo primacía en el conocimiento de la imagen del candidato. Su reflexión pasa por la imagen televisual, por ese “debate intelectual sobre las ideologías [que] se conviert[e] en una especie de espectáculo icónico” (p. 189).

Siendo la pantalla el lugar donde se crea al político, Jorge Santiago Barnés nos lleva a conocer *la imagen de los políticos*. Siendo que ésta “no sea estudiada única y exclusivamente desde la perspectiva original del mensaje, contenido y significado, sino desde el enfoque y punto de vista de lo que expresa y difunde el candidato” (p. 209), tratándose entonces la imagen de los políticos de una sumatoria de “prestigio y aceptación social” (p. 209).

Parte de esa construcción de la imagen surge del *discurso de campaña*. El capítulo escrito por Julio César Herrero y Paula Requeijo plantea cómo redactar y poner en escena un discurso político, y se refiere las tres posibles audiencias que un candidato puede enfrentar. Así, el discurso de rutina, el discurso sobre temas y el discurso de defensa son definidos y desarrollados para que quien se adentre en las páginas del libro pueda escudriñar y acercarse al problema de construir palabras para un candidato y su público. Cada vez cobra más importancia la construcción del discurso, puesto que los candidatos están expuestos a los medios de comunicación. En los países de habla hispana se está instaurando la tendencia anglosajona del debate y la intervención en los programas de actualidad por parte de los candidatos.

Como se puede intuir, ya se tiene bien adelantado el libro, vamos conociendo la manera en la que se domina el discurso, la imagen, el problema de los medios y de la campaña, las redes sociales. Falta poder colocar al candidato ante un *debate televisado*, tener las claves para conocer y analizar un buen debate, las técnicas de la argumentación y la contra argumentación, que ayudan al posicionamiento a favor o en contra en un debate televisado. Una tarea que desarrollan de una manera magistral Felicísimo Valbuena y Graciela Padilla, dando como uno de los consejos “dominar las diversas formas de argumentación” (p. 275), no sin antes dar una buena receta de cómo preparar ese debate para los televidentes, para ganar frente al contrincante. Una buena habilidad del entrevistador puede hacer que la atención del público se revierta en un entrevistado u otro, de ahí la necesidad de conocer el arte de la oratoria.

Finalmente, la democracia requiere de participación permanente de todos los actores que la componen, de estar en el lugar oportuno, en el momento adecuado, donde se toman las decisiones. Para poder adentrarse en lo institucional, para que el político pueda tener acceso a posicionar sus ideas, requiere del *lobby*, término

que se ha ido asentado en los países de habla hispana, puesto que esa globalización mediática también nos lleva a una globalización en los términos. Allí Carlos Camacho y Gemi José González desarrollan los temas propios del cabildeo o del *lobby* con miras a crear, sobre la base de los criterios propios de la democracia, esa transparencia gubernamental de la que tanto se habla en estos tiempos.

Al finalizar la lectura de la obra la sensación que obtiene el lector es la de tener entre sus manos una herramienta que ayuda a la comprensión de las campañas electorales, y en una vertiente más profesional un instrumento fundamental para diseñar campañas electorales y marketing político eficiente. A su vez el lector profano en la materia que se trata puede encontrar una guía didáctica para poder iniciarse en las técnicas del marketing y campañas políticas.

María Cristina CAÑAMERO ALVARADO

Universidad CJC / ccanamero@ucjc.edu

La democracia del siglo XXI. Política, medios de comunicación, internet y redes sociales

Ramón COTARELO y
José Antonio OLMEDA (Editores)

Editorial: Centro de Estudios Políticos y
Constitucionales. Madrid, España

Año: 2014

Páginas: 501

ISBN: 978-84-259-1591-8

El libro nace de las II Jornadas de Ciberpolítica, organizadas desde el departamento de Ciencia Política y de la Administración de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la UNED, coordinadas por los profesores Juan Pizarro Miranda y Sebastián Zambelli, en colaboración con el Centro de Estudios Políticos y Constitucionales y el Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Sociología. El Palacio de Godoy, sede del Centro de Estudios Políticos y Constitucionales, acogió del 27 al 29 de mayo de 2013 a numerosos especialistas procedentes de la sociología, la politología, la comunicación, la psicología, la informática, las matemáticas y la economía, en estas jornadas de debate sobre el impacto de internet y las redes sociales en las sociedades democráticas. Los estudios, informes e investigaciones producto de estas jornadas, fueron recogidos por los Catedráticos de Ciencias Políticas y de la Administración de la UNED, Ramón Cotarelo y José Antonio Olmeda, y plasmados en este libro, *La Democracia del Siglo XXI. Política, medios de comunicación, Internet y redes sociales*.

El libro contiene 21 capítulos que se organizan en cuatro partes. La primera parte plantea cuestiones teóricas relativas al gobierno y el voto electrónico, la transparencia de la información financiera pública en la web, la participación en las cibercampañas electorales, la construcción del nuevo espacio público y la democracia e internet.

José Antonio Olmeda, en *Gobierno electrónico, ciberpolítica y democracia*, analiza la implantación de las prácticas de administración electrónica en una muestra de países con regímenes políticos democráticos y no-democráticos y sus repercusiones políticas.

El estudio de Manuel Pedro Rodríguez Bolívar, *Accountability y transparencia de información financiera pública en la web*, analiza algunos modelos de buenas prácticas para la difusión de información on-line económica, tanto desde el punto de vista financiero como presupuestario, que sirven como esquema de evaluación de transparencia informativa por parte de las administraciones públicas; asimismo recopila estudios nacionales e internacionales, que recogen las metodologías aplicadas para evaluar la rendición de cuentas y la información financiera, las cuales las distintas administraciones han ido incorporando a sus páginas web como política de mejora de su transparencia informativa y presupuestaria. Según Rodríguez Bolívar, la mejora de la transparencia de la información podría servir como herramienta para restaurar la confianza de los ciudadanos en la administración, facilitando una mayor interacción entre ambas partes. El uso de las TIC es un componente fundamental en este proceso.

Victor Sampetro Blanco, José Manuel Sánchez Duarte y Eva Campos Domínguez, en *Participación ciudadana en las cibercampañas electorales. Debates teóricos y una aproximación tipológica*, abordan el uso de internet con fines políticos por parte de los jóvenes. A través de grupos de discusión realizados la semana posterior a la campaña electoral de las elecciones generales de marzo de 2008, los autores elaboran una detallada tipología de usuarios en cibercampaña (ciberactivistas).

El capítulo de Josep María Reniu Vilamala, *Demasiados talones para un solo Aquiles. Los riegos del voto electrónico*, se centra en los problemas para la implantación de la informatización del voto. En su trabajo, Reniu Vilamala, presenta las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades sobre la viabilidad del proceso de implementación del voto electrónico.

Leyre Burguera Ameave, en *Subjetividad instantánea en la ficción del nuevo espacio público*, proporciona un análisis sobre la construcción de la comunicación política, el aumento de los contenidos autoproducidos y su presencia en la web, realizando una reflexión en torno a la identidad que se crea a través de internet y sus repercusiones sociopolíticas.

Sebastián Zambelli aporta un capítulo, titulado *Democracia e Internet. Apuntes para la reflexión*, en el que relaciona los componentes primigenios del concepto de democracia (isegoría, isonomía e isomoiría), con las cinco características más relevantes del fenómeno de internet (multilateralidad, interacción, gratuidad, inmediatez y difusión).

En la segunda parte del libro se abordan las nuevas formas de compromiso y participación política, el activismo, tanto en términos generales como a través de los nuevos movimientos sociales; así como también la aparición de mecanismos innovadores de reproducción social.

Desde un punto de vista ciberpesimista, o ciberrealista, como lo denominan algunos autores, Luis Arroyo, en *¿La ciberutopía era esto? Sofactivismo, tribalismo, nueva censura y trivialización del espacio público*, se centra en los efectos de las nuevas tecnologías. Bautiza al clickactivismo como sofactivismo, definiéndolo,

de un modo un tanto irónico, como “la participación en los asuntos públicos que se ejerce en el ciberespacio, a golpe de un click de pantalla, sin levantarse de la silla” (p. 141). Otros efectos, según el autor, son el tribalismo (pues internet no ha favorecido el intercambio de ideas y reflexiones políticas, sino que tiende a realimentar la compartimentación de posiciones), la nueva censura (todo lo que se hace en internet es supervisado por las instituciones) y la trivialización del espacio público. En definitiva, según Arroyo, al igual que los medios tradicionales no cambiaron la esencia de la política, tampoco lo hará internet.

Profundizando en estas nuevas formas de participación política, Ismael Peña-López, en *Casual politics: del clickactivismo a los movimientos emergentes y el reconocimiento de patrones*, contempla que no solo se puede considerar el clickactivismo desde el punto de vista del emisor, sino también desde la perspectiva del receptor, aquel a quien se dirige el conjunto de clicks emitidos por los ciudadanos, y desde la posición del tomador de decisiones.

Ramón Cotarelo, en *Las ciberorganizaciones. Los ciberpartidos*, muestra en qué medida internet está incidiendo sobre un aspecto esencial de la democracia como son los partidos políticos.

Carmen Haro, Víctor Sampedro y José Manuel Sánchez analizan, en el capítulo *Activismo digital en campaña electoral: del movimiento por la vivienda digna al movimiento 15M*, los sitios web utilizados por los movimientos sociales en España en 2008 y 2011, con el fin de analizar los márgenes de información, protección e interacción de las webs de estos movimientos sociales.

Javier Gil García estudia los nuevos modelos mediáticos generados por el empleo masivo de las nuevas tecnologías e infraestructuras de la comunicación por parte de la población y la figura emergente del “prosumidor” en *La emergencia de prosumidores y el desarrollo de nuevos modelos mediáticos: El caso de Toma la Tele*.

La tercera parte del libro incluye una serie de estudios sobre la movilización sociopolítica a través de las tecnologías de la información y la comunicación, comparando este proceso con los medios tradicionales y analizando el papel de las redes sociales en la organización de los movimientos sociales.

La relación entre la movilización sociopolítica y las nuevas formas de participación virtual con la irrupción de las NTIC es abordado por Ramón Adell en *La interacción de los espacios físicos y virtuales en la movilización sociopolítica*, mostrando cómo la aparición de las NTIC no descinde la movilización clásica, sino que ésta asciende a niveles nunca alcanzados, produciendo un cambio de comportamientos y roles respecto a las protestas clásicas por parte de los organizadores, los participantes, los cuerpos de seguridad y los medios de comunicación.

La red de investigadores DataAnalysis 15M se centran en el papel de las redes sociales en la organización de los movimientos sociales. Pablo Aragón, Javier Toret, M. Luz Congosto y David Laniado, en *Datanalysis 15M: topología del sistema-red 15M*, muestran la evolución de las redes de difusión de contenidos en cuatro fases claves del Movimiento 15M, que los autores denominan sistema-red 15M.

Marce Esteve del Valle y Rosa Borge estudian los elementos interactivos de las páginas web de los partidos políticos catalanes y la participación de los internautas a través de los social media (Facebook) de los partidos, mostrando la adaptación de éstos a la sociedad red, desde un punto de vista interno, generando transformaciones organizativas motivadas por el uso de las TIC, y desde un punto de vista externo, aumentando la comunicación en sus militantes y simpatizantes.

En *Huelga general, medios de comunicación y Twitter: opinión pública en un contexto de movilización*, Palmira Chavero compara la evolución del uso de las redes sociales (Twitter) y los medios convencionales (diarios), en las dos últimas huelgas generales realizadas en España (2010 y 2012). El trabajo revela cómo se ha ampliado el uso de las redes sociales a todos los estratos sociales y cómo Twitter se utiliza como herramienta de llamada a la movilización más que como un instrumento de debate; concluyendo que la evaluación del éxito o fracaso de una huelga se continúa dirimiendo en el espacio mediático convencional.

José Manuel Robles, Stefano de Marco y Mirko Antino, en su artículo sobre *Movilización social a través de las redes sociales. La política con internet y la política en internet*, muestran cómo para el uso de los blogs políticos y sociales, la información que proviene de redes sociales de información pesa más que la que proviene de los medios tradicionales.

La cuarta y última parte del libro versa específicamente sobre la nueva dinámica de interacción entre redes sociales y campañas electorales, muy especialmente Twitter y su capacidad de predicción.

Las nuevas tecnologías en las campañas electorales son abordadas por Antonio Garrido en su capítulo *Networking y Crowdsourcing en las modernas campañas digitales*. Plantea un aproximación a las campañas digitales, centrándose posteriormente en los términos *networking* o activismo en la red, y *crowdsourcing*, como apertura de las campañas a toda una serie de iniciativas de acciones de apoyo que se van generando desde fuera de las propias campañas y que los propios candidatos absorben y asimilan dentro de sus acciones. Si bien Garrido considera que las campañas digitales funcionan mejor en sistemas presidenciales que en sistemas parlamentarios, establece que toda campaña que pretenda ser efectiva debe integrar las acciones de campaña en el medio digital, crear una identidad digital de los candidatos y un sistema propio de gestión de contenidos.

Montse Fernández Crespo en el capítulo *Metodología para el análisis de las redes sociales*, presenta las técnicas empleadas en las últimas investigaciones sobre redes sociales y la capacidad predictiva del análisis de datos de estas redes, con el objetivo de “ayudar a encontrar un método acertado en el análisis de redes sociales para futuros investigadores” (p. 384).

Oscar Luengo en su trabajo *Twitter vs medios tradicionales ¿Ha ampliado Twitter un espacio ciudadano real de intercambio de información?* pretende demostrar cómo los patrones de búsqueda de información de los ciudadanos se han derivado hacia las redes sociales en detrimento de los medios tradicionales de comunicación. Analiza la cobertura que tuvo la muerte del presidente Hugo

Chávez en los diarios y televisión españoles y algunos medios europeos, y la actividad en Twitter durante esos días. El trabajo muestra que la presencia de acontecimientos internacionales relevantes se traduce en una demanda de información muy intensa, produciendo una retroalimentación entre Twitter y los medios tradicionales –si bien la información de estos foros es finalmente monopolizada por las grandes empresas de comunicación.

El último capítulo, *La autonomía y la horizontalidad de la comunicación política del 15M durante el 12 de mayo de 2012*, de Francisco Collado, desarrolla un análisis de la cartelería con mayor impacto publicada en la red para la convocatoria del 15M, con el fin de identificar las funciones que persigue y las cuestiones que plantea el 15M, y mostrar en qué medida son distintos a los presentes en la agenda de los partidos políticos. Para Francisco Collado, el 15M es un movimiento horizontal –y por tanto, los modelos de comunicación vertical no son válidos actualmente para abordar una realidad tan compleja– así como autónoma, pues su agenda es distinta a la de los partidos y los medios de comunicación.

Pilar ANTOLÍNEZ MERCHÁN

Universidad Camilo José Cela / pantolinez@ucjc.edu

Lo popular en la experiencia contemporánea. Emergencias, capturas y resistencias

María Eugenia Borro (compiladora)

Editorial: El Colectivo. Buenos Aires, Argentina

Año: 2015

Páginas: 305

ISBN: 978-987-1497-71-3

Abrir las posibles guías de lecturas en torno a un nuevo libro siempre encarna una responsabilidad a *la Bajtín*. Esto es, la puesta en marcha de una acción valorativa que se presentifica como opción política-estética de y en aquello que se dice, se pretende o se desea ‘comunicar’ y aquello que siempre deriva del lugar exotópico del intérprete.

En el caso de *Lo popular en la experiencia contemporánea. Emergencias, capturas y resistencias*, compilado por María Eugenia Boito, entonces, elegimos comenzar señalando al menos algunas cuestiones que marcan el ‘afuera’ del texto, pero que sin lugar a dudas, constituyen su valor como totalidad de sentido. Lo primero: (re)conocer que las apuestas que se tramam en esta experiencia de escritura refieren a una particular forma de comprender el hacer intelectual en relación a la transformación social.

Así, el libro emerge de un proceso de formación académica y docente sostenido a lo largo de más de una década y cuyo desarrollo está estrechamente vinculado con una instancia práctica y reflexiva del *stop*, del detenimiento como ejercicio fundamental del pensamiento y la acción. Cada uno de los trabajos que componen este libro son escenas e instantáneas que surgen en el marco de un seminario de “Cultura Popular y Cultura Masiva”, a cargo de María Eugenia Boito (en la carrera de Comunicación Social de la Universidad Nacional de Córdoba).

En su simple nominación, el Seminario como experiencia académica abre un hilo de aquellos “posibles” que nos sumerge en un primer señalamiento con relación al contenido de esta obra: reflexiones sobre/en torno de lo popular, su campo de estudios, sus tradiciones teóricas; sus objetos y, por qué no, sus críticas. Pero ¿Qué significa reflexionar sobre lo popular en Córdoba, Argentina, en la segunda década del siglo XXI? ¿Qué formas de interrogación, reflexión y configuración

de los 'objetos' se ponen en tensión en formaciones sociales complejas donde lo masivo y lo popular se confunden?

Esas preguntas no enunciadas están implícitas en el montaje que, como recorrido de lectura es propuesto en la organización del texto. Y se anudan con la experiencia *in situ* de este grupo de docentes, adscriptos y estudiantes; cuyo encuentro en el marco de ese seminario ha buscado desde 1999 instaurar en las discusiones teóricas y metodológicas del campo una perspectiva materialista sobre un fenómeno cuyos matices adquiere límites y fronteras al menos complejas y conflictivas. Se apuntan en esta dirección los contornos de un escenario como plataforma de constitución del campo de reflexiones sobre 'lo popular', que reconoce en este Sur Global la existencia de relaciones de colonialidad como trama de fondo, como caldo de 'cultivo'.

La tarea de formación docente, en este sentido, no es sólo un dato de color sobre lo producido, sino que emerge como la instancia fundamental que atraviesa una multiplicidad de prácticas que la exceden.

Sólo con la intención de construir un mapa que permita al lector situarse transversalmente en la obra –que no ingenuamente cierra con una clase dictada por María Eugenia Boito en el mencionado seminario– adelantamos aquí algunas pistas de su conformación. Son de carácter interpretativo, buscando instalar en nuestro presente algunas 'escenas' de lo popular junto a los autores de los distintos trabajos, porque consideramos que estas ponen en movimiento las relaciones sociales siempre de manera dialéctica, contradictoria, ambivalente. Es precisamente por ello que se activan "máquinas de producción de sentidos" (que siempre son máquinas de guerra):

Las escenas como tramas de sentido hacen posible la comprensión del momento dialéctico donde la reformulación de las prácticas y la resignificación del espacio-tiempo [...], reestructuran el devenir de miles de sujetos, desde una lectura que reconoce la política de los cuerpos en escenarios coloniales como los nuestros. Con las escenas se hacen visibles y accesibles los cuerpos en su presentación social, en las formas de apropiación de las hexis corporales y en la potencia reprimida de la seguridad que brinda el disfrute hecho carne, provocada por la espacialización de la expresión (al escenificarlo) que se ponen en juego con sus prácticas. Lo que se produce, en este sentido, es la mostración del suceder histórico (ese tiempo 'situado' en palabras de Bajtín) que 'se muestra' y al mostrarse se inscribe, es mediado por el cuerpo que lo presentifica. (Espoz, 2014, p. 317)

El libro se organiza en tres secciones: *Habitar, circular, comer y danzar como artes de hacer plurales; Las industrias culturales y las marcas experienciales del pensar/sentir popular; y Lo popular como conflicto: capturas/coagulaciones y resistencias/transformaciones*. Estos nudos de sentido van marcando el ritmo de las interrogaciones a la vez que van señalando las tradiciones de lectura que enmarcan la reflexión. El eco *decerteano* y *benjaminiano* es innegable en esta dirección, es

la óptica de lo ‘lejano-cercano’, como dialéctica de las formas del conocimiento, la que traman en la mayoría de los escritos la opción epistémica de los autores.

Cada uno de los autores, en una búsqueda que intenta interrogar el fenómeno escurridizo de ‘lo popular’ –siempre en tensión conflictual con lo masivo– en escenarios contemporáneos, se inserta o ‘inter-versiona’ –a decir de María Eugenia Boito– en una diversidad de campos que se articulan –no siempre pasivamente– en experiencias de investigación, tanto colectivas como individuales. Con ello queremos remarcar que la elección del fenómeno, desde la experiencia particular sobre la que cada uno trabaja, remite a indagaciones que no son sólo teóricas o metodológicas vinculadas con un abrazar la producción de conocimiento en términos científicos.

El libro da cuenta, entonces, de un fuerte trabajo de intervención en escenarios materiales específicos y frente a actores sociales con ‘rostro’ (*sensu* Levinas), donde los investigadores se abrazan a horizontes de transformación sociopolítica que remiten a particulares experiencias de clase. Esta última noción aparece una y otra vez a lo largo del libro que nos señala su potencia teórica y práctica: *las experiencias y su estructuración en términos de clase* en el marco de sociedades autoproclamadas por el discurso hegemónico como ‘post’ o ‘trans’ clasistas, nos advierte la compiladora/montadora, ob-liga a renunciar a la comodidad de lo establecido, a costa de siempre ser catalogado como ‘pesimista’.

Conocer y aceptar que “los dolores que nos quedan son las libertades que nos faltan” (Manifiesto de la Reforma [Universitaria], Córdoba 1918) y, así y todo, poder mirar al sesgo el dolor que a veces aparece como centellante ‘alegría’, es una tarea que busca mantener una tradición de pensamiento que a martillazos destruya el *continuum* de una historia que se relata y se repite, mas nunca se redime. La materialidad de lo vivido es, para este equipo y particularmente en este libro, el argumento efectivo que nos permite salir de la ensoñación mercantil y recordar que las igualdades no se construyen por derecho. Mirar la experiencia (el comer, el habitar, el circular, el danzar, el leer, etc.), rumiarla, y hacerla estallar allí donde todavía remite a lo vivo, lo presente, lo fluido.

Podríamos mínimamente mencionar que lo popular se piensa desde un campo de fuerzas heterogéneas que señalan no solo múltiples objetos y prácticas sino también miradas: la reflexión misma sobre la noción de tácticas y su importancia para construir condiciones de observabilidad en el campo (María de los Angeles Montes); la reflexión sobre el cuerpo en movimiento y la danza folclórica como dispositivo de subjetivación (Florencia Paez); la alimentación como momento fundamental para las condiciones de posibilidad del ser y estar en sociedad (Juliana Huergo); la reflexión sobre la recepción de historietas y el poder de la lectura en la trama de relaciones de poder de un campo (Sebastián Gago); la infancia como experiencia que busca desarticular desde el ‘hueso’ las lógicas adultocéntricas que la constituyen como campo de dominación (Ileana Ibañez); la particular trama entre técnica, sensibilidad y encierro, como entorno deseable y marca del estar ¿juntos? en nuestra época, y un intempestivo detenerse a interrogar un cúmulo de

estímulos de esos espacios de encierro tecnológico (María Eugenia Boito y Silvina Mercadal); la importancia del espacio y sus luchas de apropiación en el marco de las complejas relaciones entre tierra, Estado y mercado (Katrina Salguero Myers); las formas de tipificación del 'otro', que lo naturalizan como campo de intervención continua, donde la violencia policial marca los límites sobre el propio cuerpo de esos otros (Gabriel Giannone y Alejandra Peano); la geografía de los cuerpos que enfrentan las consecuencias de la explotación minera, apelando a la historia y la experiencia colectiva como nudo de articulación que los devuelve a la vida de los territorios (Débora Andrea Cerutti).

Pensar lo popular como se propone en esta compilación, es una acción que va mucho más allá de encontrar una definición que capture sus sentidos y sirva como marco de interpretación regular de una multiplicidad de prácticas (¿debemos aclarar: ya sociales, culturales, económicas, o sólo enfatizar su carácter siempre material?). Se trata casi como de un ejercicio en los umbrales que se extiende y expande siempre en relación a una tensión constitutiva con las lógicas de estructuración social, donde la referencia a la 'clase' y a la 'violencia' es imposible de ser evadida. En esta dirección, las reflexiones aquí presentadas, son deudas de voces que hace varias décadas señalaron, del otro lado del océano, el excedente de un campo en constitución y el valor político de sus bordes:

La cultura popular es uno de los escenarios de esta lucha a favor y en contra de una cultura de los poderosos: es también lo que puede ganarse o perderse en esa lucha. Es el ruedo del consentimiento y la resistencia. Es en parte el sitio donde la hegemonía surge y se afianza. No es una esfera donde el socialismo, una cultura socialista –ya del todo formada– pudiera ser sencillamente “expresada”. Pero es uno de los lugares donde podría constituirse el socialismo. Por esto tiene importancia la “cultura popular”. De otra manera, si he de decirles la verdad, la cultura popular me importa un pito. (Hall, 1984, p. 7)

Es a partir de esta atmósfera de pensamientos-sentidos y de sentimientos-pensados que surgen las escrituras que componen el presente libro. Una tradición que –desde Nietzsche, pasando por Mariategui, hasta R. Williams– reclama a gritos y tajazos al encorsetamiento academicista: que la productividad de las categorías está en su fluidez –porque están hechas de historias– y no en su consagración inmutable. Hay que permitir muchas más “fiestas de resurrección de los sentidos” que posibiliten leer con los ojos del presente incluso a aquellos que son los clásicos en un campo de estudios.

La productividad y potencialidad del montaje como estrategia metodológica –que recorre explícita e implícitamente la presente compilación– vuelve a invitarnos a pensar en el lugar que ocupa la reflexión por y sobre lo popular en escenarios como los nuestros. Retomando lo expresado en el cierre por la compiladora, porque:

...lo que está en juego como botín de guerra sobre el tablero de la historia de cada día /de todos los días/ es la sensibilidad social. Despabilados por el agua, generando una apertura a otros flujos de experiencia sobre la felicidad y con fragmentos de la dimensión sensible de nuestra práctica, vueltos objeto de pensamiento-sentimiento y acción, lo expropiado, astillado y coagulado de nuestra experiencia, encuentra la posibilidad de un instante de rescate y un nuevo/otro/ comienzo. Porque de lo que se trata, es de des-apresar felicidad para intuir en la sonrisa de los explotados ciertas huellas y porvenires de los intersticios, las resistencias y revoluciones. (Boito, 2015, p. 302).

Corina ECHAVARRÍA

CIECS / coriecha@hotmail.com

María Belén ESPOZ

CIECS / belenespoz@gmail.com

Referencias bibliográficas

- Espoz, María Belén (2013). *Los 'pobres diablos' de la ciudad colonial... Imágenes y vivencias de jóvenes en contextos de socio-segregación*. Buenos Aires: Estudios Sociológicos Editora. Disponible en: http://issuu.com/cieseditora/docs/los_pobres_diablos/1?e=2959578/5304621
- Hall, Stuart (1981). Notas sobre la deconstrucción de lo popular. En Samuel, R. (ed.) *Historia popular y teoría socialista*. Barcelona: Crítica.



1er Congreso Internacional Comunicación e Integración Latinoamericana desde y para el Sur.

Organizado por CIESPAL, en el marco del décimo aniversario del canal multiestatal teleSUR. Se realizó los días **22 y 23 de julio de 2015**, en Quito, Ecuador.

CIESPAL participó en el VIII Seminario Regional (Cono Sur) ALAIC y el XVII Congreso de REDCOM en la Universidad Nacional de Córdoba.

El Coordinador Editorial de Chasqui fue invitado a participar del Panel *Investigación y publicaciones en comunicación*.

Visitar: <http://www.redcom2015.eci.unc.edu.ar/2015/08/26/comunicacion-mercado-y-poder/>

1er Congreso Internacional Comunicación, Decolonización y Buen Vivir.

Organizado por CIESPAL y la Fundación Friedrich Ebert. Se realizó entre los días 16 y 18 de septiembre de 2015, en Quito, Ecuador.

Seminario Internacional Políticas, Estructuras y Ciudadanía: Pensar la Comunicación en la era Tecnomediática.

CIESPAL y CLACSO, a través del Grupo de Trabajo: Comunicación, Política y Ciudadanía en América Latina, organizaron entre el 1 y 3 de octubre de 2015 este evento que contó con la participación de destacados intelectuales latinoamericanos.

Ciclo de Debate: Diversidad Cultural, Culturas Ancestrales y Economía Social del Conocimiento.

El día 3 de octubre se organizó en la sede de CIESPAL un ciclo internacional de debate que contó, entre otros destacados académicos, con la participación de Jesús Martín-Barbero como conferencista magistral.

FELAFACS premia al Director de Investigación de CIESPAL por su tesis doctoral.

El Dr. Claudio Maldonado Rivera obtuvo el pasado 7 de octubre en Medellín (Colombia) una importante distinción por su tesis "Decolonialidad en las redes virtuales: el caso de Azkintuwe". Este trabajo fue ganador del VII Premio Latinoamericano de Tesis Doctorado en Comunicación otorgado por la Federación Latinoamericana de Facultades en Comunicación Social.

CIESPAL fue premiado por su labor comunicacional en Latinoamérica.

El día 15 de octubre nuestra institución recibió el Premio Iberoamericano ASICOM-Universidad de Oviedo 2015 por su visión paradigmática y su labor constante para lograr el posicionamiento de la comunicación como un hecho imprescindible en el desarrollo social de América Latina, en el marco de los derechos y la democratización.

Reunión Anual del I Comité Regional para América Latina y el Caribe del Programa Memoria del Mundo de la UNESCO (MOWLAC).

Del 21 al 23 de octubre de 2015, en la ciudad de Quito, Ecuador, se celebró la decimosexta Reunión Anual del MOWLAC, con el propósito de evaluar y determinar las colecciones de documentos que deberían ser inscritas en el Registro que las designa como “Patrimonio Documental de América Latina y el Caribe”.

La Mediateca CIESPAL-MEDIALAB Quito fue designada como “Patrimonio Documental de América Latina y el Caribe”

En la reunión antes mencionada, la Mediateca CIESPAL-MEDIALAB Quito fue seleccionada y se suma al registro de documentos de América Latina y el Caribe.

Visite: <http://ciespal.org/noticias/la-mediateca-de-ciespal-medialab-quito-designada-como-patrimonio-documental-de-america-latina-y-el-caribe-unesco/>

Ediciones CIESPAL fue galardonada en los premios internacionales de diseño industrial y diseño gráfico CLAP 2015.

El trabajo realizado por el reconocido diseñador español Ángel OLMOS, quien tiene un amplia experiencia en diseño gráfico y tipografías latinoamericanas, triunfó en la categoría «Mejor diseño de libro de texto».

Visitar: <http://ciespal.org/noticias/ciespal-recibe-un-nuevo-galardon-internacional-de-diseno-por-ediciones-ciespal/>

Jornadas Comunicación y Movilidad Humana. El desafío de informar: la responsabilidad de los medios de comunicación en la sociedad

CIESPAL, la Defensoría del Pueblo de Ecuador, La Cooperación Técnica Alemana GIZ y Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados -ACNUR- organizan estas Jornadas para los días 5 y 6 de noviembre. Entrada Libre.

Visitar: <http://ciespal.org/noticias/jornadas-comunicacion-movilidad-humana/>

El Director General de CIESPAL participará, en Brasil, en el Foro Regional Latinoamericano organizado por FAO.

El Dr. Francisco SIERRA CABALLERO, ha sido invitado a dictar la conferencia *Políticas y servicios de comunicación rural para el desarrollo territorial y la innovación en agricultura familiar: enfoques y evidencias*, en el marco del evento que se realizará durante los días 12 y 13 de noviembre de 2015.

Visitar: <http://ciespal.org/noticias/el-director-general-de-ciespal-participara-en-brasil-en-el-foro-regional-latinoamericano-organizado-por-fao/>

CIESPAL entregará la Medalla de Oro al académico José MARQUES DE MELO

Se otorgará al pensador latinoamericano José MARQUES DE MELO la Medalla de Oro, máxima condecoración que entrega la institución como acto de reconocimiento a la labor que destacados intelectuales han desarrollado para contribuir al Pensamiento Comunicacional Latinoamericano. El acto se desarrollará el próximo 16 de noviembre en el marco de PEN-SACOM 2015, en la Universidad Metodista de São Paulo (UMESP), Brasil.

Visitar: <http://ciespal.org/noticias/ciespal-entregara-la-medalla-oro-al-academico-jose-marques-melo/>

Ier Congreso Internacional de Periodismo: Convergencias mediáticas y nueva narrativa latinoamericana.

CIESPAL invita a participar los días 5, 6 y 7 de mayo de 2016 de un espacio donde sea posible co-construir conocimiento, debate, reflexión y participación en torno a otra modalidad de periodismo, a fin de poderla visualizar como una salida real al periodismo tradicional, un respiro para un periodismo en crisis, en el que nos atreveremos a intentar superar la crisis profesional a través de un retorno a la calidad.

Visitar: <http://ciespal.org/event/i-congreso-internacional-de-periodismo-convergencias-mediaticas-y-nueva-narrativa-latinoamericana/>

Foro Latinoamericano y Caribeño de Comunicación Popular y Comunitaria – II Congreso Internacional sobre Comunicología del Sur

CIESPAL, la Agencia Latinoamericana de Información (ALAI) y la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO – Quito) convocan a las organizaciones comunitarias, academia, activistas y ciudadanía en general a participar en el *Foro Latinoamericano y Caribeño de Comunicación Popular y Comunitaria – II Congreso Internacional sobre Comunicología del Sur*, encuentro que tendrá lugar entre los días 28 y 30 de Junio de 2016 en la sede de CIESPAL y FLACSO, Quito, Ecuador.

Visitar: <http://ciespal.org/event/foro-latinoamericano-y-caribeno-de-comunicacion-popular-y-comunitaria-ii-congreso-internacional-sobre-comunicologia-del-sur/>

CONGRESOS CIESPAL 2016



I Congreso Internacional de Periodismo

Convergencias mediáticas y nueva narrativa latinoamericana

5, 6 y 7 de mayo de 2016

CIESPAL    

Foro Latinoamericano y Caribeño de
Comunicación Popular y Comunitaria

II Congreso Internacional sobre Comunicología del Sur

28, 29 y 30
de junio, 2016

CIESPAL
Quito - Ecuador




www.ciespal.org

Más información:

www.ciespal.org

AMERICA LATINA en movimiento

nueva imagen en web
más completa
más ágil...

- realidad regional actualizada diariamente
- dinámicas sociales
- noticias, opinión y análisis
- más de 81 mil documentos clasificados
- búsquedas por tema, autor, fecha, país, palabra



www.alainet.org

SERVICIOS
Boletín ALAI-AmLatina
RSS
Contacto

Presentamos una propuesta integral que
conjuga todos los servicios logísticos y técnicos
para lograr **excelencia en sus eventos**, además de
servicios complementarios



CENTRO DE EVENTOS Y CONVENCIONES

- CENTRO DE EVENTOS Y CONVENCIONES
- CENTRO AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIA (CAM)
- EDICIONES CIESPAL COEDICIONES Y SERVICIO DE EDICIÓN, DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN
- SERVICIO DE IMPRENTA



Para mayor información del tarifario, paquetes, etc.
Ingresa a: ***www.ciespal.org***



Revista Ecuador Debate N° 95

Editor: Centro Andino de Acción Popular -CAAP-
Tema Central: Imágenes y objetos: etnografía y
vidas sociales

Ecuador Debate N° 95 dedica su Tema Central a Imágenes y Objetos: etnografía y vidas sociales. Ofrece una aproximación a objetos provenientes de prácticas artísticas y representaciones relacionadas con imágenes y objetos tratados desde el enfoque de la antropología visual. Xavier Andrade propone interpretar las relaciones de la joyería con representaciones culturales en el marco de una débil institucionalidad y reconocimiento a los joyeros como artistas.

Los estudios de Libertad Gills, Violeta Montellano, York Neudel y Patricia Ramos se encuentran localizados en la comuna de Engabao en la Provincia de Santa Elena, la Isla del Sol en Bolivia, la comunidad de turismo alternativo de Yunguilla en Pichincha, y, la ciudad de Machala y aledaños. Realizan un trabajo sobre registros fotográficos y audiovisuales, sobre las relaciones entre producción textual y realización fílmica, y sobre la capacidad de producir diálogos con los sujetos que son objeto de la representación antropológica o sociológica mediante tecnología de reproducción visual y audiovisual.

Angélica Ordóñez procesa el modo en que Oswaldo Guayasamín se erigió a sí mismo como ícono artístico con una deliberada selección de imágenes de lo indígena, pensada para favorecer la operación de su propia y próspera industria. La contribución de Paola Rodas problematiza las consecuencias de la islamofobia global en Ecuador desde las representaciones y discursos mediáticos.

AUTOR, AUTOR

www.olacom.org



OLACOM

Observatorio Latinoamericano de Comunicación



www.ciespal.org

Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín
Telf: 2548011 Mail: seminariosytalleres@ciespal.org

Un NUEVO punto de comunicación y lectura



CIESPAL

Diego de Almagro N32-133 y
Andrade Marín - Edif. CIESPAL
Teléfono: (02) 254 0017
Horario de atención:
Lunes a viernes de 9h30 a 18h30



- Chasqui acepta artículos originales e inéditos. No se acepta material previamente publicado. Los autores son responsables de obtener los oportunos permisos para reproducir parcialmente material (texto, tablas o figuras) de otras publicaciones y de citar su procedencia correctamente. Las opiniones expresadas en los artículos publicados son responsabilidad de los autores.
- El texto completo de los artículos sólo puede ser enviado en los idiomas español o portugués.
- En la lista de autores firmantes deben figurar únicamente aquellas personas que han contribuido intelectualmente al desarrollo del trabajo; haber colaborado en la recolección de datos no es, por sí mismo, criterio suficiente de autoría. Chasqui declina cualquier responsabilidad sobre posibles conflictos derivados de la autoría de los trabajos que se publiquen.
- Se permitirá un número máximo de tres autores por artículo.
- Los artículos enviados deben versar sobre aspectos sociales, culturales, políticos, y académicos de la Comunicación. Al mismo tiempo, deben abordar los temas desde una perspectiva de investigación y estar elaborados en base a una rigurosidad académica, crítica y una propuesta teórica específica.
- Para orientar sus textos a la sección correspondiente, los autores deben revisar las Políticas de sección de Chasqui. Es importante notar que la sección *Monográfico* está definida temáticamente por una convocatoria específica, a la cual los autores deberán orientar sus artículos al momento de realizar su envío.
- Solo se recibirán archivos en formato OpenOffice o Microsoft Word.
- *Todos los manuscritos deberán respetar nuestras **Normas de publicación**, disponibles en nuestra página web:*
www.revistachasqui.org



PRÓXIMOS NÚMEROS

Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación, invita a todos los investigadores y docentes comprometidos con los estudios sobre Comunicación a presentar el resultado de sus pesquisas a través de nuestra sección Monográfico.

N°129 / agosto 2015

Comunicación e integración desde el Sur

Comunicação e integração Sul-Sul

Coordinador: Carlos DEL VALLE ROJAS

Convocatoria finalizada

N° 130 / diciembre 2015

Vivir las ciudades: sentidos y experiencias urbanas desde una mirada norte/sur global

Viver as cidades: sentidos e experiências urbanas a partir de um olhar norte/sul global

Coordinadores: María Belén ESPOZ y Paulo PEIXOTO

Convocatoria finalizada

N° 131 / abril 2016

Diálogo de saberes: giro decolonial y comunicología latinoamericana

Diálogo de saberes: giro descolonial e comunicología latino-americana

Coordinador: Claudio MALDONADO RIVERA

Fecha límite: 5 de febrero, 2016

Para presentar su contribución deberá cargar sus manuscritos a través de nuestro sitio web www.revistachasqui.org

Todos los artículos enviados a Chasqui, deben ser obligatoriamente originales e inéditos.



Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

SUSCRIPCIÓN ANUAL



3 EDICIONES \$ 57,00 por Año

(+ costos de envío)

Detalle de la suscripción anual:

3 números de la revista.

Los costos de envío (3 envíos por separado)

se calcularán de acuerdo a la dirección de envío seleccionada
en el enlace de compra

<http://suscripcioneschasqui.ciespal.org>

*Puede realizar varias suscripciones para recibir más de
un ejemplar en un solo envío consolidado, 3 veces al año*

Descuentos sobre el valor de suscripción:

A partir de 4 suscripciones, 25%

A partir de 8 suscripciones, 30%

A partir de 15 suscripciones, 40%



CIESPAL

