

Estudiar la comunicación desde América Latina.

El desafío de preservar lo humano en la era del algoritmo

Communication studies from latin america. The challenge of humane preservation in the algorithm's era

Estudar a comunicação a partir da america latina. O desafio da preservação do humano na era do algoritmo

Mauro CERBINO

Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales-FLACSO

mcerbino@flacso.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-4102-0919>

Verónica LUNA BÁEZ

Universidad Autónoma de Barcelona-UAB

veronica.lunab@autonoma.cat

<https://orcid.org/0000-0002-5373-0707>

Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación
N.º 155, abril - julio 2024 (Sección Tribuna, pp. 19-34)
ISSN 1390-1079 / e-ISSN 1390-924X
Ecuador: CIESPAL
Recibido: 09-02-2024 / Aprobado: 14-04-2024

Resumen

Este texto surge a raíz de las reflexiones generadas durante el Primer Congreso de Comunicación Latinoamericana CIESPAL – FELFACS, donde se reunieron investigadores de 20 países para abordar las prácticas mediáticas e informativas contemporáneas. El objetivo era repensar la comunicación y reinventar los procesos de mediación social en diversos ámbitos, desde lo informativo y económico hasta lo político y el entretenimiento. Celebrado en la sede de CIESPAL en Quito, Ecuador, un espacio con una larga historia en las discusiones sobre el pensamiento crítico en la región, el congreso propuso una reflexión profunda sobre el papel de los medios comerciales y su relación con el poder político, destacando la necesidad de replantear el periodismo como una herramienta independiente y crítica.

Palabras clave: comunicación, hegemonía, digitalización, periodismo, capitalismo

Abstract

This text arises from the reflections generated during the First Congress of Latin American Communication CIESPAL – FELFACS, where researchers from 20 countries met to address contemporary media and information practices. The objective was to rethink communication and reinvent social mediation processes in various areas, from information and economic to political and entertainment. Held at the CIESPAL headquarters in Quito, Ecuador, a space with a long history in discussions about critical thinking in the region, the congress proposed a deep reflection on the role of commercial media and its relationship with political power, highlighting the need to rethink journalism as an independent and critical tool..

Keywords: communication, hegemony, digitization, journalism, capitalism

Resumo

Este texto surge das reflexões geradas durante o I Congresso de Comunicação Latino-Americano CIESPAL – FELFACS, onde pesquisadores de 20 países se reuniram para abordar práticas midiáticas e informacionais contemporâneas. O objetivo foi repensar a comunicação e reinventar os processos de mediação social em diversas áreas, desde a informação e económica até à política e entretenimento. Realizado na sede do CIESPAL, em Quito, Equador, espaço com longa trajetória nas discussões sobre o pensamento crítico na região, o congresso propôs uma profunda reflexão sobre o papel da mídia comercial e sua relação com o poder político, destacando a necessidade de repensar o jornalismo como uma ferramenta independente e crítica.

Palavras-chave: comunicação, hegemonia, digitalização, jornalismo, capitalismo

Introducción

Este texto nace a propósito de las reflexiones suscitadas en el Primer Congreso de Comunicación Latinoamericana CIESPAL – FELFACS¹ que reunió a investigadores de 20 países para nutrir el debate en torno a las prácticas mediáticas e informacionales contemporáneas. Para repensar la comunicación y reinventar los procesos de mediación social, tanto en el plano de la información, como en lo económico, en lo político y en el entretenimiento. Todo esto, dentro del mismo espacio que ha sido un referente de la historia de la comunicación y las discusiones sobre el pensamiento crítico de la región, a lo largo de 64 años, como es la sede de CIESPAL en Quito (Cerbino y Dávila, en prensa).

La tarea ha sido la de “repensar”. Las academias y los observatorios de comunicación de nuestra región están repletos de estudios, con probada evidencia empírica, de que los medios de comunicación comerciales cuando dependen del poder político, su mayor propósito es hacer “negocio de la verdad” (Cerbino, 2024). El periodismo que se consume en nuestros hogares ha caído presa del juego desarrollo-ocultamiento, que muestra algo para ocultar otra cosa, siendo los medios masivos, especialmente la televisión, el “espacio privilegiado donde se elabora la actualidad política y se hilvana el sentido público” (Manin, 1993). O como decía Patrick Champagne, en línea con su maestro Pierre Bourdieu, al referirse al periodismo como una actividad de doble dependencia, la una económica y la otra política (1999).

Porque como mencionó Cesar Bolaño, haciendo referencia a Habermas: en esta era que nos atraviesa, todo pensamiento comunicacional procedente de las tecnologías de la información y de la comunicación, la internet y las plataformas digitales, contiene elementos claramente estructurantes, mediadores de las relaciones económicas, políticas y sociales (Bolaño, 2023), operando en favor del gran capital monopolista. Es así como las noticias de actualidad, el contenido de la industria cultural que hallamos en la plataforma de *streaming* de nuestra predilección y la producción de conocimiento “convergen mercantilmente” (Mata, 2010), para reproducir simbólicamente el mundo y la vida (Bolaño, 2023) y, así, preservar la estabilidad y continuidad del sistema.

Y por otro lado también, “reinventar”. Si el periodismo continúa en manos de unos pocos, como un mero instrumento de manipulación de masas, está destinado a empeorar. Entonces, las posibilidades que tenemos como ciudadanía, oscilan entre no informarse o informarse por diversas fuentes, pluralizar nuestro acceso informativo y las fuentes de información para establecer, aunque sea de forma precaria, algún criterio propio sobre los acontecimientos. Y comprender que esta misma ciudadanía “no puede ser entendida como mera audiencia, ya que, a través de sus manifestaciones, comienza a cumplir una función de intervención reguladora” (Mata, 2010) que plantea en el espacio

¹ El Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) y la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS)

público, una renovación constante de la legitimidad de los lazos representativos (Annunziata et al, 2006). Es decir que, en este esquema común, los medios están cada vez menos solos cumpliendo la función informativa.

El primer paso en el camino trazado por este Congreso, fue la elaboración de la “Declaración de Quito” planteada por Gissela Dávila, Manuel Chaparro, Mauro Cerbino, Rafael González y Santiago Muñoz, debatida y firmada por las organizaciones, facultades, personas académicas, investigadoras y estudiosas de la comunicación y el periodismo de Iberoamérica; quienes, desde una perspectiva crítica, rechazan al capitalismo en todas sus formas y advierten sobre sus riesgos, incluida la hiperdigitalización de la vida postpandemia. Con la Declaración, se lamenta la falta de adaptación de los programas de comunicación universitarios a los desafíos actuales de la sociedad y la ausencia de una educación mediática adecuada en todos los niveles de enseñanza para enfrentar los riesgos causados por la hiperinformación, desinformación y noticias falsas que generan infodemia e infoxicación y ponen en riesgo la democracia. Se denuncia la persistente concentración mediática que amenaza la democratización de la comunicación en cuanto a diversidad y reprochan que se hayan detenido los avances en materia de políticas nacionales de comunicación, debido a intereses manifiestos de las élites nacionales y supranacionales. Se advierte también el aumento de la violencia y censura contra periodistas atribuida a la falta de protocolos y a la pasividad estatal; así como la precarización laboral en los medios de comunicación.

La Declaración, aboga por una transformación profunda, en el ámbito de la comunicación frente al capitalismo y el neoliberalismo, proponiendo enfoques basados en justicia social, de género y climática. Insta a elaborar políticas de investigación y metodologías centradas en el territorio y la creación de modelos de medición propios para superar las métricas mercantilistas. Demanda la revisión de los planes de estudio de las carreras de comunicación, priorizando las propuestas críticas que den mayor énfasis a la investigación, estudio y construcción de teorías y metodologías favorecedoras de las eco-transiciones.

Ante el impacto negativo de las malas prácticas informativas en la salud mental, se reclama la responsabilidad ética de los periodistas y la inclusión de garantías en las políticas públicas de comunicación. Se exige la redistribución equitativa de frecuencias del espectro radioeléctrico y el apoyo a los medios comunitarios. Se subraya la necesidad de incorporar enfoques de derechos humanos, género e interculturalidad, así como diversidad de contenidos: interculturales, decoloniales, antiimperialistas y orientaciones desde una perspectiva bio-céntrica. Y finalmente, se hace un llamado a las instituciones latinoamericanas, a aplicar acciones innovadoras y de cooperación para impulsar estudios críticos de la comunicación.

Avivar el pensamiento crítico en la penumbra de la hegemonía

El pensamiento crítico latinoamericano, cobra vital importancia en este escenario político en respuesta al vigor que adquirió la hegemonía dominante a partir de la segunda mitad del siglo XX, tras el avance de la concentración de la riqueza y la exclusión social, consecuencia de las décadas de política neoliberal (Bolaño, 2024). Mientras en nuestro panorama actual, en palabras de Bolaño, se refuerza la manipulación, el control social y la vigilancia por parte de las empresas propietarias de las plataformas digitales, “constituyendo un nuevo sistema de legitimación, que refuerza los lazos entre el capital nacional y el oligopolio global de las llamadas *big techs* norteamericanas” (Bolaño 2024), los intelectuales de la comunicación, diluyeron sus arrojos en la discusión sobre los aciertos y errores de los gobiernos progresistas. Es decir que, cuando más necesitábamos estudiar las nuevas tecnologías, menos las estudiamos (Follari, 2024).

Por su parte, el discurso libertario de la extrema derecha, avanzó sin trabas por Europa y América Latina, al punto de insertarse a través de las redes sociales, en los imaginarios de los sectores menos privilegiados de la sociedad, con quienes empatizaron a través de astucias disfrazadas de entretenimiento y un supuesto discurso antisistema, para justificar “la profundización de la perspectiva del *mainstream* en el manejo de la política económica, la radicalización del ataque a los derechos de los trabajadores y a los sistemas de seguridad social, con beneficios para el gran capital monopolista y todas las viejas recetas de la más feroz ortodoxia” (Bolaño 2024). Afirmando lo dicho por Paulo Freire: “Si el vozarrón del dominador está dentro tuyo y enuncia los intereses de quien te domina como propios, te ganaron la batalla cultural” (Villamayor, 2024).

El resultado de esa fórmula, no sólo responde a un hábil manejo mediático y digital por parte de estas corrientes políticas, sino también, al “gran poder reticular de penetración social, basado en la comprensión de los fenómenos sociales a una escala profunda” (Kaplún, 2024). Es decir, que las nuevas derechas han ganado los espacios que anteriormente ocupaban las tradiciones progresistas, al acercarse a colectivos y personas, no solo desde un lugar social, sino también, desde una supuesta cercanía a su problemática singular.

Es allí donde el repensar la comunicación nos atraviesa, pues vivimos en una era donde las formas comunicativas operan al servicio de los intereses del capital y engendran una reproducción simbólica del mundo, de la vida, bajo una óptica encadenada. Los medios de comunicación masiva, en su actuar hegemónico, contribuyen a “deshacer la historia” (Mata, 2010) y, lo que tal vez algún día fue la utopía del cuarto poder, hoy definitivamente se disuelve, sin una fuerza equivalente en la escena, que exprese un interés contrapuesto y de auditoría social. La mentira hoy en día, alcanza niveles exasperantes, que precisan del ingenio y la resistencia de los sectores populares para producir otras narrativas y poder intervenir con algo de claridad en ella (Villamayor, 2024).

Entonces, la ciudadanía en su más amplio sentido de comunidad, juega un papel crucial. “Negarse a consumir los medios sería quedar fuera de uno de los principales tipos de intercambios que constituyen la sociabilidad de nuestra época” (Mata, 2010), pero es posible desnaturalizar lo que se ha naturalizado; revelar en la narrativa las dinámicas de manipulación, desmontar y volver a narrar para lograr algún tipo de incidencia cultural (Villamayor, 2024) y revertir ese aparente orden social y comunicativo que nos han impuesto y se pretende verdadero e inamovible.

La actualidad precisa además de un sentido crítico, “una visión humanista, solidaria, respetuosa de los derechos, constructora de sentido, inclusiva, diversa, divergente, con rostro de mujer, de niña, de naturaleza, de pueblos y nacionalidades indígenas, afrodescendientes, de personas en situación de movilidad, capaz de romper moldes y formatos para crear y proponer lo que hasta ahora era inimaginable” (Dávila, 2024). Con ello, poder converger en una mirada latinoamericana, labrada desde nuestro mestizaje y que sea “el referente comunicacional que nos identifique, libres de patriarcado, con un pensamiento decolonial y con raíces profundamente arraigadas en el territorio” (Dávila, 2024).

La pandemia trastocó al mundo, nos sentó tras la ventana de nuestros hogares y de nuestros ordenadores a observar como la propagación de la posverdad, las noticias falsas y la desinformación se volvió moneda corriente, aprovechando las dificultades para clasificar y verificar el abrumador flujo de información que recibimos y la manipulación perpetrada por unos y replicada por otros, con la finalidad de sembrar confusión, instigar temor y alimentar fanatismos (Fuentes, 2024).

A partir de ese acontecimiento, hemos sido testigos de la profundización de las desigualdades entre los países del norte y del sur. Mientras en el norte se dedican a la producción y registro de patentes y *big data*, el sur ha consolidado su rol de consumidor y proveedor de esos mismos datos, como en el pasado fue de materias primas, reproduciendo así la dependencia. El hilo imperceptible que conectaba a las generaciones y nutría la identidad del grupo social se volvió frágil, revela Raquel Paiva. Un ejemplo de esta fragilidad, se percibe todos los días en Rio de Janeiro, una ciudad de 6 millones de habitantes, donde los grandes medios de comunicación han acaparado la producción narrativa de la realidad, en consonancia con el poder vigente. Un poder combinado de milicias paramilitares y narcotraficantes que dominan el territorio de las favelas, donde se asienta el 25% de la población que vive víctima del terror, sin libre acceso al mercado de bienes de consumo masivo, porque éste, se encuentra cooptado por las milicias que controlan y gestionan las ventas y distribución de todo lo necesario, desde el pan, las medicinas, el agua, el gas y hasta la internet (Paiva, 2024).

Cuando hablamos de hipermediatización de la sociedad, hay quienes teorizan sobre “una masiva colonización de conciencias” (Reyes, 2024), mientras

otros consideran que se trata de una especie de olvido, que nos ha conducido a una *éphope* de desorientación (Stiegler, 2002), que produce unos efectos disolventes de la memoria. La técnica y sus tecnologías han desestabilizado el tiempo (Reyes, 2024) y los archivos de los patrimonios comunes. Visto desde una perspectiva antropológica, la sociedad construye sentidos hacia el futuro, mediante legados que heredan de las sociedades que le antecedieron (Reyes, 2024), pero ¿qué sucede cuando esas herencias simbólicas se desvanecen? ¿hacia dónde nos encaminamos?

El problema, declara Reyes, es que nos encontramos frente a una pérdida de la singularidad de la experiencia humana. Imaginemos a millones de personas mirando por televisión, en tiempo real, un acontecimiento noticioso. Es decir, compartiendo una misma experiencia, bajo el mismo estímulo prefabricado y ficticio, construido por alguien con un enfoque, encuadre, contenido y objetivo determinado (Reyes, 2024). Bajo esta adulteración del conocimiento sobre la realidad, no es posible un enriquecimiento cultural, por el contrario, solo se produce un reduccionismo que nos lleva a entender, de una manera unísona, la realidad que nos circunda. Aun cuando lo que repite el “vozarrón” como decía Villamayor, no coincide con la evidencia a la que nos enfrenta todos los días nuestra cotidianidad. La consecuencia del consumo falseado de la realidad, es un tejido social fragmentado, caracterizado por la antipatía y desafección de sus miembros hacia “el otro”, una incomunicación profunda, a pesar de la multiplicidad de dispositivos y canales de comunicación disponibles, precisamente, en estos tiempos, donde la “conectividad y la comunicación exhiben el progreso más amplio y eficaz que la humanidad haya conocido” (Reyes, 2024).

¿Desarrollo, al servicio de quién?

En el debate sobre los desafíos de la comunicación, es preciso detenerse en la construcción simbólica de la realidad y hacer una parada obligatoria en la concepción tradicional del desarrollo. La que instrumentaliza a la naturaleza, pretende tecnologizar a la humanidad, y clasifica globalmente a los pueblos y a las regiones, a las que jerarquiza con una visión evolucionista lineal (Torrico, 2024). Este pensamiento, deviene de la propuesta de las Naciones Unidas, para explícitamente dividir esa linealidad en dos e inventar una mirada hacia el deber ser, compuesta por los países del mundo desarrollado; y el bloque de los que vienen detrás, compuesto por los países del mundo en desarrollo.

Parafraseando a Boaventura de Sousa Santos en su planteamiento sobre la monocultura del tiempo lineal, esta concepción responde a la creencia de que la historia tiene una dirección definida y que los países desarrollados, están siempre avanzando. Es una perspectiva que implica que todo lo que existe en los países desarrollados, es más evolucionado de aquello que se encuentra en

los países subdesarrollados, incluidas sus instituciones, formas de interacción social y visión del mundo (De Sousa Santos, 2006).

Esta concepción de desarrollo, no es más que la propaganda de unos objetivos inalcanzables, como es la “auténtica estafa de los objetivos del desarrollo del milenio” (Chaparro, 2024). De esta concepción unidireccional del mundo, nace la idea de la comunicación para la modernización o para el desarrollo, en la que están ausentes la reflexión y los mecanismos que promuevan la democratización de la comunicación, condiciones imprescindibles para imaginar una sociedad diversa, digna y equitativa. Por el contrario, la noción de comunicación para el desarrollo, ofrece una guía de recetas para interferir en la política pública de los estados; sin embargo, no ha logrado incidir en el real cambio social que entona su aparataje propagandístico a pesar de sus millonarias inversiones.

Por tanto, necesitamos reformular el concepto de desarrollo, superar ese campo cognitivo definido epistemológicamente y que, en lo comunicacional nos impide imaginar un mundo mejor; trabajar por otra comunicación, una más radical y de composición comunitaria y humanizadora (Torrico, 2024).

La comunicación que nos concierne

Los intentos de hacer funcional a la comunicación plegándola al servicio del poder, han hecho que se la entienda como una disciplina incompleta, a la que se le debe añadir la preposición “para” (el desarrollo, la modernidad, la democracia, etc.) a fin de nombrar su completitud. La mutación contemporánea y, sin embargo, siempre originada en este enfoque utilitarista, es lo que conocemos como comunicación para el entretenimiento, que, “se canaliza por las plataformas digitales y sigue el mismo patrón de definición de comportamiento que la comunicación para la modernización” (Torrico, 2024).

Sin desdeñar su función recreativa y, en contraposición a la visión reduccionista, Raúl Fuentes, destaca la importancia de la comunicación en cuatro aspectos fundamentales: primero, la atención a las necesidades humanas que motiven el uso de la comunicación, entendidas desde una dimensión psicosocial; segundo, el análisis de las técnicas y materias expresivas de la comunicación como agentes de cambio; tercero, la consideración de los lenguajes y sus contenidos, abarcando ideologías, agendas temáticas, narrativas y discursos persuasivos; y por último, la comprensión de la estructura social, incluyendo el poder y la resistencia, que regula, prioriza, limita y aprovecha estas técnicas y lenguajes comunicativos (Moragas, 2022). Entendiendo a la comunicación, como una relación sociocultural, un producto de la intersubjetividad, un derecho social que nos pertenece a todas las personas, aunque, no todas lo puedan ejercer (Fuentes, 2024).

Por su parte, Hernán Reyes, considera que “la comunicación es el núcleo central del funcionamiento sistémico y también la potencialidad de toda posible transformación futura” (Reyes, 2024), por lo que es necesario pensar,

hacer y practicar la comunicación desde tres principios: acuciosidad, rigor y criticidad. No solo rigor del científico, sino también, del filosófico, debido a que nuestro tiempo se caracteriza por un crecimiento acelerado de la tecnología que, comanda los nuevos dispositivos de la comunicación, cuya vorágine de innovación tecnológica, podría enfrentar la capacidad de entendimiento del ser humano sobre los cambios que experimenta el mundo contemporáneo, produciendo una obsolescencia humana (Reyes, 2024).

Profesionales de la comunicación del mundo contemporáneo

En el campo académico, también se evidencia un perjuicio al pensamiento crítico debido al avance de los sistemas de control del trabajo intelectual y científico, que homogeneiza métodos y teorías según los cánones de la academia norteamericana, beneficiando al positivismo y al funcionalismo en la lucha epistemológica (Bolaño, 2024).

Por tanto, la tarea es aún más retadora, pues transversaliza un desafío ético, que implica que la formación profesional universitaria en el campo de las ciencias sociales y la comunicación, se vuelva lo más profunda posible para que los profesionales sean capaces de “interpretar e intervenir en las diversas y complejas realidades sociales mediadas por la comunicación” (Fuentes, 2024). El comunicador universitario debe ser capaz de pensar, indagar, valorar los hechos y de inscribirse responsablemente en la transformación de la dinámica social (Fuentes, 2024).

Por su parte, Gabriel Kaplún nos recuerda que “vivimos en un mundo donde los medios tradicionales siguen trasladando contenidos hacia las redes digitales, pero también hacia las redes sociales no digitales y hacia las redes que tejemos cada día en la cotidianidad de la vida” (2024). Ante esta intromisión, considera necesario reconciliar las tendencias divergentes en el quehacer universitario de las facultades y las escuelas de comunicación, entre quienes apuestan por la formación en la investigación y quienes se apegan a las necesidades del mercado. Estas dos corrientes tienen que conversar para “pensar tanto lo crítico como las necesidades concretas de la gente y así contribuir, desde la comunicación, a la organización social, en contextos neoconservadores como en los que estamos inmersos actualmente” (Kaplún, 2024).

Otras consideraciones para situar a la profesión en esta era, es la crisis del modelo de negocio, la percepción de que los medios de comunicación toman partido en las situaciones, los deficientes ecosistemas de medios públicos, la baja calidad de los contenidos, la pérdida de credibilidad de la ciudadanía y la reproducción de la precariedad en torno al ejercicio periodístico han traído como consecuencia, lo que se denomina como “el hechizo roto”, que se refiere al creciente desencanto de los jóvenes por las carreras de periodismo (Morelo, 2024).

La comunicación enfocada en la propagación, circulación y recepción de mensajes, exige también una sana repolitización de los estudios de comunicación, que confluya en el fortalecimiento del rol profesional de los egresados, de acuerdo con una clara comprensión sobre el objeto de análisis que le corresponde estudiar, una precisión epistemológica, que evite la difuminación del objeto evanescente de que “todo es comunicación”, que es lo mismo a decir que “nada es comunicación”. Allí debe concentrarse la investigación imprescindible para desarrollar una labor más crítica y estar a la altura de las exigencias de estos tiempos (Follari, 2024).

Reiterar la importancia de las políticas nacionales de comunicación, evitando caer en el espejismo de la falsa democratización de la información que ofrece internet, ya que las grandes corporaciones aún pugnan por transmitir en señal abierta. Por tanto, fijar la mirada en la redistribución del espectro radioeléctrico y vigilar los discursos que justifican el acaparamiento de esas frecuencias por parte de los medios comerciales, bajo la falacia de que los medios comunitarios pueden crear sus espacios a través de internet (Dávila, 2024).

Un aporte imprescindible al debate, tiene que ver con lo que Bolaño denomina “la internacionalización de la pérdida de lo nacional”, que se traduce en el menoscabo de la capacidad de regulación de cada Estado, privilegiando las sofisticadas formas internacionalizadas de control de los medios de comunicación y de los sistemas de mediación social. Este hecho se constituye en el objeto de estudio primordial de la economía política de la comunicación y la cultura. Ya en el pasado, estudiábamos el control que ejercen las burguesías sobre los sistemas de industrias culturales nacionales, vinculadas a los sistemas de telecomunicación y acopladas, a nivel internacional, a la gran industria fonográfica, a las agencias de noticias y demás engranajes del sistema global de cultura, al servicio del poder. Ahora, la nueva reestructuración productiva, nos obliga a vislumbrar nuevas prioridades de estudio para comprender cómo y a través de qué opera el control del poder a nivel internacional. Aquello, pondrá en evidencia la pérdida de capacidades de control de las burguesías nacionales frente al control oligopólico ejercido por las *BigTech* norteamericanas y las plataformas digitales (Bolaño, 2024).

Finalmente, un ámbito de estudio que demanda la atención de los profesionales del campo que nos concierne, es la revisión, construcción o reconstrucción de políticas públicas de comunicación, en un mundo que converge entre antiguas y nuevas tecnologías y nos ubica frente a desafíos nuevos o, ante viejos problemas con nuevos matices que necesitan ser repensados. La concentración mediática, por ejemplo, reaparece en el mundo digital, pero ahora el acaparamiento ya no se encuentra en el poder económico nacional, sino en manos de grupos transnacionales (Kaplún, 2024).

La otra comunicación: Alternativas del quehacer comunicacional de cara al 2030

En este apartado, se exponen algunas de las alternativas planteadas en los planes de discusión del congreso, con la finalidad de vislumbrar epistemologías, metodologías, enfoques y problemáticas, que requieren ser vistas, estudiadas, compartidas, colaboradas para acrecentar los ejes del debate público y ocuparnos de la misión trasformadora que la comunicación implica.

La Economía Política de la Comunicación (EPC) en Latinoamérica, reivindica y recupera los avances de los estudios en torno a las políticas de comunicación, con tendencias mucho más complejas, provenientes del pensamiento decolonial e identitario. La perspectiva decolonial, reivindica una radicalidad en lo que se refiere a la lucha epistemológica, que no combina con la actitud prejuiciosa frente al marxismo, que adoptaron los estudios culturales en su momento. En este sentido, la EPC podría inspirar interpretaciones más realistas sobre el presente, teniendo en cuenta la centralidad creciente de las comunicaciones en todos los ámbitos de la vida (Bolaño, 2024).

Las políticas públicas relativas a la regulación de las plataformas digitales, son reactivas e insuficientes, frente al problema del control centralizado de la manipulación y de la vigilancia por parte de tres o cuatro empresas norteamericanas. Lo mismo, en relación con la descolonización, sobre la base de la tendencia materialista, propia de la EPC, para revelar el carácter material de la producción simbólica y su creciente importancia económica, como se evidencia en el estudio de las plataformas digitales (Bolaño, 2024). Entonces, le corresponde al Estado, tener una propuesta de desarrollo autónomo de las plataformas digitales, como mecanismo de emancipación y soberanía nacional sobre el rumbo del país en torno al ¿qué queremos? y ¿hacia dónde queremos ir? (Bolaño, 2024) y a los estudiosos de la comunicación, proponer su abordaje, tratamiento y desarrollo en las esferas de lo público.

Los caminos para explorar, también se bifurcan en las posibilidades de la comunicación popular y educativa, para entenderlas como herramientas estratégicas de los movimientos políticos y socio culturales, con voluntad de emancipación. Comunicación, cultura, educación y dimensión política, conforman una tétrada de trabajo y compromiso académico, pero, sobre todo, un compromiso político para proponer y construir procesos de transformación (Villamayor, 2024).

Por eso, el pensamiento situado, es clave para comprender cómo se producen los saberes, las identidades y las prácticas. Entablar un periodismo comprometido con las causas de la justicia y en posibles articulaciones con redes y solidaridades entre medios, organizaciones, universidades, movimientos sociales y comunitarios de ese mismo Estado y desde allí, producir narrativas integradas (Villamayor 2024). Abandonar la idea de que para combatir la hegemonía mediática y tener influencia sobre el público, es necesario imitar

una alternativa igual de masiva y altisonante, como la que se critica, sino más bien, pensar en el sentido genuino e histórico que la comunicación popular promueve al desnaturalizar las narrativas de las injusticias y producir narrativas de transformación para la justicia social (Villamayor 2024). En este sentido, la comunicación popular tiene la misión de traer a la memoria los hechos que marcaron nuestra historia y volver a contarla, para que los jóvenes latinoamericanos, no repitan discursos instaurados que naturalizan las diferencias, que ocultan jerarquías y que impiden pensar diferencias con igualdad.

Por ello, la comunicación popular, debe tender a privilegiar lo local y sus diversidades para descentralizar la realidad. Estudiar los medios territoriales, comunitarios y otros espacios que se construyen alejados a los escenarios tradicionales y que promueven una horizontalidad desafinante y en consonancia a lo que acontece en sus comunidades (Cerbino, 2018; Morelo, 2024). En esa misma línea, pensar la comunicación situada, cartografiar la dimensión territorial y sus diversas disputas incorporando lo biográfico, lo local y reconocerlo como cuestión fundamental de la comunicación (Martínez, 2024).

Otra iniciativa, considera dedicar tiempo a la alfabetización y lectura crítica de medios, orientada a niños, niñas y jóvenes de las escuelas primarias, secundarias y universidades, para que desarrollen destrezas que les permitan entender los efectos de los medios hegemónicos de información, la centralidad de las estructuras económicas y políticas, incluidas las religiosas.

Otra línea que precisa de la investigación en el campo de la comunicación, es la vinculación entre periodismo, arte y ciencia en la construcción de narrativas y nuevos formatos para comunicar temas complejos como el conflicto y la violencia, a partir de espacios creativos interdisciplinares. Lo que permitirá conformar alianzas con entidades legítimamente interesadas en generar transformaciones para una comunicación clara, ética y responsable, en la que el periodismo pueda ejercer un rol relevante (Morelo, 2024).

Por su parte, la formación en comunicación, enfrenta el desafío de elegir desde dónde formar a los futuros comunicadores de cara al 2030. Una orilla, supone la formación del pensar crítico y otra, opta por la instrucción funcional (Reyes, 2024). Estamos frente al desafío de elegir: si priorizamos la posibilidad de que los estudiantes de comunicación perciban los cambios radicales que se están dando en el mundo; si por otro lado optamos por ofrecerles apenas meros saberes y racionalidades instrumentales; o si finalmente, abordamos la comunicación, la cultura, la política, la economía desde un diálogo fructífero entre las ciencias sociales, las humanidades y la filosofía. Las decisiones que tomemos, implicarán el rediseño de las carreras en las facultades de comunicación, que hoy por hoy, han dejado de lado las materias humanistas y sociales, privilegiando el dictado de materias vinculadas con lo tecnológico (Reyes, 2024).

Es preciso entonces, formular líneas de investigación que adviertan los peligros que trae consigo la inteligencia artificial. Tenemos que pensarnos desde la ética en el uso de la tecnología, porque el embate de las herramientas tecnológicas, amenaza la capacidad de reflexionar, analizar y ser crítico (Dávila, 2024). La producción de la inteligencia artificial, carece de sentimiento, esperanza o angustia por lo que se vive (Dávila, 2024), carece de humanidad y es tarea de la academia, resistir a la noción de fabricar profesionales a la carta, situando a la universidad al servicio del mercado.

Otro reto sustancial de nuestra era, es pensar críticamente las sociedades en función de horizontes de transición que integren nuevas sensibilidades y convoquen al sentipensamiento crítico, que significa pensar, hacer y sentir conjuntamente (Contreras, 2024). Este sujeto “sentipensante” término acuñado por Fals Borda, caracteriza a quien siente y piensa, combina el corazón con la razón (Ramos, 2020) como una propuesta para trasgredir el pensamiento colonial y enrumbar el conocimiento, hacia un proyecto de reconstrucción de la sociedad. De modo tal, que la búsqueda de la vida en armonía con los “otros”, en nuestra interacción en sociedad, con la naturaleza y el cosmos, sea un factor fundamental para la recuperación de la comunicación (Contreras, 2024) en un sentido más humano y sostenible.

Conclusiones

Vivimos una era de transición en el sistema global de cultura que, producirá cambios esenciales en el modo de producción capitalista y representa una profunda crisis del sistema hegemónico. La desindustrialización de la economía, el auge del capitalismo financiero y como consecuencia de ello, la debilidad creciente de la clase trabajadora, como la fuerza creativa transformadora de la sociedad, pone en relieve una disputa que Bolaño entrevé como oportunidad para plantear a nuestros estados nacionales: los modos de regulación, de servicio y políticas públicas que favorezcan a la clase trabajadora y también el fortalecimiento de las capacidades comunicativas de ésta y, de los sectores populares en el plano del capitalismo cognitivo (Bolaño, 2024).

Sin embargo, otros son también, los desafíos que se nos presentan a la reflexión.

La urgente tarea de repensar en el compromiso con la teoría, como parte de la mejor tradición de estudios críticos latinoamericanos de la década de los sesenta y setenta del siglo pasado. Dicho compromiso pasa por ganarle a la simplicidad e inmediatez que, con los medios comerciales y el auge de las redes sociales, se imponen en nuestra sociedad contemporánea, reintroduciendo la complejidad de la vida, desde una lectura de la realidad que integra la teoría y, al mismo tiempo, la hace comprensible para la sociedad, sin renunciar, claro está, al filo crítico y rigor científico con los que ella se elabore.

Así mismo, esta necesidad de repensar teóricamente, se manifiesta con suma urgencia dentro de los estudios de comunicación política, cuando debemos desarrollar un pensamiento que, posicionado desde el progresismo, permita deslindarse de las modalidades con las que las nuevas y antiguas derechas han concebido y actuado en dicha comunicación, especialmente, minorándola al marketing político, orientado a mediatizar la política y a reducirla a la mera conquista de seguidores, a como dé lugar y, como fin último.

En estos últimos años hemos podido observar que la disputa con las derechas en este plano se ha ido perdiendo y, sin embargo, con la consecuencia de que desde el progresismo hemos sido incapaces de desmarcarnos de las lógicas que subyacen a esa disputa, abonando así a ellas en el mismo terreno favorable a nuestros contrincantes.

Una posibilidad al respecto, es que el progresismo vuelva a los territorios y, por tanto, a la comunicación de proximidad de los cuerpos que, colectivizándose, tiendan a engendrar un proyecto político alternativo. Debemos salir de aquella ilusión perversa e inmovilizadora de que, solamente la mediatización de la política, es el camino para construir la alternativa política. El progresismo, deberá recuperar para sí la posibilidad de un ejercicio político y comunicacional que no se acerca a las reglas de juego de la política, tradicionalmente mediatisada, cuyo fundamento, se halla en la espectacularización y la agenda de la inmediatez, alejada de la agenda pública con sus demandas.

Acogerse a estas reglas del juego, significará o perder, o ganar de modo efímero y poco sustentado, lo que impide imprimir cambios estructurales profundos y duraderos. Si las derechas comunican con sus medios dirigiéndose directamente a los sectores más populares de los países latinoamericanos, con “simples” recursos retóricos, la tarea que tenemos adelante, es de reintroducir la complejidad de una realidad que, cada vez más, se pretende mostrar inmodificable. Derrotar ese fatalismo con nuevas teorías, es el desafío.

Finalmente, animar a la vigilancia de las cuestiones sociales emergentes y proponer nuevas formas de estudiarlas. La opinión pública, en la era de la guerra de la información en red, donde el uso estratégico de *bots*, *trolls*, *sockpuppets* (Bastos y Mercea, 2018) u otras falsas identidades, prosperan como aliadas al poder en la transmisión de contenido. Estos personajes ilusorios, exceden en número y actividad a la población de usuarios reales en las redes sociales y sus supuestos criterios, fijados de manera programática, desencadenan cascadas de opiniones que, en algunos casos, han logrado manipular la opinión pública en torno a los grandes temas del acontecer nacional y global, enfascándonos en la disputa de los buenos, frente a los malos y así, mantener nuestra atención lejos de los temas que nos conciernen como ciudadanía y como humanidad.

Referencias bibliográficas

- Annunziata, R.; Mauro, S., y Slipak, D. (2006), “Blumberg y el vínculo representativo. Liderazgos de opinión en la democracia de audiencia”, en Cheresky, I. (comp), *Ciudadanía, sociedad civil y participación política, Buenos Aires, Miño y Dávila.*
- Bastos, M., y Mercea, D. (2018). The public accountability of social platforms: Lessons from a study on bots and trolls in the Brexit campaign. *Philosophical Transactions of the Royal Society A: Mathematical, Physical and Engineering Sciences*, 376(2128), 20180003.
- Bolaño, C. (2023, 19-21 de octubre, revisado 2024). *El horizonte 2030 de la Economía Política de la Comunicación y de la Cultura: crisis del capital, fracaso del proyecto neoliberal, crisis del imperialismo, nueva descolonización y transición del sistema global de cultura* [Conferencia magistral de apertura]. Primer Congreso Latinoamericano de Comunicación CIESPAL – FELAFACS, Quito, Ecuador. Recuperado de <https://congresosiespafelafacs.org/repositorio-congreso/>
- Cerbino, M (2018). *Por una comunicación del común. Medios comunitarios, proximidad y acción.* Quito: Ciespal.
- Cerbino, M y Luna, V (en prensa). Periodismo Ecuatoriano: El Negocio de la verdad al servicio del poder: Entrevista a Mauro Cerbino. *Revista Enfoques de la Comunicación* No.11.
- Cerbino, M. y Dávila, G. (en prensa) Political communication studies over the last two decades: A view from the International Center of Advanced Communication Studies for Latin America, CIESPAL. En: Casero Ripollés, Andreu; López López, Paulo Carlos (ed.). *The Routledge Handbook of Political Communication in Ibero-America.* United Kingdom: Routledge.
- Champagne, P. (1999). La visión mediática. En Pierre Bourdieu: *La miseria del mundo.* Fondo de Cultura Económica.
- Chaparro, M. (2023, 19-21 de octubre, revisado 2024). *La Comunicación en América Latina mirando al 2030, grupo A* [Panel 1]. I Congreso Latinoamericano de Comunicación CIESPAL – FELAFACS, Quito, Ecuador. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ZV3oDgyqTr8>
- Contreras, A. (2023, 19-21 de octubre, revisado 2024). *La Comunicación en América Latina mirando al 2030, grupo B* [Panel 4]. I Congreso Latinoamericano de Comunicación CIESPAL – FELAFACS, Quito, Ecuador. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=oozoRBvj-zY>
- Crovi D., D. y Trejo D., R. (coords). (2018) *Tejiendo nuestra historia. Investigación de la Comunicación en América Latina.* México: UNAM.
- Dávila, G. (2023, 19-21 de octubre, revisado 2024). *Las Redes de Comunicación en América Latina* [Panel 3]. I Congreso Latinoamericano de Comunicación CIESPAL – FELAFACS, Quito, Ecuador. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=Z3DtXiNYriM&t=1301s>
- De Sousa Santos, B. (2006). La sociología de las ausencias y la sociología de las emergencias: para una ecología de saberes. *Renovar la teoría crítica y reinventar la emancipación social*, 13-41.
- Follari, R. (2023, 19-21 de octubre, revisado 2024). *La Comunicación en América Latina mirando al 2030, grupo B* [Panel 4]. I Congreso Latinoamericano de Comunicación CIESPAL – FELAFACS, Quito, Ecuador. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=oozoRBvj-zY>
- Fuentes, R. (2023, 19-21 de octubre, revisado 2024). *La comunicación en América Latina, cuestiones renovadas de poder y de saber* [Conferencia magistral]. Primer Congreso

- Latinoamericano de Comunicación CIESPAL – FELAFACS, Quito, Ecuador. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=J9cFWXuCUWc>
- Kaplún, G. (2023, 19-21 de octubre, revisado 2024). *La Comunicación en América Latina mirando al 2030, grupo B* [Panel 4]. I Congreso Latinoamericano de Comunicación CIESPAL – FELAFACS, Quito, Ecuador. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=oozoRBvj-zY>
- Martínez, M. (2023, 19-21 de octubre, revisado 2024). *La Comunicación en América Latina mirando al 2030, grupo A* [Panel 1]. I Congreso Latinoamericano de Comunicación CIESPAL – FELAFACS, Quito, Ecuador. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ZV3oDgyqTr8>
- Mata, M. C. (2010). Nuevos tiempos, nuevos problemas. *Signo y Pensamiento*, 29(57), 114-129. Recuperado de <https://www-proquest-com.are.uab.cat/scholarly-journals/nuevos-tiempos-problemas/docview/880270941/se-2>
- Manin, B. (1993), “Metamorfosis de la representación”, en Do Santos, M. (coord..), ¿Qué queda de la representación política?, Caracas, Nueva Sociedad.
- Moragas Spà, M. de (2022) *La comunicación y sus cambios. De los orígenes al móvil*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona; Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I; Barcelona: Universitat Pompeu Fabra; Valencia: Universitat de Valencia (*Aldea Global*, 44).
- Paiva, R. (2023, 19-21 de octubre, revisado 2024). *La Comunicación en América Latina mirando al 2030, grupo B* [Panel 4]. I Congreso Latinoamericano de Comunicación CIESPAL – FELAFACS, Quito, Ecuador. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=oozoRBvj-zY>
- Ramos, J. G. (2020). Sentipensar la sustentabilidad: decolonialidad y afectos en el pensamiento latinoamericano reciente. *A Contracorriente: una revista de estudios latinoamericanos*, 17(2), 114-127.
- Reyes, H. (2023, 19-21 de octubre, revisado 2024). *La Comunicación en América Latina mirando al 2030, grupo B* [Panel 4]. I Congreso Latinoamericano de Comunicación CIESPAL – FELAFACS, Quito, Ecuador. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=oozoRBvj-zY>
- Stiegler, B. (2002) *La técnica y el tiempo, 2: La desorientación*. Fuenterrabía: Editorial Hiru.
- Torrico, E. (2023, 19-21 de octubre, revisado 2024). *La Comunicación en América Latina mirando al 2030, grupo A* [Panel 1]. I Congreso Latinoamericano de Comunicación CIESPAL – FELAFACS, Quito, Ecuador. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ZV3oDgyqTr8>
- Villamayor, C. (2023, 19-21 de octubre, revisado 2024). *La comunicación popular en América Latina. Desafíos y perspectivas desde un enfoque de género* [Conferencia magistral]. Primer Congreso Latinoamericano de Comunicación CIESPAL – FELAFACS, Quito, Ecuador. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=o5d5oqmKAHI>