

La convocatoria para el presente número de *CS* se propuso recoger un catálogo de las perspectivas y los debates actualmente en curso a partir de trabajos «urgentes» de investigación y reflexión de quienes se afanan por esclarecer el funcionamiento de los medios masivos de comunicación en el engranaje tecnológico-social del presente. La construcción de los imaginarios de ciudadanía, los procesos electorales de demarcación democrática de los alcances del poder fáctico, la auto-gestión de la información como una alternativa comunitaria emergente en medios sociales y las nuevas prácticas que entrecruzan drama con ocio fueron pensadas como algunas de las inquietudes teóricas a las cuales salir a buscar respuestas etnográficas. El resultado no puede menos que entusiasmar, habida cuenta de la diversidad irreductible a simple enumeración de matices que atraviesa los textos que ahora se presentan a lectura.

Al irrumpir en la agenda diaria de millones de personas, Internet ha incorporado una inédita dimensión tecnológica a cómo nos vinculamos emocional y cognitivamente entre individuos, grupos y sociedades. Se trata de una transformación cultural con alcances todavía en desarrollo, que viene a transformar en múltiples dimensiones los ejercicios de subjetividades y ciudadanías a que nos pudieron haber asomado los cambios de paradigma del pasado. La producción y la circulación de la información se han turbo-acelerado y pluri-socializado, lo que supone nuevos protagonistas y públicos pero, también, ganadores y perdedores. Los modelos de organización y sustentabilidad-rentabilidad de los medios masivos de comunicación están sujetos a presiones sin antecedentes. Y esas amenazas, sólo algunas veces convertidas en oportunidad, se transmiten con efectos controversiales a las esferas políticas y culturales, económicas y educativas.

A la proclamada des-intermediación que promovieron los primeros hitos noticiosos en la World Wide Web sobreviene ahora una re-intermediación auspiciada «virtualmente» por buscadores y redes, lo que podría anticipar un nuevo capítulo de uniformidad de ideas y concentración de voces en la histórica amenaza hacia las libertades de conciencia y expresión. La exploración de las nuevas narrativas multi-mediales/trans-mediales, las estrategias de acceso a fuentes diversificadas y la interacción con audiencias em-

poderadas, entre otras características ineludibles del momento, deberán ser asumidas de ahora en adelante como líneas de análisis forense en tiempo real por quienes, con responsabilidad y compromiso, quieran aportar recomendaciones de inspiración científica a los gestores de una convivencia progresivamente despojada de inequidades.

Los rasgos sobresalientes del nuevo contexto post-verdadero son trazados sin contemplaciones por **Ómar Rincón**, Director de la Maestría en Periodismo de la Universidad de los Andes, en su artículo «Periodismo *mutante y bastardo*». El paso de una sociedad de medios a una ecología, convergente, de trans-medios. El reemplazo de la civilización escritural, con su carga de ilustración y moralidad, por la conectividad oral-visual, orgánica y fluida. La declinación del autor, por caso el periodista que ha convertido a la información «en sensacionalismo o farándula», frente a la emergencia de la red, colaborativa y abierta. Consecuente con sus hallazgos, no es ingenuo Rincón -no puede serlo- cuando propone «reinventar el periodismo» tomando en cuenta que la sociedad ha mutado en sus culturas de sentir, expresar, significar y narrar.

El vívido testimonio de esa mutación se percibe en las entrevistas transcritas a lo largo de «Raíces y ramas al viento: experiencias colombianas de migración y prácticas de información», la ponencia de **Ricardo Gómez**, Profesor Asociado de la Escuela de Información de la Universidad de Washington. Son «los desprovistos del derecho a tener derechos» quienes enfrentan con celulares, *smart phones* y computadoras la desigual tarea de sobrellevar «la pobreza de información» del «pequeño mundo» en el que han quedado atrapadas sus vidas transitorias. Sus bitácoras digitales, sigilosamente construidas y distribuidas en redes, permiten acompañar la deriva de quien necesita imperiosamente procurarse comida y refugio a la vez que mantiene la esperanza de hacer llegar noticias a familiares y amigos sin delatar frente a autoridades hostiles el itinerario que los podría depositar en nuevo destino.

Matías David López, Doctor en Comunicación de la Universidad Nacional de La Plata, enfoca otra grieta, esta vez de carácter cultural y extendida a lo largo y a lo ancho de las paredes públicas de una ciudad argentina: la que ubica en veredas enfrentadas al imaginario tradicional, y tradicionalista, de la belleza y la limpieza urbanas custodiado desde sus páginas por el diario El Día con la irrupción «indignante» y «criminal» de los colectivos locales de *street art* y muralismo. «Artistas y vándalos: construcciones binarias desde la prensa comercial» lleva por título el artículo en cuestión, una lupa posada sobre la predisposición a editorializar en nombre de la ilegalidad que tales intervenciones supondría, aunque se acepten, pero siempre desde la emisión unidireccional de juicios sin apelación, algunos aportes a la renovación y el dinamismo estéticos, de la mano del trabajo joven y colectivo.

El cuarto de los textos que componen el índice del número en curso es «Democracia como significación. Los foros participativos regionales de consulta pública en Argen-

tina» y lleva la firma de **Víctor Humberto Guzmán**, Doctor en Estudios Sociales de América Latina por la Universidad Nacional de Córdoba. Partiendo de la reconstrucción del proceso político que supuso la discusión en torno a la sanción de una ley de servicios de comunicación audiovisual en la polarizada nación sudamericana, se revelan las tensiones entre conceptos tales como «concentración mediática», «sobredeterminación mercantilista del sistema» y «pluralidad en la diversidad». No habría libertad a instituir en nombre de nuevos o mejores medios sino, en todo caso, la consagración de «un hacer libre en convivencia con otros».

La incorporación de estas nuevas herramientas y perspectivas para el análisis de los comportamientos de audiencias que se han convertido en sus propias audiencias no debería circunscribirse a los ámbitos profesionales o académicos. Ciudadanos de a pie pueden, y deben, desempeñarse con proactividad e impacto en la actual conversación global animada por micro-comunidades locales que viene a reemplazar el perimido esquema unidireccional de la comunicación de masas.

«En realidad no existen masas», escribió el sociólogo Raymond Williams, «sólo existen maneras de querer ver a las personas como masas». «Y si no existen las masas, ¿tiene sentido hablar de medios masivos?», interpela el periodista y académico Jeff Jarvis. A su entender, y a la luz de la historia reciente, los medios masivos sólo habrían sido construidos para atender con economías de escala las necesidades de las personas lanzadas al consumo después de la Segunda Guerra Mundial: todas a la vez, todas con lo mismo. La fantasía industrialista era poder alcanzar ese objetivo, manufacturando y distribuyendo un producto impreso complejo y caducable o empleando la tecnología audiovisual para alcanzar a millones cada día: por la mañana a través de la radio, por la noche en *prime time* de la televisión. «¡Los medios inventaron las masas!»

Google, Amazon, Facebook, Apple y Microsoft son hoy, para millones de personas, la primera fuente sino la única de acceso a la experiencia noticiosa. Sus motores jerarquizan y editan noticias de valor íntimo o planetario de acuerdo a criterios socio-algorítmicos que suponen el principio del fin de la privacidad, tal como la conocíamos, y de la responsabilidad, o al menos de su lugar histórico en el canon. En la actualidad, los millennials -la generación que nació de 1980 a 2000 y que hoy tiene hasta 37 años- representan el 30% de la población total de América Latina. En 2025 serán el 75% de la fuerza laboral-electoral. Es comprobable que ellos optan por creer más a las redes que a los medios, aunque por Twitter y Facebook se digan «puras mentiras». Si todos los millennials de un país se pusieran de acuerdo, hay quien sostiene que, en muchos casos, ya estarían en condiciones matemáticas de elegir un presidente de su agrado.

Claro que cabe lanzar un alerta. Si la información de calidad se sigue acelerando y abaratando al ritmo actual, puede suceder que los miembros del público mejor informados pueden llegar a estar todavía mejor informados y, en cambio, los menos informados

se queden definitivamente atrás. Existe la posibilidad de que Internet nos conduzca a un mundo donde las desigualdades cultural e informativa sean aún mayores. Un mundo en el que una parte de la sociedad -ya instruida y entretenida- obtenga aún más información y entretenimiento *online*, mientras que la mayoría se queda fuera de la nueva posibilidad «digital» como ya estaba fuera de las anteriores posibilidades «analógicas».

Marcelo Franco y Mauricio Guerrero

Cali, Junio de 2017