

LA COMUNICACIÓN EN MUTACIÓN, REMIX DE DISCURSOS

A COMUNICAÇÃO EM MUTAÇÃO, REMIX DE DISCURSOS

*COMMUNICATIONS UNDERGOING CHANGE,
A REMIX OF SPEECHES*

Reseña: AMADO, Adriana; RINCÓN, Omar (editores). **La comunicación en mutación, remix de discursos**. Documento No. 15 - FES - C3. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, C3 FES, 2015.

Marcelo Guardia Crespo¹

Uno de los textos más interesantes para la investigación y el debate latinoamericano de las comunicaciones es “La Comunicación en Mutación (remix de discursos)” organizado por, Adriana Amado y Omar Rincón, con textos de autores como Carrión, Waisbord, Sibilia, Bruzzone, Loría, Angulo, Alonso, Chavero, Chaparro y Fernández, entre otros.

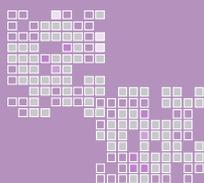
Las temáticas que aborda responden a necesidades urgentes del ámbito académico latinoamericano en un contexto complejo y de incertidumbre propio de las primeras décadas de este siglo XXI. Un contexto en el que la dimensión política avanza tímidamente en conquistas sociales y retrocede al calor de nuevos autoritarismos. Un momento económico incierto para muchos países en los que la población no tiene capacidad de intervenir en grandes transacciones en favor de viejos y nuevos sectores hegemónicos.

Un momento en el que la noción de mutación veloz parece ser la constante de la vida cotidiana de los ciudadanos que disfrutan y acceden a nuevas formas de comunicación

¹ Docente investigador de la Universidad Católica Boliviana San Pablo – Cochabamba (UCBSP).

Doctor en Comunicación, derecho a la información y ética, por la Universidad Complutense de Madrid. Sus trabajos más importantes son: No te metas en mi vida, privacidad e intimidad en los medios de comunicación, (2013), Hiperconexiones 2.0, reflexiones sobre comunicación y cultura.

(2012). E-mail: guardia@ucbca.edu.bo.



digital que no dejan de sorprender por sus innovaciones, vistas con optimismo por muchos y también con desazón por otros.

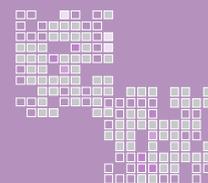
Los trabajos publicados en esta selección muestran diversas miradas sobre temas actuales, recurriendo directa o indirectamente a la mirada compleja que estos nuevos problemas demandan, todos considerando la existencia de este nuevo complejo ecosistema en el que confluyen las múltiples pantallas, las hiperconexiones y las nuevas sensibilidades nacidas de las crisis más recientes de la modernidad colonial: género, indígenas, medio ambiente, sexualidades emergentes y otras. Así, también, con la mirada que busca gestar ejercicios ciudadanos más politizados que atiendan estas demandas emergentes y estas “mutaciones comunicativo culturales”

La reflexiones publicadas en este libro reconocen que los sentidos otorgados por las personas a los medios, los mensajes y los sistemas interactivos están marcados por lo que llaman “La barbarie (que) es una vanguardia convertida en sentido común”, donde la racionalidad tiene cada vez menos espacio, no solo por sus fracasos teóricos y metodológicos, sino también por su insuficiencia de comprensión de elementos y factores simples de la vida cotidiana, como el cuerpo, las identidades y todas las formas de comunicación subjetiva, que es la marca de las culturas contemporáneas globalizadas.

Las culturas populares son, como siempre, motivo de preocupación en este libro, pero esta vez con los ingredientes proporcionados por ese nuevo ecosistema político, económico, tecnológico y simbólico que se presenta en constante mutación en el mundo globalizado. Son rasgos de un contexto en el que lo popular asume nuevas narrativas como las de las nuevas series de televisión que inquietan al ciudadano global, que se ve interpelado por la representación de los juegos de poder (*Games of Thrones*) que recurre al pasado medieval, como pretexto para demostrar que nada cambió en el género humano. O la crudeza de la recreación de la frágil división entre lo correcto y lo incorrecto en tiempos de incertidumbre (*BreakingBad*). El pánico cínico con el que los del norte ven a los migrantes del sur saliendo de submundos de ultratumba (tercer mundo) para invadir sus civilizadas y ordenadas ciudades (*WalkingDead*).

Lo popular se sofisticó pero no pierde su profundo sentido melodramático, tan explotado en la siempre exitosa telenovela latinoamericana. Confirman los autores que lo popular reside en lo narrativo entendido como “memoria de una experiencia sin discurso que se deja decir solo en el relato”. En las historias de lo local cotidiano de los espacios sociales. “...lo corporal, lo sentimental y lo narrativo.”

Nuevos y viejos medios son y fueron la cuna del reconocimiento y la construcción de identidades para los sectores populares. Así se viene trabajando desde los estudios culturales latinoamericanos que hoy apuntan hacia la repolitización de las interacciones que ocurren dentro de pugnas y juegos de poder en los que todos sacan algún tipo de ventaja, sea material o simbólica.



Por lo demás, las culturas siguen siendo esas mezclas indigestas y desordenadas (bastardas) de las que hablaba Gramsci cuando se refería al folklore como producto de las condiciones paupérrimas de vida de los sectores populares. Expresiones folklóricas éstas, que debieran desaparecer junto con las condiciones que las generan. “Las culturas *bastardas* dan cuenta de lo sucio, lo impuro, lo promiscuo porque no tienen padre reconocido; por eso son herencia de muchos padres e imitan de todas partes para intentar tener una identidad o, al menos, un estilo propio.”

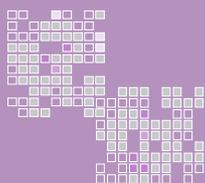
En las culturas populares mediáticas están en boga las, así llamadas por Rincón, “ciudadanías *celebrities*”. Unas personas cuyas imágenes son visibilizadas, incrementadas, infladas y sobredimensionadas por las industrias culturales y los sistemas de producción y difusión masiva, complementados ahora por la transmedialidad digital. Son artistas, músicos, actores de cine y teatro cuya vida es estereotipada e invadida por la farándula con conexiones supuestamente generadas por la demanda del consumo. Son personas consideradas exitosas por el público que las idealiza y las mitifica dotándolas de poderes casi de naturaleza mágica, generando deseo y modelos para seguir. Algunos políticos latinoamericanos también entraron en esa lógica espectacular de construir su imagen social, simbólica y estética. Los políticos también quieren ser estrellas de su comunidad en base a las narrativas (historias de vida) que conectan lo real con lo imaginario en esa cultura popular y bastarda de las comunicaciones actuales. Son nuevas formas de lucha política con grandes réditos simbólicos ocurrida en los sistemas transmediáticos y sus pantallas.

Hay una reflexión sobre la investigación en música como una de las formas de comunicación estética más importantes de los últimos tiempos, en cuyas estructuras se pueden encontrar explicaciones de preocupaciones de las personas en cada país o región. Así se contribuye al campo de la investigación en música y comunicación que ya tiene una tradición destacada en la academia latinoamericana.

Del mismo modo, se problematiza el éxito de las nuevas series televisivas que han impactado de una manera notable en el ámbito de la producción y consumo mediático a nivel global. Son producciones, en muchos casos millonarias, que se han convertido en serios competidores del género telenovela, produciendo fuertes ganancias e integrando lenguajes de cine, teatro, literatura, de manera exitosa.

Frente a este nuevo fenómeno, la telenovela latinoamericana continúa siendo el género popular masivo por excelencia al ser portador de estructura melodramática, capaz de interpelar públicos a lo largo del planeta. Sin llegar a ser una efectiva amenaza a su larga hegemonía, las series marcan su presencia cultural, dividiendo el tiempo en temporadas, compuestas por (promedio) de diez capítulos, todos con un inicio y un fin como unidad narrativa. La telenovela se mantiene vigente pese a que la velocidad y la hiperconexión de los televidentes son factores que disminuyen la atención de un ciudadano más atento y participativo. Compite con nuevas preocupaciones como el poder, nociones de moral en reconfiguración, nuevas sensibilidades globales, etc.

Su lenguaje asimila las tendencias transmediales que impregnan la producción audiovisual en tiempos de red. Siguen siendo espejos de la realidad pero al mismo tiempo se



configuran como tendencia de comportamiento y valores.

Su riqueza emocional confirma el reinado como el más demandado por el consumidor latinoamericano y también de otros continentes. Las personas ven mucho más que el simple capítulo. Ahora tienen información complementaria y análisis serios y superficiales además de los capítulos disponibles en cualquier momento y lugar. Las lógicas de consumo de telenovelas cambiaron acomodándose a los nuevos recursos comunicacionales de las redes. Continúa siendo el género televisivo popular por excelencia.

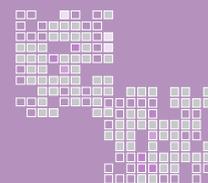
Otro tema actual es el optimismo “digi-activista” que parece no ver todo lo que ocurre en torno a las redes y apologiza la llegada de los nuevos medios digitales, atribuyéndoles roles de manera acrítica y sin conexión con la realidad, especialmente política e histórica de los contextos y de los propios medios.

Como siempre ocurre con las innovaciones comunicacionales, algunos sectores “apocalípticos” las ven con radical pesimismo, especialmente desde la perspectiva de los efectos. Así ocurrió cuando apareció el cine, la radio, la publicidad, la televisión y ahora ocurre con las TIC y su gran variedad de medios digitales que seducen especialmente a los jóvenes. Paralelamente, y de manera contrapuesta, los denominados “integrados” comienzan a ver los nuevos medios como la salvación a los problemas teóricos y metodológicos que envuelven a la comunicación humana. En esa línea, los nuevos medios han desencadenado una cantidad de reflexiones optimistas que afirman haber alcanzado la horizontalidad tan ansiada por los comunicadores preocupados con los usos políticos de los medios.

Frecuentemente estas discusiones han desvinculado la tecnologías de la sociedad y de la democracia, descontextualizando y deshistoricizando esos vínculos. Se han perdido de vista las continuidades sociales políticas y culturales de la comunicación digital. Se ha atribuido a las redes algunos movimientos políticos en favor de la participación ciudadana y la intervención en procesos políticos que han desafiado y hasta han alterado el poder en determinados contextos. La mayor gran apología de las TIC es el “triumfo inexorable de la horizontalidad”.

Sin embargo, la realidad no es tan maravillosa. Evidentemente el usuario puede ahora ser un comunicador y productor de mensajes con importantes repercusiones sociales. Vive una condición comunicacional sin precedentes que lo convierte en emisor. Pero no lo hace, porque su producción se concentra en gran medida en emitir emociones y sentimientos de naturaleza personal y subjetiva, lejos de cualquier pretensión social que la ilustración espera del nuevo contexto.

Más allá de las virtudes interactivas de los medios digitales, lo que promueve el cambio social son las contradicciones de los sistemas políticos y económicos de las sociedades. Es posible que las redes favorezcan el debate, la circulación de ideas alternativas y hasta se constituyan en escenarios que contrarresten el poder hegemónico de las élites. Pero los cambios sociales son producidos por las propias dinámicas de las sociedades. Por tanto, conviene desmitificar las apologías acríticas para dar cuenta de la complejidad de los procesos políticos que involucran medios digitales.



Otro tema recurrente en las nuevas tendencias de la cultura globalizada es el “culto al cuerpo purificado”, visibilizado y sobredimensionado por los medios de comunicación a través de sus distintas narrativas.

Cuerpos esbeltos, bellos y esculturales son requisito para el reconocimiento social, sea en situaciones formales como en las informales. La belleza física se ha convertido en un ideal que relaciona casi mecánicamente la belleza con la virtud. Se cree que las personas bellas son automáticamente buenas. Se tergiversan los potenciales espirituales e intelectuales que pierden espacio frente a una poderosa tendencia en la que los cuerpos son idolatrados en ceremonias y rituales con lógicas propias, códigos y reglas de comportamiento, llevando lo visual al paroxismo.

Las drogas son otro tema de especial atención por parte de los medios de comunicación, especialmente cuando están relacionadas con los jóvenes. Los estereotipos generados en la sociedad afirman que las drogas matan. Lo que no se dice es si esa muerte es como estigma, marginación, exclusión social o si esa muerte es por los efectos psicológicos, por la salud mental, dependencia o finalmente si esa muerte no es tal.

La sociedad adultocéntrica y los Estados han preparado un status de marginalidad para muchos jóvenes en el continente, bajo el preconcepto de que son apáticos, desinteresados con lo social, desviados, peligrosos, descontrolados, aficionados a las drogas y la diversión rápida y fácil; además no usan preservativos.

Esas imágenes estereotipadas del joven son reforzadas y amplificadas por los medios a través de sus programas, especialmente periodísticos. Son “sujetos que han perdido el control sobre sí mismos y no saben qué es lo que hacen”.

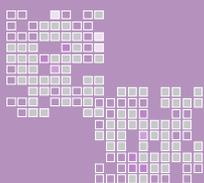
Comprender esos procesos y su relación con la realidad que viven los jóvenes especialmente para que los Estados den cuenta de sus obligaciones, es fundamental para los estudiosos de la comunicación.

Los jóvenes y maras en Centroamérica es un tema que amerita otra reflexión destacada en esta publicación. Se presentan datos demográficos sobre la marginalidad de los jóvenes y se pone en relieve los procesos de construcción de identidad como respuesta a la exclusión y desigualdad con la que la sociedad y sus instituciones atienden a los jóvenes. Es una alerta a la violencia en la que los futuros adultos de los países van creciendo.

A este tema se adapta perfectamente el del periodismo literario que trata temas de violencia y narcotráfico en México, donde los periodistas están generando métodos específicos para actuar en medio de un fuego cruzado y donde los medios suelen también contaminarse con los intereses de grupos informales de poder.

Otra experiencia interesante en el campo del periodismo es la expuesta desde el Ecuador para dar cuenta de los procesos de empoderamiento y participación ciudadana en la gestión pública, haciendo que la comunicación sea un recurso efectivo que apoye estas tendencias.

La necesidad de construir nuevas narrativas que atiendan los cambios producidos en un contexto político y económico particular en América Latina, donde se gestan modelos de desarrollo que buscan la realización de las personas en equilibrio con la naturaleza y el ideal de “vivir bien”, tal



como se proclama en la cosmovisión andino-amazónica de países como Bolivia.

Es necesario “crear una nueva narrativa que recupere el significado real de las cosas y acabe con la cultura y el conocimiento antropocéntrico construido por el racionalismo.” Es una suerte de propuesta de descolonización del lenguaje reproductor de discursos que en este tiempo deben ser desmontados.

En otro tema se aborda el sistema de publicaciones académicas y la necesidad de adaptaciones al nuevo contexto académico internacional.

Finalmente una especie de punteo sobre las características de la cultura digital en un momento en el que la cultura depende menos de la ilustración porque los ciudadanos son oral-visual-conectivos y ejercen modos oral-visuales de comunicación.

Nos entretenemos más que informarnos. Más que conocimientos ejercemos transformación afectiva. La experiencia es la navegación y el hipertexto. “San Steve Jobs” es el genio del “neg-ocio”. Existen activistas digitales por bronca y diversión. Una forma de consumo juvenil. La vieja cultura ilustrada está en peligro. La cultura digital es otra cosa. Los sujetos digitales han dejado de ser audiencias de masas para pasar a ser usuarios, prosumidores, fans y ciudadanos digitales.

Con esas provocaciones, los diversos autores de esta publicación presentan un abanico de reflexiones claves y actuales para profundizar la comprensión de estos nuevos fenómenos comunicacionales, como parte de un tejido en el que intervienen factores económicos, políticos, tecnológicos y subjetivos de las dinámicas culturales contemporáneas.

