

CAPÍTULO 6

Comunicación y formación de una ciudadanía crítica

Andrea Iotti y Charis M. Guiller

La legitimación, lo digo con muchos queridos amigos de América Latina, no consiste en una adopción refleja de demandas del mercado. La universidad está para atender a la vida social, nadie lo discute, pero no como un juego sumiso de reflejos ni como una adaptación a lo requerido por algunos sectores. Atendemos demandas sociales para ir más allá de ellas.

Daniel Prieto Castillo, COMUNICACIÓN, UNIVERSIDAD Y DESARROLLO

En capítulos anteriores, hemos planteado la idea de cómo desde la comunicación, en tanto campo de conocimiento, podemos realizar diversos aportes a la formación de las y los sujetos. Estos aportes constituyen algunos sentidos o finalidades posibles de los procesos de formación. En otras palabras, responden a la pregunta qué nos proponemos generar en las y los sujetos con quienes trabajamos, qué propósitos u objetivos queremos lograr a través de nuestras prácticas de enseñanza. Estos sentidos posibles suponen también problemas, interrogantes, prácticas y procesos sobre los que se ha investigado y construido saberes en el campo comunicacional, tal como se aborda en el Capítulo 5 de este Libro de Cátedra

En tanto la perspectiva sociocultural de la comunicación es el punto de partida desde el que nos posicionamos como comunicadoras y comunicadores, educadoras y educadores, es desde allí que podemos reconocer sentidos político-pedagógicos que atraviesan nuestras prácticas en el campo cultural. En los apartados que siguen les proponemos pensar en las prácticas educativas que se producen, específicamente, en la educación obligatoria y, a partir de allí, abordar dos grandes ejes:

- Por un lado, en el próximo apartado nos detendremos en reconocer, entre otros posibles, tres grandes sentidos transversales que orienten este “para qué” de los procesos de formación en las instituciones educativas.
- Por otro lado, en el último apartado de este capítulo desarrollaremos algunos aportes del campo comunicacional que, desde nuestra perspectiva, consideramos estratégicos introducir en las prácticas de enseñanza con niños, niñas y jóvenes.

Sentidos y potencialidades de la comunicación en los procesos de formación

El reconocimiento de la existencia de una sociedad mediatizada, del crecimiento exponencial de los medios de comunicación electrónicos, de las redes de información y comunicación, pero también de consumo y entretenimiento; así como de nuevas prácticas y procesos socioculturales que se abren en nuevos modos de reconocimiento y lazo social, tornan estratégica la reflexión, en los procesos educativos, sobre el conjunto de estos fenómenos y su atravesamiento en la vida cotidiana de los sujetos.

En las últimas décadas se ha venido problematizando desde diversos ámbitos e instancias de producción académica, algunas de la comunicación y otras provenientes del campo educativo, y tanto desde perspectivas críticas como de miradas naturalizadoras de estos fenómenos, la cuestión acerca de cómo atraviesan y cómo se reconfiguran los procesos de formación de sujetos en un contexto de transformaciones socioculturales, vinculadas con los nuevos modos de interacción social, las formas contemporáneas de construcción y circulación de información y conocimiento, las formas de producción de subjetividad, entre otros aspectos, profundamente atravesados por las mediaciones tecnológicas, las lógicas del mercado y el consumo y las nuevas matrices identitarias.

Al respecto Quevedo (2010) analiza la conflictividad que suponen estas transformaciones en relación con los desafíos que se le plantea al sistema educativo formal, en tanto las lógicas con que los medios de comunicación masivos y el mercado se instalan en relación con las y los jóvenes, difieren en buena medida de las interpelaciones que, desde el Estado-nación y la escuela -como expresión institucional pública-, les ofrecen. Problematizar estos aspectos resulta, entonces, particularmente relevante, tanto si pensamos nuestras intervenciones en espacios del sistema educativo, como en otros ámbitos sociales y comunitarios.

Es por ello que este autor señala que nos encontramos en el *centro de una revolución cultural* que aún se mantiene abierta, con contornos difíciles de identificar, pero que sin embargo atraviesa nuestras prácticas. Focaliza específicamente en la tensión entre control y autonomía respecto de la vida, los saberes y las prácticas de las y los jóvenes señalando que mientras que los medios masivos, las redes digitales y las industrias culturales promueven la autonomía y, en ocasiones, una “aparente” libertad y capacidad de decidir y elegir; la escuela promueve el control en tanto orientación hacia un tipo de sujeto deseado.

Es en este sentido que aún transitan por un camino complejo las propuestas de transformación de las instituciones educativas, de manera que las mismas se dejen atravesar por las reconfiguraciones culturales actuales y por las prácticas que las infancias y juventudes desarrollan en la *sociedad de la información*.

En relación con esto Buckingham (2006) señala que se ha denominado *alfabetización digital* a esta perspectiva según la cual se vuelve crucial promover capacidades para que las y los sujetos se inserten en este nuevo escenario cultural, reconociendo asimismo las denominadas *brechas digitales* en la desigualdad de acceso y uso de ciertas herramientas.

El autor plantea la importancia de no reducir la noción antes expuesta a un simple aggiornamento de las instituciones escolares tradicionales, ya sea a través de la incorporación de herramientas digitales a la enseñanza, añadiendo la alfabetización para los medios o digital al diseño curricular o separando la tecnología de información y comunicación como contenidos técnicos a dominar. Es necesario resituar la discusión nuevamente en el campo de los debates político-culturales sobre el tipo de sociedad y de sujeto que se plantea desde cada uno de estos enfoques.

Señala entonces que

(...) en un ambiente cada vez más dominado por la proliferación de medios electrónicos y las demandas y los imperativos de la cultura del consumo, tenemos que definir urgentemente para la escuela un papel mucho más proactivo como institución clave de la esfera pública. (...) la escuela podría y debería desempeñar un papel mucho más positivo en cuanto a proveer tanto perspectivas críticas sobre la tecnología como oportunidades creativas de usarla. En última instancia, esto quiere decir que tenemos simplemente que dejar de pensar meramente en términos de tecnología, y empezar a pensar de nuevo en el aprendizaje, la comunicación y la cultura (Buckingham, 2006, p. 8).

Al respecto Dussel y Southwell (2007) describen cómo la noción de alfabetización que, en el contexto de la sociedad moderna centrada en la cultura letrada, remitió durante siglos únicamente a la alfabetización lecto-escritora, ha sido cuestionada, planteándose la necesidad de pensar en *nuevas alfabetizaciones o alfabetizaciones múltiples*.

Es en este contexto en donde la emergencia de la educación en medios, la alfabetización mediática e informacional o la alfabetización digital comienzan a delinearse como nuevos campos altamente significativos de ser considerados no sólo en la educación escolar, sino en la formación de la ciudadanía en su sentido ampliado y en diversos contextos y escenarios. Al respecto dicen:

(...) para desandar, aunque sea en parte, la brecha que se instaló entre la escuela y lo contemporáneo, sería deseable que la organización pedagógica y curricular de las escuelas se estructurara como un diálogo más fluido, más abierto, con los saberes que se producen y circulan en la sociedad (Dussel y Southwell, 2007, p. 1).

Plantean entonces el reconocimiento de la necesidad de incluir nuevas formas de producción cultural o lenguajes en las propuestas educativas, analizando cómo fueron dándose en diferentes momentos de la historia estas incorporaciones, para analizar cómo generarlas en el momento actual.

Desde este encuadre general de análisis podemos, entonces, identificar tres grandes propósitos formativos desde el campo de la comunicación. A continuación, los desarrollamos:

- *Problematizar los procesos sociohistóricos vinculados con la producción, circulación y apropiación de discursos que habitan el momento actual para comprender de manera más reflexiva las sociedades contemporáneas en las cuales vivimos.*

Especialmente aquellos en los cuales las tecnologías, los medios de comunicación y los nuevos modos de intercambio social ocupan un rol relevante.

¿A qué procesos hacemos referencia? A numerosas cuestiones abordadas desde el campo comunicacional, como las tensiones entre lo público y lo privado, la globalización y la mercantilización de la cultura, la influencia de los circuitos información y comunicación en los nuevos modos de producción económica, la aparición de prácticas culturales emergentes, los consumos culturales, las heterogéneas dinámicas de interacción social, entre otras. Sin embargo, no se trata aquí de enseñar y aprender definiciones o conceptos que describan estos procesos, sino de problematizar cómo impactan estos en la vida cotidiana de las personas y los grupos sociales. Como señala Buckingham:

Las habilidades que los niños necesitan en relación con los medios digitales no se limitan a la recuperación de información. Como con la letra impresa, tienen también que ser capaces de valorar y utilizar críticamente la información si van a transformarla en conocimientos. Esto significa hacer preguntas sobre el origen de esa información, los intereses de sus productores, y el modo en que representa el mundo; y comprender cómo estos desarrollos tecnológicos están relacionados con cambios sociales y económicos más amplios (2006, pp. 5 y 6).

- *Recuperar, valorar y problematizar críticamente las prácticas comunicacionales y los modos de expresión y producción cultural propios de las y los educandos con el fin de fortalecer sus identidades y formas de significación.*

Entre otras prácticas comunicacionales podrían mencionarse: los modos de expresión cultural/comunicacional de diversos grupos sociales –niñas, niños o jóvenes, sectores sociales, etnias, etc.- en diferentes lenguajes, mediados por las nuevas tecnologías o no (la murga, el graffiti, la música, el chat, los videojuegos, las redes sociales, los nuevos usos de los celulares, entre otros), las mediaciones de la cultura mediática en las culturas juveniles, las nuevas dinámicas de socialidad articuladas a las nuevas tecnologías de la comunicación y a los medios masivos (por ejemplo, los videojuegos, Internet y las redes sociales como espacios de intercambio, adhesión y reconocimiento), entre otras posibilidades.

La centralidad de la cultura popular, infantil y juvenil debe ser una premisa en los espacios de formación ciudadana. En este sentido,

(...) si nos proponemos reconquistar alumnos indiferentes, o reconectarnos con las culturas extraescolares de los niños, la respuesta no está en adornar los

materiales de enseñanza con campanitas y silbatos computarizados –“maquillar” el plan de estudios con un barniz superficial de cultura digital atractiva-para-los-chicos-. Tampoco se trata de adoptar la tecnología digital para ponerla al servicio de formas estrechamente instrumentales de aprendizaje, en un intento por hacerlas más aceptables. Disfrazar los exámenes o las tablas de multiplicación con una delgada capa superficial de “diversión” es una estrategia por la que muy pronto la mayoría de los niños no se dejará engañar. Lo que se requiere es un compromiso mucho más minucioso, y más crítico, con las culturas digitales de los niños (Buckingham, 2006, p. 5).

- *Apropiarse de saberes específicos vinculados con la producción comunicacional para potenciar competencias comunicativas democráticas.*

Nos referimos a algunos saberes del campo comunicacional que pueden aportar a la formación de las y los sujetos, en tanto favorecen la construcción de la ciudadanía, al promover la asunción de capacidades de análisis, crítica y producción de discursos comprometidos con una sociedad en la que se democratice la palabra. Esto implicaría propiciar la capacidad de escuchar, de debatir, de generar acuerdos, de establecer relaciones en las que emerja la diversidad, la heterogeneidad. En definitiva, aprendizajes que aportan a la construcción de una “*democracia radical*”, en palabras de Henry Giroux (1990), es decir, una democracia ampliada en términos de justicia social, derechos y relaciones sociales igualitarias en los distintos contextos. En este sentido, Giroux plantea la necesidad de abrir espacios en los procesos educativos para el reconocimiento de las voces de los sectores que han sido excluidos, reprimidos e invisibilizados. En este sentido,

(...) el término ‘voz’ se refiere a los principios del diálogo según son enunciados y actuados dentro de situaciones sociales particulares. El concepto de voz representa las instancias peculiares de la autoexpresión a través de las cuáles los estudiantes afirman su propia identidad de clase, cultura, raza y género (Giroux y Mc Laren, 1998, p. 125).

Barraza Macías, retomando a este pedagogo crítico estadounidense, señala que se trata de “crear nuevos espacios de discurso para reescribir narraciones culturales y definir los términos desde otra perspectiva, la de la otra parte” (2003, p. 2).

Algunos de los saberes del campo comunicacional que potencian estas posibilidades son: la apropiación de herramientas de producción comunicacional para la expresión en múltiples lenguajes, el derecho a la comunicación en relación con la hegemonización de la producción y circulación comunicacional en los grandes medios y multimedios, los distintos modos de participación en asuntos que involucren a las y los educandos y que suponen el desarrollo de capacidades y saberes para la investigación, el debate, la negociación, el establecimiento de acuerdos, la organización colectiva, entre otros aspectos.

En la línea de trabajo que señala Buckingham (2006) se trata de asumir estas producciones no como ejercicios en sí mismos:

En proyectos como éste, jóvenes desfavorecidos usan tecnologías digitales no sólo para crear sitios web, sino también en una variedad de formas más ambiciosas de producción de multimedios, incluyendo video digital y diseño de juegos de computadora. En este contexto, la web brinda un medio de distribución -vía la transmisión en la web de imagen en movimiento y audio- y de suscitar el diálogo con otros jóvenes, tanto a nivel local como globalmente. Aquí podemos ver el surgimiento de una “esfera pública de la juventud”, en que los propios jóvenes empiezan a asumir el control de los medios de producción (2006, p. 7).

Estos sentidos posibles que recién detallamos suponen también problemas de conocimiento que constituyen *aportes estratégicos del campo de la comunicación a la formación de las y los sujetos* y cuyo abordaje posibilita el logro de los sentidos desarrollados anteriormente.

Estos ejes dan cuenta de saberes, interrogantes y problemas sobre los que se ha reflexionado en el campo de la comunicación. A su vez, consideramos que resultan aportes valiosos para la formación de las y los sujetos, en tanto posibilitan la comprensión y problematización de las sociedades en las que vivimos y el reconocimiento de nuestras identidades, imaginarios y proyecciones. Recuperarlos en los procesos de formación en comunicación implica también contextualizarlos a partir de las características de las instituciones, sujetos y grupos particulares con los que estemos trabajando.

Algunos posibles aportes del campo comunicacional a los procesos de formación

Anteriormente describimos algunos sentidos posibles para la formación de ciudadanas y ciudadanos críticos desde el campo comunicacional. En este sentido nos preguntamos: ¿De qué saberes están dando cuenta? ¿Cuáles son los interrogantes y problemas que habilita su abordaje? ¿Cuáles y por qué creemos que son aportes valiosos para la formación de esas y esos sujetos particulares con quienes llevamos adelante el proceso de enseñanza?

En este apartado nos interesa compartir, como primer abordaje general, algunos nudos estratégicos del campo comunicacional, cuya problematización en procesos de formación, adquiere sentido en la configuración de identidades y subjetividades críticas.

Los medios masivos de comunicación en el marco de la constitución de una sociedad mediatizada

(...) el modelo único se prefigura en los discursos hegemónicos de la SI [Sociedad de la Información], cuando se parte del supuesto de la neutralidad tecnológica, tanto en su dimensión cultural como en su dimensión política. En efecto, esta mirada reduccionista pretende despojar a la tecnología de todo lo que en esta hay, tanto de cultura técnica como de tecnicidad.

Carlos Eduardo Valderrama, SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN: HEGEMONÍA, REDUCCIONISMO TECNOLÓGICO Y RESISTENCIAS

El concepto de “Sociedad de la Información” –en adelante SI– surge y se impone a partir de la Declaración de Principios formulada en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información de Ginebra, celebrada en diciembre de 2003 y su posterior fase en Túnez en 2005. Allí se la define del siguiente modo:

(...) construir una Sociedad de la Información centrada en la persona, integradora y orientada al desarrollo, en que todos puedan crear, consultar, utilizar y compartir la información y el conocimiento, para que las personas, las comunidades y los pueblos puedan emplear plenamente sus posibilidades en la promoción de su desarrollo sostenible y en la mejora de su calidad de vida (CMSI, 2003).

No obstante, no es ésta la única manera de pensar o describir la SI, puesto que mientras algunas y algunos pensadores la plantean como un nuevo modelo de sociedad, otras y otros la ven como un concepto que refleja la ideología de un mercado global.

Más allá de la perspectiva que se asuma, el protagonismo de la información, la comunicación y la tecnología es innegable, así como el rol que se les otorga como impulsoras del progreso y del crecimiento. Si bien la información ha ocupado un rol preponderante desde hace varias décadas y para el modelo de producción capitalista en particular, lo que diferencia a la actual SI es que la información se convierte en fuente y producto final, es decir, no sólo la información se aplica a la producción para mejorarla y hacerla más rentable, sino que la innovación, la investigación y el desarrollo tecnológico tiene por finalidad actuar sobre la información misma, generando nuevas formas de producir, procesar, almacenar y transmitir información.

Este modelo de sociedad ha pensado el progreso y el desarrollo del mundo desde y para los países centrales. Desde la perspectiva de estas naciones, la SI supone el continuo crecimiento por igual de la sociedad toda, donde de la mano de la tecnología y la comunicación encontraremos el desarrollo socioeconómico. Para formar parte de la SI, las naciones que aún no lograron superar la crisis económica y la inequidad en la distribución de la riqueza deberían emparejar su situación con los países centrales.

Para la SI, el acceso a las nuevas tecnologías y a Internet aparece como el indicador más representativo del desarrollo y nivel de crecimiento tecnológico de un país. Pero ello no contempla las diferencias de costos y calidad de servicio, dos claves de la brecha digital entre América

Latina y los países más desarrollados. Por esas y otras razones, varias investigadoras e investigadores critican esta mirada ingenua acerca del poder democratizador de la SI. Señalan, entonces, que la mera inclusión de TIC en un país no produce un *efecto derrame* directo, sino que se requieren de políticas públicas que permitan a los sujetos tener acceso y apropiarse críticamente de las tecnologías¹³.

Manuel Castells, por ejemplo, sugiere otro término que, a su juicio, explica estas tensiones de forma más compleja: *sociedad de redes*. Con esta noción, da cuenta de un modo específico de organización social, cuya estructura está construida en función de redes de información a partir de los avances de la tecnología de información microelectrónica. Se caracteriza por estar constituida por un conjunto de puntos interconectados, que puede expandirse en diferentes direcciones y donde las decisiones no se encuentran centralizadas en un punto, sino que es multidireccional. Por supuesto, no todos los puntos de la red están en situación de igualdad, algunos son más poderosos que otros, y hay personas, instituciones, países, sectores sociales que están excluidos de la sociedad de redes. Esta última, entonces, reproduce las desigualdades existentes entre países y grupos sociales.

Martín Becerra y Guillermo Mastrini, entre otros, han estudiado la SI en América Latina, y han contribuido a armar un mapa de consumo, producción y expansión de las TIC, que resulta fundamental en la elaboración de diagnósticos que permitan pensar hacia dónde va el proceso y qué actores se mueven públicamente o no detrás de sus intereses.

Las reflexiones acerca de la SI involucran investigaciones que han recibido aportes teóricos de la sociología y focalizan la mirada en las estructuras sociales que se generan con el avance de las industrias digitales y en las políticas de información que demandan. Sin embargo, hay otro modo de indagar en este eje: *las transformaciones que se han producido en las sociedades contemporáneas a partir de la globalización y de los nuevos procesos de producción, circulación, almacenamiento y reproducción de la información*, procesos que impactan sobre múltiples dimensiones de lo social, tales como la economía, la educación, el tiempo de ocio, los modos de entender el espacio y el tiempo, el acceso al conocimiento y sus modos de producción, etc.

Esta *centralidad de lo masivo* representa una forma de apropiación nueva del sentido social en la cual las y los sujetos van formando sus marcos de interpretación, representaciones y disposiciones a determinadas prácticas, e incluso, sus modos de construcción de conocimiento, de concebir el tiempo y el espacio. Así, la *apropiación de las tecnologías de la información y la comunicación es estudiada desde su inscripción en la cultura*, desde las articulaciones que se producen entre las prácticas y los movimientos sociales, en distintos momentos y con una multiplicidad de matrices. Como señala Néstor García Canclini: “Los sentidos de las tecnologías se construyen según los modos en que se institucionalizan y se socializan” (1992, p. 308).

¹³ En este sentido, es interesante pensar lo que representaron las políticas de inclusión digital 1 a 1 (denominadas así por su formulación en inglés “one laptop, one child”, que significa en castellano “una computadora, un niño/a”) implementadas en la última década en varios países de América Latina, como el Plan Conectar Igualdad en Argentina y el Plan Ceibal en Uruguay. Dichas políticas se orientaron fuertemente –y fueron exitosas en ese sentido- a reducir la brecha digital en términos de acceso. En nuestro país hubo importantes esfuerzos dirigidos también a abordar la brecha de uso, a través de capacitaciones a docentes, aspectos que en los últimos años, en lugar de fortalecerse, se vieron truncados, al menos en lo referido al financiamiento y al sentido político-cultural de esos espacios de formación.

Podría citarse aquí la noción de *cultura mediática* en relación con el modo en que los medios masivos de comunicación se instalan en la vida cotidiana y cambian, por ende, la percepción, posibilitando de esta manera la producción de diversas y múltiples prácticas e imaginarios. Es así que se genera una transformación que implicaría, según María Cristina Mata:

(...) un nuevo modo en el diseño de las interacciones, una nueva forma de estructuración de las prácticas sociales, marcada por la existencia de los medios (...) donde se tejen modos de interacción con formas expresivas, lógicas de producción con estrategias de recepción” (1999, p. 84).

Algunos *propósitos* que pueden abordarse en este eje son:

- Posibilitar la comprensión de las transformaciones que se dan a partir de los procesos emergentes de producción y circulación de la información y las mediaciones tecnológicas de lo cultural y sus implicancias para nuestras sociedades contemporáneas.
- Favorecer la problematización del rol de los medios masivos en la sociedad de la información, en su carácter predominante de empresas mediáticas y las consecuencias en la democratización del acceso de las y los ciudadanos a la información.
- Colaborar en la revisión de las representaciones de las y los sujetos acerca de los medios masivos y los discursos mediáticos.
- Promover la comprensión de los procesos de construcción de la realidad que realizan los medios masivos de comunicación desde una mirada sociocultural que reconozca su espesor simbólico y su rol preponderante dentro de las sociedades contemporáneas.
- Reconocer el valor de la defensa y el ejercicio comprometido del Derecho a la Comunicación entendido como un Derecho Humano básico para la sociedad democrática.

Los consumos culturales en vinculación con los productos de las industrias culturales

El consumo no es sólo reproducción de fuerzas, sino también producción de sentidos: lugar de una lucha que no se agota en la posesión de los objetos, pues pasa aún más decisivamente por los usos que les dan forma social y en los que se inscriben demandas y dispositivos de acción que provienen de diferentes competencias culturales.

Jesús Martín Barbero, DE LOS MEDIOS A LAS MEDIACIONES

En la primera mitad del siglo XX, cobra relevancia la noción de cultura masiva que consideraba la imposición de la racionalidad técnica como determinante de la conciencia y que guiaba la acción social. Es esta concepción la que desarrollan los teóricos de la Escuela de Frankfurt produciendo un vasto material sobre la *industria cultural*, cuyo principal condicionante lo constituía el sistema productivo capitalista.

Esa industria, decían los críticos, cosificaba a la sociedad por medio de la racionalidad instrumental y convertía así a las y los receptores en consumidoras y consumidores sin posibilidad de discernir o actuar sobre esos productos ya que ellos no tenían en su poder los medios de producción. Desde este momento, se plantea la diferenciación entre cultura de élite y cultura para las masas, donde éstas eran manipuladas por todos esos objetos pertenecientes a la industria cultural y en manos de los grupos poderosos.

En la década de 1980, empieza a cobrar más fuerza la incorporación de la noción de hegemonía y se incorpora la mirada sociocultural aportada por Antonio Gramsci. A partir de aquí, se comienza a dar una perspectiva menos lineal, más dinámica, por lo que

(...) las lógicas mediáticas (...), rompieron el ordenamiento tradicional de lo social en diferentes esferas y discursos (...) Las audiencias de los medios masivos son multitudinarias, heterogéneas, anónimas. Mientras que el público masivo era ni más ni menos que un sujeto empíricamente alienado, el público mediático supone en ese ejercicio un modo de existencia, de expresión de su socialidad, de manifestación de su identidad, entre otros (Martin, 2003, p. 167).

Analizar los medios de comunicación y sus efectos fue el eje central durante varios años dentro de los estudios de comunicación, pero es a partir de los años '70 y con mayor producción en los '80, cuando en América Latina se avanza en la incorporación de la noción de cultura para pensar los procesos comunicacionales, focalizando en las mediaciones y las articulaciones existentes entre prácticas de comunicación y movimientos sociales. La centralidad de los medios de comunicación no se circunscribe a los efectos que ellos producen sino que se amplía la visión y se los considera a su vez como mediados desde un contexto particular, una cultura específica y determinadas relaciones.

Es en este punto que la categoría de *consumos culturales* comienza a ocupar un lugar relevante en las reflexiones que se producen en el campo comunicacional. Estas indagaciones consideran que, además de la satisfacción de necesidades, los consumos culturales constituyen espacios de producción simbólica y adscripción identitaria. Ubicadas dentro de un sistema hegemónico, estas prácticas del *escamoteo*, como las denomina Guillermo Sunkel, “buscan burlar el orden establecido. En esta óptica, el consumo será una práctica de producción invisible, hecha de ardidés y astucias, a través de la cual los sectores populares se apropian y re-significan el orden dominante” (Sunkel, 2002, p. 3).

Entre los autores que se destacan en el análisis de los consumos culturales se encuentra Néstor García Canclini, quien examina distintos modelos que se han utilizado para explicar el consumo y que “iluminan” determinados aspectos de esta problemática: los que definen el consumo como lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social; o como lugar de diferenciación social y de distinción simbólica entre los grupos; o como sistema de integración y comunicación; o como proceso de objetivación de deseos; o como proceso ritual (Sunkel, 2002).

Además de García Canclini, otras y otros referentes del campo que han elaborado textos sobre los consumos culturales y, de manera más amplia, sobre los procesos de recepción y sus mediaciones, son Jesús Martín Barbero y Sonia Muñoz en la Universidad de Cali, Guillermo Orozco Gómez y su equipo en el ITESO en Guadalajara, María Cristina Mata en la Universidad Nacional de Córdoba, Aníbal Ford en la Universidad de Buenos Aires, Maria Immacolata Vassallo de Lopes y Antonio Arantes en Sao Paulo, Marcelino Bisbal en Venezuela y Valerio Fuenzalida en Chile.

A su vez, y volviendo al planteo del inicio, también el análisis de las industrias culturales se ha ido ampliando y complejizando desde los años '80. En esa década comienzan a desarrollarse investigaciones que no parten de la mirada frankfurteana, ni de la crítica del estructuralismo ideológico latinoamericano –cuyo referente central fue Armand Mattelart–, sino que se focaliza en el análisis de los modos y estrategias de construcción discursiva y las formas de interpelación a sus públicos que configuran las industrias culturales (editoriales, productoras musicales y cinematográficas, industrias radiofónicas y televisivas), incluyendo también las estrategias de construcción de agenda de las industrias periodísticas.

En este marco, pueden mencionarse, sin intención de exhaustividad, tres grandes campos de problemas sobre los que se está actualmente produciendo conocimiento.

En primer lugar, desde la perspectiva de la *economía política de la comunicación*, se ha reflexionado acerca de los propósitos y características de los medios de comunicación masivos en las sociedades contemporáneas, focalizando en el proceso de concentración de la producción comunicacional a partir de la transnacionalización de la cultura y la economía, visible en la conformación de empresas multimediales que, generando la apariencia ilusoria de múltiples voces, dan lugar a la multiplicación de discursos monolíticos. También desde este campo se ha avanzado en el análisis y problematización de las políticas de comunicación, es decir, de las regulaciones que los Estados nacionales promueven –o no lo hacen– para garantizar a las ciudadanas y ciudadanos el ejercicio del derecho a la comunicación.

En segundo lugar, las nuevas tecnologías y la existencia de una sociedad mediatizada promueven *nuevos vínculos de la ciudadanía con la información*. En los últimos años los conceptos de posverdad, fake news, viralización de mensajes falsos pueblan la agenda de los estudios de la comunicación. Si bien la circulación de información falaz no es un fenómeno nuevo, en las sociedades contemporáneas (la sociedad de redes) se ha desarrollado un nuevo sistema de acceso y circulación de la información: cada vez más millones de personas no se informan por medios masivos tradicionales, sino a través de plataformas digitales. Esa información es compartida y propagada por múltiples soportes (redes sociales, sistemas de mensajería como Whatsapp, medios tradicionales que se hacen eco, entre otros), dando por resultado una sobreinformación y una gran abundancia de fuentes, en innumerables oportunidades no verificadas. No sólo nos resulta relevante analizar el modo en que se producen y circulan noticias falsas (*fake news*), produciendo un nuevo proceso denominado *posverdad*¹⁴, sino que, además, es necesario

¹⁴ Si bien hay diferentes interpretaciones de este concepto, aquí optamos por aquella que Haidar (2018) elabora retomando a Nun: aquel fenómeno en el que “los hechos objetivos influyen e importan menos en la opinión pública, que las

observar que el problema es más complejo, en tanto las mismas redes sociales y los buscadores de Internet posibilitan la construcción de una cierta mirada del mundo, el acceso a determinada información y no a otra¹⁵. Para muchos de las investigadoras y los investigadores que estudian este campo de problemas, más que en la Sociedad de la Información, residimos en la “sociedad de la desinformación”.

Sintetizando algunas ideas, podríamos señalar, siguiendo a Badillo que:

- a. El relato de los medios no corresponde con la realidad (no es “la verdad”), pero define la realidad construyendo su relato. El poder de los medios es, por tanto, enorme y sus efectos sociales muy importantes.
- b. Los dueños de los medios representan al establishment político económico preexistente y bloquean mediante el control de la opinión pública el acceso al poder de las nuevas fuerzas políticas.
- c. Los medios alternativos (frecuentemente en las redes) representan la esperanza de subversión del mainstream media (Badillo, 2019, p. 8).

En tercer lugar, y retomando el último de los puntos planteado por Ángel Badillo, podemos recuperar otro campo de problemas relevante en el marco de este eje referido a los consumos culturales y su articulación con las industrias culturales. Además de indagar en los sentidos que los sujetos construyen en su relación con los medios masivos de comunicación (comerciales) y en las mediaciones que operan en el proceso de producción cultural, en América Latina se ha venido desarrollando una tradición ligada al estudio de la *comunicación alternativa o popular*. Es decir, aquella que:

(...) partiendo de la cultura y necesidades de los grupos populares, transforma las características de la comunicación dominante; donde emisores y receptores intercambian continuamente sus posiciones; aquella que está definida prioritariamente para la participación de todos los sujetos que en ella intervienen, sobre todo aquellos a los que más directamente les atañe el proceso en el que están incluidos (Merino Utreras, 1988, p. 19).

Un modo de comunicar que se opone a la sociedad imperante y se compromete con los movimientos sociales, una forma de establecer vínculos y democratizar la palabra, que resulta “al-

apelaciones a la emoción, dimensión fundamental en la subjetividad (...) Con la posverdad, a nuestro juicio, ocurre el fenómeno raro de que la apariencia de verdad logra ser más eficaz que la propia verdad” (pp. 7 y 8).

¹⁵ Nos referimos a la existencia de algoritmos que “leen” los clics que hicimos previamente, las personas con las que nos contactamos, los consumos que realizamos en la web y otros datos que son proporcionados por compañías financieras, telefónicas, etc. y nos ofrecen “links” en forma personalizada. De este modo, estamos expuestas y expuestas a un limitado contenido informativo, reduciendo nuestra mirada del mundo, consumiendo noticias ajustadas a nuestro modo de pensar y generando la creencia de que nuestras ideas están en consonancia con la visión dominante (Fernández-García, 2017).

teradora”: “Lo alternativo es alterativo. Alterar lo injusto, alterar lo opresor, alterar la inercia histórica que trae dominaciones sofocantes. Alteración marcada por una vocación liberadora en la cual se nutren una multiplicidad de experiencias comunicativas” (Reyes Matta, 1983, p. 129).

Luis Ramiro Beltrán, Guillermo Mastrini, Luis Quevedo, Heriberto Muraro, Octavio Getino – que diseñó y coordinó entre el 2004 y 2007 el Observatorio de Industrias Culturales del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires-, Mario Kaplún, María Cristina Mata y Rosa María Alfaro son algunas y algunos de los referentes que, desde diferentes abordajes y dimensiones, han producido conocimiento sobre este campo de problemas.

Algunos propósitos a trabajar en el marco de este campo de producción de saberes pueden vincularse con:

- Promover la comprensión de las transformaciones acaecidas en las últimas décadas en los procesos de producción cultural y simbólica.
- Favorecer el análisis crítico de los consumos y las industrias culturales y su participación en los procesos de producción cultural.
- Promover el análisis de los modos en que se produce, circula y se consume información en la sociedad hipermediatizada.
- Posibilitar el reconocimiento de los procesos de producción cultural de las personas y de los modos en que ellas se vinculan con contextos de pertenencia sociocultural y construcción identitaria.

Los espacios sociales como escenarios de encuentro/circulación, las prácticas culturales territoriales y los modos en que son apropiados

Del espacio público pasamos a hablar de una opinión pública, o más bien de muchas, que pueden estar por cualquier parte. ¿Quién sería capaz de trazar el mapa de cómo y dónde forman el sentido de lo público y lo privado la radio, la televisión y las redes aún más deslocalizadas de Internet?

Néstor García Canclini, PÚBLICO-PRIVADO: LA CIUDAD DESDIBUJADA

Una de las dimensiones que se transforman a partir de los procesos de massmediación en nuestras sociedades es la reconfiguración de los espacios públicos a partir de la creciente privatización de diversas esferas de la vida cotidiana. En unas ciudades que son vividas cada vez como más caóticas, peligrosas y en donde el encuentro con las otras y los otros, en relación con el espacio público, es cada vez más "amenazador" parece difícil hallar espacios comunes a los diferentes sectores sociales.

En este contexto, el repliegue hacia el mundo privado también parece avanzar. *Countries* o barrios cerrados, escuelas privadas, servicios de medicina prepaga, privatización de las empresas estatales de servicios, nos hablan de numerosos procesos que, a partir de los años '80 y fuertemente en los '90, han modificado el escenario del espacio público –identificado con el bien común y la esfera de la ciudadanía- en Latinoamérica. La discusión acerca de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual puede, incluso, asumir nuevos sentidos si la pensamos en el marco

de los procesos de privatización de los medios audiovisuales y las tensiones que se generan con la construcción de ciudadanía y el derecho a la comunicación.

Así, podría problematizarse cómo las políticas neoliberales, la sociedad de mercado y los procesos de comunicación en las sociedades globalizadas han producido fuertes *tensiones entre lo público y lo privado*. Como menciona García Canclini:

La articulación entre el complejo público-privado y el Estado-nación ha sido erosionada por la globalización de las tecnologías comunicacionales, de la organización económica y financiera de las empresas, y por la reestructuración transnacionalizada de las 'comunidades' de ciudadanos y consumidores. Luego, los ciudadanos no pueden seguir concibiéndose como actores sólo dentro de una esfera pública que correspondería a un territorio custodiado por la soberanía del Estado-nación (1996, p. 5).

En este escenario no sólo no resulta sencillo delimitar qué prácticas y espacios son públicos y cuáles privados, sino que además esta intención clasificatoria pierde sentido, puesto que se trata más bien de “un mosaico complejo de esferas públicas de diferentes tamaños, sobrepuestas e interconectadas” (Keane, citado en García Canclini, 1996, p. 5), que organizan circuitos en los que se verifican dispositivos de inclusión y exclusión social. En este sentido, pueden identificarse *esferas micropúblicas* (espacios locales, en los que grupos de actores sociales interactúan), como el barrio o los movimientos sociales; *esferas mesopúblicas* (que involucran a millones de personas interactuando al nivel del Estado-nación y que suelen estar mediadas por los medios masivos de comunicación) y *esferas macropúblicas* (que ponen en relación a centenares de millones de personas involucradas en disputas de poder de alcance supranacional y global y que terminan configurando audiencias mundiales que trascienden las fronteras nacionales).

En este sentido, “espacios” tan diversos como las redes sociales mediadas por las tecnologías, el barrio o la comunidad local, la ciudad y sus zonas de circulación (shoppings, mercados, plazas, boliches, canchas de fútbol), constituyen uno de los objetos de reflexión desde el campo comunicacional. Comprender los modos en que atravesamos y nos apropiamos de estos espacios es un aporte estratégico a la formación de las niñas, niños y jóvenes.

Algunas finalidades posibles de articular son:

- Propiciar la problematización de los modos de apropiación y circulación de las y los sujetos por los espacios de encuentro públicos y las tensiones que se producen en relación con la privatización de los mismos.
- Promover el análisis de las propias prácticas culturales de apropiación y circulación por los espacios públicos y los lazos de socialidad conformados en torno de ellos.
- Favorecer el reconocimiento de la vinculación de los procesos de privatización de los espacios públicos y los de segmentación y diferenciación social.

Manifestaciones de politicidad en las prácticas culturales/comunicacionales

Reivindicamos la protesta a través de la risa, del baile, la sonrisa, del encontrarse en el anonimato, en el baile, en la generación colectiva de espacios de encuentro y producción creativa, como burla-festejo-liberación de los dominados ante los dominadores. Por eso resistir -también- a través de la música. Por eso a través de la música luchar -también- por el control del territorio urbano. Por eso a través del grafiti, la alegría y los símbolos luchar por disputar no sólo la conciencia de los de abajo sino también luchar por nuestras emociones y sensaciones de rebeldía, resistencia y dignidad.

DECLARACIÓN DEL COLECTIVO MEXICANO “JÓVENES EN RESISTENCIA ALTERNATIVA”

Esta declaración de una organización social de jóvenes mexicanos y mexicanas nos permite introducir otro eje de problemas del campo comunicacional cuya inclusión en los procesos de formación puede contribuir a recuperar críticamente numerosas prácticas culturales a través de las cuales las y los sujetos se expresan y construyen sus identidades.

Por un lado, puede señalarse que en las últimas décadas han ido emergiendo diversas prácticas de expresión/producción cultural que se manifiestan, fundamentalmente, en los espacios urbanos. Muchas de estas prácticas –como la murga, la música, el *graffiti*, el *clown*, las intervenciones estéticas, el teatro comunitario- han ido produciendo nuevas formas de relacionarse con lo público. En otras palabras, diferentes grupos sociales –y en particular las juventudes- encuentran en estas modalidades artístico-expresivas una *forma de comunicación, de resistencia y de participación social y política*.

La política se sale de sus discursos y escenarios formales para reencontrarse con los de la cultura, desde el grafiti callejero a las estridencias del rock. Entre los jóvenes no hay territorios acotados para la lucha o el debate político, que se hacen desde el cuerpo o la escuela: erosionando la hegemonía del discurso racionalistamente maniqueo que opone goce a trabajo, inteligencia a imaginación, oralidad a escritura, modernidad a tradición (Martín Barbero, 1998, p. 35).

A su vez, estas prácticas comunicacionales entrelazadas con expresiones estéticas y artísticas implican particulares y diversas *estrategias, códigos, soportes y técnicas de representación que organizan diversos lenguajes mediáticos*: el gráfico, el sonoro, el visual, el audiovisual, el multimedial y el digital.

A través de estos lenguajes las y los sujetos expresan proyectos e imaginarios –muchas veces difusos- en los que se visualizan tensiones y disputas entre intereses diversos. Como plantea Marcela País Andrade:

(...) las actividades culturales recreativas se conforman como prácticas sociales resignificándose simbólicamente en la relación de los actores culturales con la cultura, a la vez que le otorgan otro significado a dicha relación. Paralelamente, se conforman como espacios de encuentro que reflejan complejas relaciones de poder que responden a un contexto sociopolítico macro: ya no es la política

el lugar relevante donde se construyen los procesos identitarios de los jóvenes; ahora parece que la juventud es militante en las artes y en la construcción de una imagen propia. La voz de protesta y de crítica social en relación a las contradicciones de las sociedades modernas se escucha más en la construcción de un estilo de vida cultural que de una vida política (2006, p. 181).

Incluso en aquellas y aquellos jóvenes que participan de espacios de militancia más organizados o tradicionales, los modos de expresión creativos y las novedosas estrategias de comunicación y participación política forman parte de su construcción identitaria.

Por otro lado, los nuevos medios digitales promueven y facilitan estos modos de expresión cultural. Espacios como el de *youtube*, tecnologías digitales de fácil utilización y recursos técnicos de uso gratuito posibilitan que disminuyan los costos de producción y postproducción y facilitan que diversas prácticas estético/comunicaciones circulen por las redes y por espacios que en otros momentos estaban vedados. De esta manera es posible que numerosas prácticas expresivas locales adquieran visibilidad más allá de los contextos en los que surgieron.

En este marco, algunos propósitos que podríamos plantearnos remiten a:

- Favorecer la indagación acerca de los diversos modos de producción / expresión cultural como manifestaciones de la politicidad y de las matrices identitarias de las y los sujetos.
- Promover el reconocimiento de las transformaciones en las estrategias, soportes de representación y expresiones en los procesos de manifestación de la politicidad de las y los sujetos.
- Propiciar el reconocimiento de la politicidad en las prácticas culturales de las y los sujetos en formación promoviendo su despliegue y relevancia para la conformación de una ciudadanía participativa.

Las modalidades en que las personas construyen sus vínculos y lazos de sociabilidad

Cuando Tocqueville se preguntaba por los vínculos comunitarios y por el lazo político en una sociedad democrática, el problema de fondo al que intentaba dar respuesta era el de cómo recrear esos vínculos en una sociedad que tiende a disolver el sentido de solidaridad, a exacerbar el deseo de bienestar material y a confiar totalmente al estado la administración de lo público. Pero sin ninguna pretensión regresiva ni autoritaria, el problema era cómo promover esos vínculos dada una sociedad histórica concreta. Y en América Latina, hoy tenemos ese mismo desafío y esas mismas preguntas que nos dejó Toqueville en los comienzos del siglo XIX.

Luis Alberto Quevedo, IDENTIDADES, JÓVENES Y SOCIABILIDAD.

UNA VUELTA SOBRE EL LAZO SOCIAL EN DEMOCRACIA

Ya se ha mencionado en el Capítulo 4 cómo la *socialidad* constituye, para Jesús Martín Barbero, una de las mediaciones clave de los procesos comunicacionales:

La socialidad se genera en la trama de las relaciones cotidianas que tejen los hombres al juntarse, que es a la vez lugar de anclaje de la praxis comunicativa, y resultado de los modos y usos colectivos de comunicación, esto es de interpelación/constitución de los actores sociales, y de sus relaciones (hegemonía/contrahegemonía) con el poder. En ese proceso las Matrices Culturales activan y moldean los habitus que conforman las diversas Competencias de Recepción (Martín Barbero, 1987, p. XVII).

En este sentido, cabe señalar dos dimensiones en la construcción de los vínculos sociales. Por un lado, como ya mencionamos anteriormente, en el contexto actual de individualismo, de producción del miedo, de desconfianza en el otro o la otra, de proliferación de los espacios virtuales, *se modifican las formas de lazo social*. No solamente pueden visualizarse estos cambios en las prácticas de comunicación mediadas por la tecnología (redes sociales, chat, juegos en línea), sino también en los modos en que las interacciones “cara a cara” se han modificado a causa de otros procesos sociopolíticos, como por ejemplo la creciente segmentación y fragmentación social que separa a sectores que ya no tienen ningún espacio común de encuentro, las tensiones entre generaciones, entre otros.

La lógica cultural del capitalismo tardío se desarrolla en la pluralidad, en la discontinuidad y en la fragmentación, produciendo un cotidiano de riesgos y de incertidumbres. Se trata de una época de ruptura del contrato social y de los lazos sociales, provocando fenómenos de “desafiliación” y dilacerando el vínculo entre el uno y el otro (Castel, 1998). Las relaciones de sociabilidad pasan por procesos simultáneos de integración comunitaria y de dispersión social, de masificación y de individualización (Tavares-dos-Santos, 2009, p. 3).

Por otro lado, *persisten, resignificados, modos tradicionales de interacción social*. En los grupos de amigos, en los espacios escolares, en el seno de las familias se recrean aun vínculos interpersonales que les dan sentido y direccionamiento a las vidas de los sujetos. Las relaciones de reciprocidad y solidaridad se reinventan continuamente, adquieren figuras difusas o inestables, pero sin desaparecer completamente (Quevedo, 2008).

De este modo, algunos posibles sentidos de intervención pedagógica son:

- Favorecer el reconocimiento de las transformaciones ocurridas en las últimas décadas en los contextos de interacción social, entre otros, de aquellos vinculados al impacto de las tecnologías y la virtualización de los espacios de encuentro.
- Facilitar la problematización de las modalidades en que las personas construyen sus vínculos y lazos de sociabilidad y su impacto en los procesos de construcción identitaria.

Las prácticas culturales a través de las que se sostienen y construyen diversas identidades grupales

(...) fue el proyecto de dejar de identificar el proceso y las prácticas de comunicación únicamente con el fenómeno los medios, lo que nos permitió empezar a estudiar y valorar culturalmente la multiplicidad de los modos y formas de comunicación de la gente: desde el mundo de lo religioso hasta la plaza de mercado, pasando por el estadio y la esquina del barrio. Pues es desde esos modos cotidianos de comunicar desde donde la gente mira la televisión u oye la radio.

Jesús Martín Barbero, AVENTURAS DE UN CARTÓGRAFO MESTIZO EN EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN

Hacia la década de 1960 comienzan a cobrar relevancia en algunos países europeos –y principalmente en Gran Bretaña-, ciertas investigaciones y perspectivas teóricas que se dedican a analizar las prácticas culturales populares y la producción de sentido que se manifiesta a través de aquellas.

Estas investigadoras e investigadores –entre los que podrían mencionarse a Terry Eagleton, Richard Hoggart, Edward Thompson, Raymond Williams y Stuart Hall- cuestionan una tradición teórica de larga data basada en la jerarquización de las prácticas culturales, según la cual la “cultura culta” o de elite es superior a la cultura popular.

¿Es posible diferenciar entre cultura culta, popular y masiva?, ¿por qué razones las clases populares adoptan estas prácticas culturales?, ¿qué hay de disfrute, de resistencia, qué valores socioculturales se construyen en estas prácticas?, ¿cómo significan estos actores sus propias prácticas, su situación y condiciones de vida?, son algunos de los interrogantes que los guían en este recorrido.

Todas estas preguntas le dan direccionalidad a sus análisis, situados en una concepción de la cultura propia de un marxismo complejo: partiendo de la concepción gramsciana de *hegemonía*, cuestionan la primacía de la base sobre la superestructura y sostienen la existencia de culturas en plural –y no una única cultura- que se enfrentan y se encuentran atravesadas de tensiones y conflictos.

En los '80 estas investigaciones comienzan a conocerse en América Latina y así se va configurando *un campo de estudios propio que procura comprender las prácticas culturales en tanto procesos de producción simbólica*. Se indaga entonces en los valores socioculturales que se construyen a través de ellas, en las resistencias y usos que generan, en las significaciones que las personas les atribuyen, entre otras dimensiones.

Autores y autoras como Jesús Martín Barbero, Jorge González, Mario Kaplún, Rosa María Alfaro, Rossana Reguillo, Pablo Alabarces, Mario Margulis, María Cristina Mata, entre muchos otros y otras, se han dedicado a analizar objetos y procesos culturales, focalizando en los diversos modos en que la cultura, entendida como fusión de sentidos, prácticas y valores, constituye el espacio en el que se construyen procesos comunicacionales.

La vida cotidiana, y particularmente la vida cotidiana en la ciudad –entendida como trama de significaciones, como espacio de comunicación-, constituye el marco y objeto de análisis preponderante. Corriéndose de la línea teórica que históricamente le daba centralidad en los procesos

de producción cultural a los medios masivos y tomando como categorías de investigación los conceptos de *mediaciones*, *hibridación cultural* y *mestizajes*, estos investigadores e investigadoras se dedicaron a indagar en los rituales religiosos, las fiestas populares, los modos de apropiación colectiva del rock y la cumbia, el barrio, los partidos de fútbol, las dinámicas que se construyen en los espacios de ocio nocturno, las prácticas culturales juveniles urbanas, los modos de articulación en movimientos sociales y espacios comunitarios, etc.

Así, más que desde la problemática de la alienación, se enfocó el estudio de las prácticas culturales desde las brechas, desde el consumo, desde las representaciones que materializan identidades, vinculando y entremezclando lo masivo y lo popular.

En este marco algunos propósitos en los procesos formativos son:

- Promover la comprensión de las prácticas culturales en tanto procesos de producción simbólica que involucran producción y resistencia frente a las culturas hegemónicas.
- Propiciar el análisis reflexivo acerca de las prácticas culturales a través de las que se sostienen y construyen diversas identidades grupales.
- Favorecer la reflexión y el reconocimiento de los modos de apropiación colectiva y resignificación que de las prácticas culturales hacen los grupos sociales, particularmente las y los sujetos que participan del proceso de formación.

Para finalizar

Para cerrar este recorrido por aquellos saberes y problemas del campo académico de la comunicación que consideramos estratégico abordar en la formación de niñas, niños y jóvenes, una vez más podríamos recurrir a Jesús Martín Barbero, quien ya desde fines de la década de 1980 nos convocó a reflexionar acerca de los procesos comunicacionales como un *mapa nocturno*. Con esta metáfora el autor colombiano se refería a la posibilidad de avanzar en indagaciones que no simplificaran las prácticas comunicacionales a un conjunto de efectos, en los que sólo existe la dominación. Por el contrario, se trataba de problematizar esas huellas de la dominación, pero también de los sentidos que emergen en las brechas y en las mediaciones.

Hoy más que nunca resulta imprescindible, en la tarea de las educadoras y los educadores en comunicación, retomar ese mapa.

Para cambiar el lugar desde el que se formulan las preguntas, para asumir los márgenes no como tema sino como enzima. Porque los tiempos no están para la síntesis y son muchas las zonas en la realidad cotidiana que están aún por explorar, y en cuya exploración no podemos avanzar sino a tientas, sin mapa o con sólo un mapa nocturno (Martín Barbero, 1987, p. 229).

Es nuestra intención que este capítulo aporte algunas referencias a ese mapa provisorio, sin certezas, pero abriendo interrogantes colectivos.

Referencias

- Badillo, A. (14 de mayo de 2019). La sociedad de la desinformación: propaganda, «fake news» y la nueva geopolítica de la información. Real Instituto Elcano, Documento de trabajo 8/2019. Recuperado de: <http://www.realinstitutoelcano.org/wps/wcm/connect/fc1e5338-b663-4254-943e-15b1d154e62e/DT8-2019-Badillo-sociedad-de-desinformacion-propaganda-fake-news-y-nueva-geopolitica-de-informacion.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=fc1e5338-b663-4254-943e-15b1d154e62e>
- Barraza Macías, A. (2003) La democracia y el discurso de la diferencia cultural: la pedagogía de frontera. Mimeo. Recuperado de: <https://upd.mx/librospub/prijorac/conf/demdis.pdf>
- García Canclini, N. (1996). Público-privado: la ciudad desdibujada. *Alteridades*, 6(11), 5-10.
- García Canclini, N. (1992). *Culturas híbridas, poderes oblicuos: estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Fernández-García, N. (mayo-junio de 2017). Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática, *Nueva Sociedad*, N° 269, 66-77,
- Haidar, J. (Julio-Diciembre de 2018). Las falacias de la posverdad: desde la complejidad y la transdisciplinariedad. *Oxímora Revista Internacional de Ética y Política*, 0(13), 1-16.
- Martín, María Victoria (2003). Diásporas de sentido en torno a la cultura mediática. En Saintout, F. (ed.), *Abrir la Comunicación* (157-175). La Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Martín Barbero, J. (Marzo de 1992). Pensar la sociedad desde la comunicación. Un lugar estratégico para el debate a la modernidad. *Diálogos de la Comunicación*, N° 32. Lima: FELAFACS.
- Martín Barbero, J. (1998). Jóvenes: des-orden cultural y palimpsestos de identidad. En Laverde, M. C., Margulis, M. y otros, *Viviendo a toda. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades*, Bogotá: Universidad Central.
- Martín Barbero, J. (julio 1999). "Aventuras de un cartógrafo mestizo en el campo de la comunicación", *Revista Latina de Comunicación Social*, 2(19), Universidad de La Laguna (Tenerife).
- Mata, M. C. (1999). De la cultura masiva a la cultura mediática. *Diálogos de la Comunicación*, N° 56, Lima: FELAFACS.
- Merino Utreras, J. (1988). *Comunicación popular, alternativa y participatoria*. Quito: Quipus.
- País Andrade, M. (julio-diciembre de 2006). El centro cultural. Una puerta abierta a la memoria. *Cuadernos de Antropología Social*, N° 24, 175-188.
- Papalini, V. (2008) Cultura masiva y subjetividad. Huellas del proceso de mundialización en marcha. Paper presentado en el 10º Congreso REDCOM "Conectados, Hipersegmentados y Desinformados en la Era de la Globalización", Salta. Recuperado de http://www.ucasal.net/unid-academicas/artes-y-ciencias/congresos/redcom10/archivos/redcom-ponencia/Eje6/Mesa6-4/Papalini_PN_.pdf.

- Quevedo, L. A. (2008). Identidades, jóvenes y sociabilidad. Una vuelta sobre el lazo social en democracia. Proyecto Nueva Agenda de Cohesión Social para América Latina, iFHC-CIEPLAN, San Pablo. Recuperado de: <http://www.plataformademocratica.org/Publicacoes.aspx?IdRegistro=27>
- Reguillo, R. (2002). Pensar el mundo en y desde América Latina. Desafío Intercultural y políticas de representación. *Diálogos de la Comunicación*, N° 65, 61-71.
- Reyes Mata, F. (enero-febrero de 1983). Alteremos lo injusto. El compromiso de la comunicación alternativa, *Nueva Sociedad*, N° 64, 128-130.
- Schmucler, H. (1997). La investigación (1982): un proyecto de comunicación/cultura. En *Memoria de la Comunicación*. Buenos Aires: Biblos.
- Tavares-Dos-Santos, J. (2009). Los conflictos sociales en el espacio de la Escuela: formas, causas y prácticas de prevención de la violencia escolar. Mimeo. Recuperado de: http://www.convivencia.edu.uy/Conflictos%20sociales%20y%20Escuela_Jose%20Vicente%20Tavares-dos-Santos.pdf
- Valderrama, C. E. (abril de 2012) Sociedad de la información: hegemonía, reduccionismo tecnológico y resistencias. *Nómadas*, N° 36, 13-25.