

Nº 3

Intertextos

Cuadernos del Programa de Comunicación Social

Comunicación y Modernidad



UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ
JORGE TADEO LOZANO
www.utadeo.edu.co

Intertextos

Cuadernos del Programa de Comunicación Social

Nº 3

Modernidad y Comunicación



UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ
JORGE TADEO LOZANO

www.utadeo.edu.co

Comunicación y modernidad / Elkin Rubiano... [et al.]. –
Bogotá: Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano,
2009.

120 p.; 24 cm. – (Intertextos. Cuadernos del Programa de Co-
municación Social; N° 3)

ISBN: 978-958-725-015-2

1. TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN. 2. MEDIOS DE CO-
MUNICACIÓN DE MASAS. 3. COMUNICACIÓN. I. Rubiano, Elkin.

CDD303.4833=09'c739

© Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano
Carrera 4 N° 22-61 – PBX: 242 7030 – www.utadeo.edu.co

Intertextos. Cuadernos del Programa de Comunicación Social
N° 3. Comunicación y Modernidad

ISBN: 978-958-725-015-2

Primera edición: agosto de 2009

Rector: José Fernando Isaza Delgado

Vicerrector Académico: Diógenes Campos Romero

Decana del Programa de Comunicación Social: Vera Schütz

Director (E) editorial: Jaime Melo Castiblanco

Coordinación editorial: Andrés Londoño Londoño

Revisión de textos: Sandra Naranjo Pineda

Diseño y diagramación: Francisco Jiménez Montero

Coordinación administrativa: Henry Colmenares Melgarejo

Impresión digital: Cargraphics S.A.

Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin
autorización escrita de la Universidad.

IMPRESO EN COLOMBIA
PRINTED IN COLOMBIA

Intertextos

Cuadernos del Programa de Comunicación Social

Nº 3

Modernidad y Comunicación

Nancy Ballestas Caro

Andrés Barrios Rubio

Mónica Cuervo Prados

Consuelo Fajardo Valencia

Elkin Rubiano Pinilla

Elcira Tovar Giraldo



UNIVERSIDAD DE BOGOTÁ
JORGE TADEO LOZANO

www.utadeo.edu.co

Contenido

Presentación

Vera Schütz.....	7
Anotaciones sobre algunas fragilidades conceptuales en <i>Los Media y la Modernidad</i> de John B. Thompson	9
Elkin Rubiano Pinilla	
I	12
II	15
III	19
Referencias bibliográficas	21

Modernidad e interdisciplinariedad en comunicación.

Aproximaciones epistemológicas	23
Elcira Tovar Giraldo	
Referencias bibliográficas	40

La UJTL en la Web sonora. Propuesta de una emisora universitaria en Internet que desarrolla un espacio de opinión y participación para sus estudiantes 43 |

Andrés Barrios Rubio	
De la onda a la red	43
Proyecto de referencia	50
Normas (leyes)	51
Resultados esperados	53
Propuestas y conclusiones	56
Referencias bibliográficas	57

Las relaciones intergeneracionales mediadas por el uso y consumos de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC)	59
Andrés Barrios Rubio y Consuelo Fajardo Valencia	
Saber/Poder en la Red	59
Fundamentación teórica	60
De lo físico a lo virtual	62
Estudio de caso	63
Primer aspecto fundamental	64
Segundo aspecto fundamental	65
Tercer aspecto fundamental	65
Cuarto aspecto fundamental	66
Otra fase de estudio	68
Reflexiones finales	70
Referencias bibliográficas	73
Lo latinoamericano como una revelación de las modernidades.	
Una aproximación desde la comunicación	75
Nancy Ballesta Caro	
Referencias bibliográficas	82
Reconstruyendo el espacio público: historia de Bogotá en el siglo xx	83
Mónica Cuervo Prados	
Introducción	83
Pensar la ciudad desde el espacio público. Propuesta teórica	84
Mirada metodológica	90
Fuentes de información	90
Capítulos del estudio	91
Resultados generales	92
Recomendaciones desde el estudio	94
Referencias bibliográficas	99

Presentación

Nos encontramos en una época en la que las construcciones sociales, culturales, artísticas, económicas y tecnológicas, han sido desafiadas, se han mezclado unas con otras, han presentado innovaciones, han sufrido alteraciones. El hombre de la sociedad moderna, ese hombre ilustrado, lógico, discursivo y, por tanto, comunicado, denominado por Marshall McLuhan como el habitante de la “*aldea Gutenberg*”, pasa a ser habitante de lo que el teórico canadiense llamó la “*aldea cósmica*” y los filósofos denominan posmodernidad. Un hombre con múltiples visiones de mundo que pone en tela de juicio la racionalidad científica.

El tercer número del cuaderno *Intertextos*, del Programa de Comunicación Social, está construido en torno al eje temático *Comunicación y modernidad*. De acuerdo con éste, los artículos intentan dar respuesta a cuestionamientos sobre la articulación de las teorías de la comunicación con los procesos sociales contemporáneos; reflexión que nos parece necesario darla desde la academia porque tensiona la forma como ha sido pensado el campo de la comunicación, ya sea desde la oposición o desde la validación del proyecto de la modernidad.

Por otro lado, uno de los sectores más importantes y en constante progreso de la industria tecnológica es el de la comunicación, que se ha dado a la tarea de desarrollar artefactos electrónicos. Se trata de la creación de un ámbito mundial global originado en la interdependencia electrónica lo que ha llevado a claras modificaciones de las formas y necesidades de comunicación humana.

Estos fenómenos obligan a replantear las ideas previas y las estructuras teóricas de la comunicación y de la interacción humana. En éste

–y en otros sentidos– los artículos presentados en esta edición de *Inter-textos* aportan al debate desde perspectivas que superan –o, por qué no, revalidan– el paradigma informacional y su relación con la formación de la cultura moderna, punto crucial a la hora de abordar la importancia de los procesos comunicativos en la sociedad. Se presentan diversas visiones conceptuales que toman la producción e intercambio de formas simbólicas como parte sustancial de la vida social; el advenimiento de las concepciones de la comunicación de masas y las transformaciones que éstas supusieron; la contextualización histórica de la producción teórica del campo; las formas como se relacionan las experiencias de la vida cotidiana con las experiencias mediáticas y cómo éstas quedan registradas conceptualmente y, en general, todas las interacciones sociales que han posibilitado la reflexión del campo.

Agradezco a todos los docentes e investigadores que con su aporte contribuyeron al logro del objetivo propuesto para esta entrega.

Vera Schütz
Decana del Programa de Comunicación Social

Anotaciones sobre algunas fragilidades conceptuales en *Los Media y la Modernidad* de John B. Thompson

Elkin Rubiano Pinilla*

De entrada podemos dar por sentado algunos aciertos de la propuesta de Thompson, que bien podrían recogerse en la excelente caja de herramientas conceptuales que ofrece al lector, como aquella útil caracterización de las interacciones sociales: cara a cara, *mediática* y casi-interacción *mediática*, que, con toda razón, podría denominarse heurística.

Del mismo modo, Thompson ofrece un marco conceptual que además de tener en cuenta la producción, la transmisión y la recepción de formas simbólicas pone en consideración la naturaleza de los medios técnicos, que son el sustrato material de las formas simbólicas: “La naturaleza de los soportes técnicos difiere enormemente de un tipo de producción simbólico de intercambio a otro, y las propiedades de los diferentes soportes técnicos facilitan y circunscriben a su vez tipos de producción simbólica y posibles intercambios” (Thompson, 1998: 36), que se pueden agrupar en tres problemas: el de la *fijación* de las formas simbólicas, el del grado de su *reproductibilidad* y el de los diferentes grados de *separación espacio-temporal*. Igualmente, cabe también elogiar la delicada y penetrante observación que hace sobre la tradición y sus relaciones con la modernidad, que lo alejan de la dicotómica lectura clásica de *tradición versus modernidad*; antes que unidireccional, la in-

* Sociólogo de la Universidad Nacional de Colombia. Magíster en Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana. Actualmente es profesor asociado de tiempo completo de la Facultad de Humanidades, Arte y Diseño de la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

interpretación de Thompson es multivariable y compleja. El autor propone entender la tradición desde cuatro aspectos: el *hermenéutico* (estructuras de sentido para la comprensión del mundo), el *normativo* (guía para la acción), el *legitimador* (obediencia a la autoridad tradicional) y el de la *identidad* (sentido de uno mismo como individuo y como miembro de una colectividad). Teniendo en cuenta estas cuatro categorías, Thompson elabora una tesis que explica el fenómeno moderno desde distintas caras y a distintos tiempos: “Con el desarrollo de las sociedades modernas, existe un gradual declive de los fundamentos tradicionales de la acción y del papel de la autoridad tradicional, esto es, en los aspectos normativos y legitimadores de la tradición [...]. En otros aspectos, sin embargo, la tradición retiene su significado en el mundo moderno, particularmente como medio de dar sentido al mundo (aspecto hermenéutico) y como manera de crear un sentido de pertenencia (aspecto de identidad)” (*ibid.*, 246). Valiéndose de la argumentación de Daniel Lerner, Thompson considera que “a través de la exposición a los *media*, el yo se convierte en más expansivo e indeterminado, menos obligado por los condicionantes de la tradición y más abierto a la experimentación, a la búsqueda de nuevas oportunidades y nuevos estilos de vida” (*ibid.*, 251). En esta exposición hay una “movilidad multiplicadora” del yo: verse a sí mismo en el lugar de otro (empatía *mediática*). No quiere decir esto, desde luego, que el desarrollo de las sociedades modernas acabe con la necesidad de formular un conjunto de conceptos, valores y creencias para dar sentido al mundo en el que se vive; por el contrario se siguen compartiendo prácticas religiosas y creencias que dan sentido al mundo y tienen un efecto vinculante: compartir una historia y un destino colectivo. El asunto no es de cara o sello: “Los medios de comunicación pueden ser utilizados no sólo para desafiar y socavar los valores y creencias tradicionales, sino también para difundir y consolidar tradiciones” (*ibid.*, 255). Finalmente, se puede elogiar de modo general la hipótesis central del libro que, apoyada en numerosas fuentes documentales, de-

muestra que “el desarrollo de los *media* estuvo fundamentalmente interrelacionado con las transformaciones institucionales más importantes que han dado forma al mundo moderno” y que “el uso de los medios de comunicación implica la creación de nuevas formas de acción e interacción en la sociedad, nuevos tipos de relaciones sociales y nuevas maneras de relacionarse con los otros y con uno mismo” (*ibid.*, 11, 16).

Sin embargo, también podrían señalarse algunos desaciertos de la propuesta:

1) Aunque Thompson propone entender los *media* desde cuatro categorías de poder, pues “el poder es un fenómeno social penetrante característico de los diferentes tipos de acción y encuentros”, el autor se centra casi exclusivamente en el aspecto simbólico de los *media* y casi nunca desde la noción de *poder simbólico* sino, generalmente, como *forma y contenido simbólico*.

2) Thompson considera que con el desarrollo de los *media* se dio una apertura a la “propiedad pública en relación entre el poder y la visibilidad” gracias a la aparición de la “propiedad pública *mediática*”. Habría que analizar si la visibilidad está preferentemente unida a lo público en el sentido de lo político, del bien común, o si, por el contrario, la visibilidad está en consonancia con el interés privado.

3) Thompson piensa que la recepción de las formas simbólicas siempre implica un proceso de interpretación creativo y que “el proceso de formación del yo se nutre progresivamente de materiales simbólicos mediáticos, expandiendo de manera espectacular el abanico de opciones disponibles a los individuos, y relajando –sin destruir– la conexión entre la formación del yo y los lugares compartidos” (1998: 269). Es decir, que los *media* abren nuevas posibilidades y nuevos puntos de referencia simbólica al proyecto reflexivo que contribuye a la configuración del yo. Hay que tener en cuenta, frente al optimismo manifestado por Thompson, que los contenidos simbólicos se distribuyen desigualmente y que la interpretación de tales fenómenos puede estar condicionado por el capital cultural y simbólico de cada receptor.

I

Thompson plantea una premisa asimétrica cuando habla de comunicación de masas: “En la mayoría de las formas de comunicación de masas el flujo de la comunicación resulta abrumador en una sola dirección” (p. 45). Sin embargo, la premisa la entiende parcialmente, o por lo menos no la desarrolla del todo. El autor concibe la “comunicación de masas” en el siguiente sentido: “*producción institucionalizada y difusión generalizada de bienes simbólicos a través de la fijación y transmisión de información o contenido simbólico*” en la que los receptores no actúan como participantes en un proceso recíproco de intercambios comunicativos sino más bien como “participantes dentro de un proceso simbólico de transmisión estructurada, de ahí que hable generalmente de “transmisión” o “difusión” de los mensajes mediáticos en vez de “comunicación” como tal (p. 45). Con los *media* nacen nuevas formas de experimentar el tiempo y el espacio, de este modo y debido a la aceleración del ritmo de la vida, “el futuro deja de extenderse ante nosotros como una tierra prometida. El horizonte continuamente cambiante de expectativas empieza a saturarse, como si fuera a estrellarse contra un futuro que repetidamente se queda corto para las expectativas pasadas y presentes” (p. 59). De ahí, que cada vez resulta más complejo tener una concepción lineal de la historia como progreso, y así, “en la medida en que el futuro confunda repetidamente nuestros planes y expectativas, la idea de progreso empezará a perder su arraigo entre nosotros”.

Para Thompson es muy temprano para decir si este cambio continuará y, si es así, cuáles serán sus consecuencias. De la misma opinión no es el sociólogo Richard Sennett, para quien las formas de trabajo adoptadas en el nuevo capitalismo son un impedimento para la construcción del carácter, es decir, para la construcción del “valor ético que atribuimos a nuestros deseos y nuestras relaciones con los demás” que depende de las relaciones de los individuos con el mundo y que se construye a largo plazo, como una *carrera*, como una carretera que marca el camino (Sennett,

2000: 10) Ya que no se habla propiamente de “comunicación” sino de “transmisión” y “difusión”, resulta válido observar otros tipos de interacción que aparentemente se alejan de lo que normalmente se concibe como contenido simbólico en interacciones casi-*mediáticas*. Me refiero a los nuevos tipos de relaciones derivadas de la flexibilidad laboral analizadas por Sennett, para quien el “nuevo capitalismo es, con frecuencia, un régimen de poder ilegible”. En este punto es, justamente, donde se puede entrar en diálogo con lo que Thompson deja con frecuencia de lado, las condiciones de poder en las interacciones sociales que no se reducen, desde luego, a lo simbólico sino que en el caso señalado por Sennett se hacen mucho más evidentes en lo económico y en lo político: “Los líderes de la economía y los periodistas especializados hacen hincapié en el mercado global y en el uso de las nuevas tecnologías, dos aspectos que ellos consideran el sello distintivo del capitalismo de nuestro tiempo. Si bien es bastante cierto, no contemplan otra dimensión del cambio: nuevas maneras de organizar el tiempo, y en especial el tiempo de trabajo” (*ibid.*, 20). Sennett señala que en la actualidad se buscan vías para acabar con los males de la rutina, representado en la rigidez burocrática, creando instituciones más flexibles. No obstante, las prácticas de la flexibilidad se centran en las fuerzas que doblegan a la gente. A diferencia de Thompson, para quien “a través de la exposición a los *media*, el yo se convierte en más expansivo e indeterminado, menos obligado por los condicionantes de la tradición y más abierto a la experimentación, a la búsqueda de nuevas oportunidades y nuevos estilos de vida” (1998: 251), para Sennett “Las especiales características del tiempo en el neocapitalismo han creado un conflicto entre carácter y experiencia, la experiencia de un tiempo desarticulado que amenaza la capacidad de la gente de consolidar su carácter en narraciones duraderas” (2000: 30).

Con la especialización flexible, lejos de considerar que “el proceso de formación del yo se nutre progresivamente de materiales simbólicos *mediáticos*, expandiendo de manera espectacular el abanico de opcio-

nes disponibles a los individuos, y relajando –sin destruir– la conexión entre la formación del yo y los lugares compartidos” (Thompson, 1998: 269), Sennett afirma que “para hacer frente a las realidades actuales, el desapego y la colaboración superficial son una armadura mejor que el comportamiento basado en los valores de lealtad y servicio” (2000: 24). Con la posibilidad que los medios electrónicos abrieron para separar las coordenadas espacio-temporales, el nuevo capitalismo las ha utilizado como forma de dominio antes que como herramientas para la emancipación. Con el trabajo llevado a casa, por ejemplo, “se ha puesto en marcha un montón de controles para regular el proceso de trabajo real en aquellos que no trabajan en la oficina. Por ejemplo, la gente tiene que llamar a la oficina regularmente y se utilizan controles *intranet* para vigilar al trabajador ausente; los supervisores suelen abrir el correo electrónico [...]. Un trabajador o una trabajadora con horario flexible controlan la ubicación del trabajo, pero no por ello obtienen mayor control sobre el proceso de trabajo en sí. Actualmente varios estudios sugieren que la vigilancia suele ser, de hecho, más estricta para los que no trabajan en la oficina que para los presentes en la empresa [...]. De esta manera, los trabajadores cambian una forma de sumisión al poder –cara a cara– por otra que es electrónica [...]. La ‘lógica de la métrica’ de Daniell Bell ha pasado del reloj a la pantalla del ordenador. El trabajo está descentralizado desde el punto de vista físico, pero el poder ejercido sobre los trabajadores es más directo. El teletrabajo es la última isla del nuevo régimen” (Sennett, 2000: 61).¹

1 Algunos *software* “permiten que los contables y los planificadores institucionales evalúen cuantitativamente qué programas o qué personal pueden recortarse en una fusión de empresas. *Delaying* (‘eliminación de capas’) es el término con que se denomina a la práctica de facilitar a un número menor de directivos el control sobre un número mayor de subordinados: la ‘desagregación vertical’ ofrece a los miembros de una isla empresarial la posibilidad de realizar tareas múltiples [...]. El término corriente para estas prácticas es *reengineering* (reingeniería, reinención), cuyo resultado básico es la reducción de puestos de trabajo” (p. 50). “Gracias a los ordenadores, las máquinas industriales pueden reprogramarse y configurarse fácilmente. La velocidad de las comunicaciones modernas también ha favorecido la especialización flexible al permitir que las empresas gocen de acceso inmediato a los datos del mercado global. Además, esta forma de producción requiere una rápida toma de decisiones, y por eso es apropiado para el pequeño grupo de trabajo; por el contrario, en una gran pirámide jerárquica, la adopción de decisiones puede ralentizarse mientras los papeles llegan hasta la cumbre a fin de ser aprobados en la oficina central. El ingrediente más sabroso de este nuevo proceso productivo es la disposición a dejar que las demandas cambiantes del mundo exterior determinen la estructura interna de las instituciones. Todos estos elementos de receptividad contribuyen a la aceptación del cambio decisivo y brusco” (p. 53).

Como se ve, las estructuras de poder son más “perversas” de lo que Thompson desearía, pues para éste: “El carácter no recíproco de las relaciones *mediáticas* no implica que los receptores estén a merced de los otros distantes y sean incapaces de ejercer ningún tipo de control; por el contrario, el mero hecho de que los otros no estén situados en las mismas coordenadas espacio-temporales como receptores, y que normalmente no participan en ‘interacciones cara a cara’ con receptores, significa que éstos tienen un amplio margen de libertad para dar forma a los vínculos que desean establecer y sostener con otros distantes. Parte de la atracción del tipo de familiaridad creada a través de la ‘casi-interacción *mediática*’ consiste precisamente en que: es un tipo de familiaridad que permite a los individuos muchísima amplitud al definir los términos del compromiso y dar forma a la manera de cómo familiarizarse con los otros. Los individuos pueden hacerse una idea de los otros, o los llegan a conocer a través de los *media*, de manera que quedan relativamente libres de las obligaciones características que definen la realidad de la ‘interacción cara a cara’” (1998: 284). Leyendo a Sennett el asunto parece ser menos cándido cuando lo simbólico se solapa en lo político, en lo económico y en lo coercitivo.

II

Para Thompson un cambio modélico para indicar las transformaciones de acción e interacción configuradas por el uso de nuevos medios de comunicación es el de la relación entre lo público y lo privado y su correlato tanto en el ámbito de la vida política como, de manera más extendida, en el ámbito de la vida social; en aquél es propia la distinción entre sociedad civil y Estado, en éste es propio la distinción entre *apertura* y *secretismo*, *visibilidad* e *invisibilidad*. Con el desarrollo de nuevos medios de comunicación, tanto la *fijación* de las formas simbólicas como el grado de su *reproductibilidad* trajeron consigo diferentes niveles de separación espacio-temporal; los contextos de producción y recepción

de las formas simbólicas no coinciden necesariamente en el tiempo y en el espacio, pues la creciente disponibilidad de los productos mediáticos hace que los mensajes sean asequibles en contextos alejados de los contextos en que se produjeron originariamente: “Con el desarrollo de los nuevos medios de comunicación –empezando por la imprenta, pero incluyendo las formas más recientes de comunicación electrónica– el fenómeno de la propiedad pública se ha desvinculado progresivamente de la idea de una conversación dialógica en cierto lugar compartido. Se ha convertido en des-espacializada y no-dialógica, y de manera creciente más vinculada al tipo de visibilidad distintiva producida por y a través de los *media* (especialmente la televisión)” (p. 177).

A este tipo de visibilidad Thompson lo llama “propiedad pública *mediática*” y lo entiende bajo la relación entre poder y visibilidad. Quiere decir esto que los nuevos medios de comunicación electrónica son fundamentalmente aquellos que ejercen el poder, en vez de aquellos sobre los que se ejerce el poder, quienes quedan sujetos a cierto tipo de visibilidad. De modo que, a juicio de Thompson, el modelo panóptico analizado por Foucault ya no es posible en la era de la electrónica: “El significado de la vigilancia puede haberse exagerado; y resultaría completamente erróneo centrar nuestra atención exclusivamente en las actividades de vigilancia olvidando las nuevas formas de propiedad pública creadas por los *media*” (1998: 179). Por el contrario Thompson afirma que “la visibilidad creada por los *media* puede convertirse en una nueva y distintiva fuente de *fragilidad*. Por mucho que los líderes políticos traten de administrar su visibilidad, no la controlan completamente; el fenómeno de visibilidad puede salir de su cauce y, en ocasiones, actuar en contra de ellos” (p. 188). Sin embargo, el “puede salir de su cauce” no nos indica las probabilidades de la *fragilidad* sino simplemente que ello puede ocurrir. ¿Cuál es la probabilidad del político cuya presentación de su yo es esmerada ante los otros y cuyo poder de maniobra mediática resulta evidente? En este punto el problema de la visibilidad se presenta en condiciones asimétricas entre,

por llamarlo de algún modo, gobernantes y gobernados, dominantes y dominados, pues hay que tener en cuenta que en el modelo propuesto por Foucault el vigilado no tiene posibilidades de transfigurar su yo pues la vigilancia es total, mientras que en el modelo propuesto por Thompson hay una “esmerada presentación del yo ante los otros”; el esmero, desde luego, puede transfigurarse en falsedad y engaño. ¿El receptor que construye significado puede dar cuenta de tal engaño?

La esperanza plausible de Thompson está puesta en la recepción activa; la remota, en que los receptores tienen la capacidad de discutir asuntos públicos *en y desde* ámbitos privados. Frente a esto se está más tentado a ser *habermasiano* que *thompsoniano*. Para Habermas, la radio y la televisión crearon nuevas formas de conversación, sin embargo éstas no son comparables con el debate crítico-racional que caracterizaba la esfera pública; Thompson, por el contrario, tiende a pensar que la *visibilidad* y la *apertura* están necesariamente unidas a lo político, al interés público: en este punto el autor parece haber dado un paso en falso al haber considerado los conceptos de modo análogo, pues lo público político no está en relación de manera análoga, para poner un caso, con la visibilidad de lo íntimo hecho público.

Lo que para Thompson es relación binaria puede resultar ser un fenómeno más complejo, pues “la necesidad que tiene la televisión de convertir lo privado en público y de mostrar los aspectos privados de lo público para alimentar sus historias han acabado difuminando dichos conceptos” (Lacalle, 2001: 21). Erik Landowski, señala Lacalle, ha caracterizado lo individual y colectivo del siguiente modo:

- Individual-privado: la esfera interior del “yo” (diario íntimo);
- Individual-público: el “yo” socializado (personaje público);
- Colectivo-privado: la intimidad comunitaria reunión a puesta cerrada);
- Colectivo-público: lo que de algún modo y con reservas se podría denominar “opinión pública”.

Teniendo en cuenta lo anterior, parece que es Habermas el que mejor explica el fenómeno: “Hoy en día se administra la conversación misma y el activo debate entre ciudadanos informados ha sido reemplazado por la apropiación privada de una conversación llevada en su nombre” (citado en Thompson, 1998: 176). Las borrosas fronteras entre lo público y lo privado distribuido *mediáticamente* hacen difíciles afirmaciones como la siguiente: “Al renovar el vínculo entre la propiedad pública y visibilidad, la nueva forma de propiedad pública creada por la televisión resulta de alguna manera similar a la propiedad pública tradicional basada en la co-presencia” (*ibid.*, 174). En este caso se puede estar de acuerdo con el pesimismo de Habermas cuando habla de un proceso de “refeudalización”.

De otro lado, debe señalarse que Thompson hace un análisis preferente de los procesos de recepción dejando de lado los de producción y distribución de formas y contenidos simbólicos. No tiene en cuenta, en otras palabras, el problema del poder económico de los medios: la concentración *mediática*. Resulta difícil no ser pesimista cuando de monopolios y conglomerados de medios de comunicación se trata, pues el problema no es sólo económico sino que la lógica propia del medio de extiende a otras esferas de la vida social. Pensemos, por ejemplo, en el caso de la televisión colombiana. A menos de cumplirse una década desde la aparición de los canales privados, es evidente que la parrilla televisiva ha cambiado sustancialmente. La oferta en la actualidad se reduce a unos pocos géneros y la “gran audiencia” se la disputan dos canales. Géneros como la crónica, el reportaje, los documentales prácticamente han desaparecido de la oferta televisiva; así, las opciones de elección son reducidas para un gran sector de la audiencia. Cuando se crean monopolios la elección de los bienes simbólicos, así como su producción y distribución se concentran en uno o pocos polos, lo que da por resultado que lo alternativo y la oferta de productos diferentes se reduzcan a un mínimo cuando no tiendan a desaparecer definitivamente.

Si volvemos a la analogía de la *visibilidad* y el escenario de lo público, debe tenerse en cuenta que hay lógicas privadas que definen lo visible. Si en la mayoría de los hogares colombianos, por poner un caso, el tipo de televisión a la que se tiene acceso es la abierta, se puede afirmar con toda confianza que son RCN y Caracol quienes generan las representaciones de lo público. Esta evidencia es diametralmente opuesta al marco conceptual propuesto por Thompson.

III

El último punto crítico, que recoge los anteriores, tiene que ver con la tercera fuente teórica de Thompson: la hermenéutica y el supuesto de que la recepción de las formas y contenidos simbólicos *siempre* implican un proceso de *interpretación creativo*. Para Thompson en el proceso de recepción convergen habilidades, competencias y formas de conocimiento: “Cuando los individuos codifican y decodifican mensajes, no sólo emplean habilidades y competencias requeridas por los soportes técnicos, sino también varias formas de conocimiento y presuposiciones que comprenden parte de los recursos culturales que se dan durante los procesos de intercambio. Tales formas de conocimiento y de presuposiciones dan forma a la manera en que entienden los mensajes, se relacionan con ellos y los integran a sus vidas” (p. 43). Del mismo modo, para Thompson los media, como tipo de “experiencia mediática”, abren nuevas posibilidades y nuevos puntos de referencia simbólica al proyecto reflexivo que contribuye a la configuración del yo: “Recurrimos a una forma de ver, adoptamos una postura, incluso asumimos cierta responsabilidad hacia cuestiones y acontecimientos que tienen lugar en recónditos lugares de un mundo cada vez más interconectado” (p. 300).

En este punto cabe citar la crítica hecha por Morley a las visiones optimistas de la recepción de mensajes, aquellas que consideran que “la dominación de los medios de comunicación es débil e ineficaz, ya que la gente construye sus propios significados y placeres” (1998: 433). Sin

embargo, continúa Morley, “el poder de los espectadores para reinterpretar significados difícilmente puede equipararse al poder discursivo de las instituciones mediáticas centralizadas a la hora de construir los textos que el espectador interpreta a continuación, e imaginar otra cosa es simplemente una insensatez” (*ibid.*, 434). Aunque Thompson propuso como matriz explicativa el poder simbólico, entre otros poderes, da a entender que tal poder es limitado: “es crucial enfatizar el carácter contextual de la ideología: que los mensajes *mediáticos* sean ideológicos dependerá de la manera en que sean acogidos por los individuos que los reciben e incorporan reflexivamente a sus vidas” (Thompson, 1998: 277). Thompson parece olvidar, evidentemente, que tal reflexividad depende, para decirlo desde una de sus fuentes preferidas, del “capital cultural” de los receptores. De modo que el logro habilidoso del proceso hermenéutico del que habla Thompson está sujeto al *habitus* de los receptores, es decir, a las capacidades generatrices de las disposiciones adquiridas que funcionan en estado práctico como categorías de percepción y de apreciación o como principios de clasificación al mismo tiempo que como principios organizadores de la acción (Bourdieu, 1990).

Finalmente, puede afirmarse que Thompson exagera la apertura de los contenidos simbólicos a la vez que, sin ninguna evidencia empírica, celebra la autonomía de los receptores y su capacidad decodificadora. Thompson puede darse el lujo de tal generalización pues no ubica el proceso de construcción de significado por parte de los receptores en los contextos propiamente sociológicos. El contexto de recepción es mucho más complejo de lo que el autor sugiere.

Referencias bibliográficas

- BOURDIEU, Pierre (1990). «Algunas propiedades de los campos». En *Sociología y cultura*. México, Grijalbo. Pp. 225-238.
- LACALLE, Charo. 2001. *El espectador televisivo*. Barcelona, Gedisa.
- MORLEY, David. 1998. «Populismo, revisionismo y los “nuevos”

- estudios de audiencia». En James Curran, David Morley y Valerie Walkerdine (comps.), *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el postmodernismo*. Barcelona, Paidós.
- SENNETT, Richard. 2000. *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Barcelona, Anagrama.
- THOMPSON, John B. 1998. *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós.

El tercer número del cuaderno *Intertextos*, del Programa de Comunicación Social, está construido en torno al eje temático *Comunicación y Modernidad*. De acuerdo con éste, los artículos intentan dar respuesta a cuestionamientos sobre la articulación de las teorías de la comunicación con los procesos sociales contemporáneos; reflexión que nos parece necesario darla desde la academia porque tensiona la forma como ha sido pensado el campo de la comunicación, ya sea desde la oposición o desde la validación del proyecto de la modernidad.

Los artículos presentados en esta edición de *Intertextos* aportan al debate desde perspectivas que superan –o, por qué no, revalidan– el paradigma informacional y su relación con la formación de la cultura moderna, punto crucial a la hora de abordar la importancia de los procesos comunicativos en la sociedad.

ISBN 978-958-725-015-2



9 789587 250152