

Discurso informativo audiovisual y mediaciones: Una propuesta conceptual contrahegemónica.

Maribel Acosta Damas (Cuba)¹

Resumen.

El presente artículo académico refiere críticamente algunos de los supuestos de la sociedad de la información y el conocimiento para la comunicación como campo de estudio, examina las tendencias actuales de la información audiovisual y las potencialidades que las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) ofrecen para la construcción de discursos contrahegemónicos en este contexto. Corroboración la urgencia de un teleperiodismo de narrativas que profundicen y contextualicen en los imaginarios de los públicos para asegurar la comprensión cabal e implicación de los acontecimientos; que den la palabra a los protagonistas de este tiempo: Aún somos Homo Sapiens.

Palabras clave.

Discurso informativo audiovisual, sociedad de la información, mediaciones

Abstract

This academic essay refers critically some of the assumptions of information society and knowledge for communication as a field of study, examines current trends in audiovisual information and the potential that information technology and communications (ICT) s provide for constructing counterhegemonic speeches in this context.

Corroborates the urgency of television journalism narratives that deepen and contextualize in imaginary public to ensure full understanding and involvement of events; giving voice to the characters this time: We are still Homo Sapiens.

Keywords

Audiovisual informative speech, information society, mediations.

Introducción.

Apaguemos la radio y la tv, olvidemos los periódicos, sepultemos un imaginario profesional de siglos... Una noticia recorre el mundo: En la Sociedad de la Información y el Conocimiento desaparecerá el periodismo- ¡Y pronto!

Numerosos artículos, foros de discusión profesionales, investigaciones desde la filosofía, la sociología y la comunicación de masas parecen avalar esta afirmación, que es tendencia de muchos estudiosos de hoy. Pero ¿dónde estamos parados, desde dónde hablamos, hacia dónde miramos?

Partimos de la conceptualización de la Sociedad de la Información y el Conocimiento como anclaje de la evolución del desarrollo histórico social del mundo de hoy. Situamos el papel de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC) en este devenir, así como su relación con la Cultura de Masas-Industrias Culturales y la inserción imprescindible de los medios de comunicación, en particular del periodismo audiovisual.

Estas significaciones están signadas por lo que denominamos el meta-concepto de las mediaciones, que en su evolución teórica, a mediados de los 90 introdujo una inflexión semántica que:

(...) permitiera pasar a los mapas sobre las mediaciones socioculturales desde las que operan y son percibidos los medios a cartografiar las mediaciones comunicativas- sociabilidad, institucionalidad, tecnicidad y ritualidad- que, al tornarse lugar antropológico de la mutación cultural que introduce el espesor comunicacional de lo social, reconfiguran hoy las relaciones entre sociedad, cultura y política” (Martin Barbero, 2002, págs. 17-18).

Así conformamos nuestro análisis de las mediaciones con tres dimensiones básicas: político-sociocultural, tecnológico-productivo y ético-profesional.

Este acercamiento está adscrito a favor de una construcción simbólica propia y alternativa a los ejes de dominación hegemónicos. Para ello repasamos las posiciones de investigadores con una perspectiva crítica y otras miradas de estudiosos cuyos enfoques resultan pertinentes para nuestro análisis.

El presente artículo tiene como objetivos recorrer los escenarios contemporáneos desde la perspectiva teórica de los Estudios culturales, específicamente a partir de las aportaciones de la escuela latinoamericana; asimismo referir las tendencias audiovisuales que hoy median esta producción comunicativa y fundamentar pautas para una conceptualización contrahegemónica desde la experiencia y potencialidades de Cuba y de la región latinoamericana.

Desarrollo.

Sociedad de la Información y el Conocimiento. El contexto.

“Sociedad del conocimiento”, “sociedad red”, “sociedad de la información”, “sociedad posindustrial”, “sociedad del aprendizaje”. Diferentes maneras de nombrar el mismo fenómeno: la nueva era donde resultan dominantes los factores simbólicos, basados en capital humano y su capacidad para el desarrollo y manejo de las nuevas tecnologías de la información, la comunicación y el entretenimiento.

El nuevo modo de producir, inextricablemente asociado a un nuevo modo de comunicar, convierte al conocimiento en una fuerza productiva directa. Lo que está cambiando no es el tipo de actividades en las que participa la humanidad sino es su capacidad tecnológica de utilizarla como fuerza

productiva lo que distingue a nuestra especie como rareza biológica, su capacidad de procesar símbolos (Martin Barbero, 2002, p. 33).

La estructura económica heredada de la Revolución Industrial se ve ahora trastocada por el impulso de la Revolución Digital. El llamado sector del conocimiento – producción, difusión, consumo de información, educación y comunicaciones- cada vez resulta más determinante a la hora de cubrir los por cientos del Producto Interno Bruto de algunos países.

La sociedad de la Información aparece entonces como el nuevo espacio global que define a la economía capitalista, con alcances de todo tipo al género humano y mediado por el desarrollo de las nuevas tecnologías.

En una dimensión cultural más contemporánea para el análisis de ese nuevo entorno global como expresión intelectual e ideológica en las industrias culturales, George Yúdice (2006) evalúa la cultura como un recurso de la era global y considera que:

la culturización de la llamada nueva economía a partir del trabajo cultural e intelectual - o mejor aún, de la expropiación del valor de la cultura y del trabajo intelectual- se ha convertido, con la ayuda de las nuevas comunicaciones y de la tecnología informática, en la base de una nueva división del trabajo (p. 227).

Castells sintetiza el fenómeno en lo que ha dado en llamar *sociedad en red*, que se ha acuñado con la frase “dar vida” (en Yúdice, 2006, p. 228) y que expresa el modo en que el capitalismo reproduce la nueva economía en la vida cultural. Yúdice coincide con Castells en que en la manufactura y transferencia de mercancías ocupará cada vez más un lugar secundario con respecto a la cultura, al definir la economía cultural (en el desarrollo del capitalismo) como la venta y compra de experiencias humanas.

Para otros autores, la Sociedad de la Información y sus imbricaciones con las coordenadas de reproducción material y espiritual, es precisada como Sociedad posindustrial (cuya materia prima fundamental es la información, semejante a lo que fue el petróleo para el siglo XX) y caracterizada por un rápido cambio tecnológico, así como por los desarrollos consiguientes de la electrónica, de los sistemas de procesamientos de información y de nuevos media².

Vista la Sociedad de la Información desde el llamado Tercer Mundo, a la perspectiva tecnológica se introducen las mediaciones socioculturales que remarcan la creciente diferencia global cuando partimos de los desiguales niveles de desarrollo mundiales.

Sin embargo, muchos pensadores (tanto autores latinoamericanos como del llamado Primer Mundo³) sustentan que la Sociedad de la Información requiere establecer matices a nivel macro, meso y micro, pero subrayan que la subversión espiritual de la vida cotidiana que ésta implica, tiene de positivo la activación de los seres humanos.

En esta perspectiva, el periodista y novelista argentino Mempo Giardinelli (2002), ratifica que nunca antes la historia de la humanidad vivió una crisis de sistema tan feroz como la actual, sin embargo puntualiza- en lo que tal vez sea el trasfondo del debate- que “tampoco hubo jamás la oportunidad tan clara de sinceramiento” (2002, p.458). Prescinde así de las profecías apocalípticas que rebajan la capacidad de resistencia y concluye que “el pesimismo siempre es reaccionario, e inconducente” (ibid, p.457). Giardinelli promueve entonces la búsqueda de un pensamiento propio como antídoto del discurso homologante que impera en la comunicación mediática.

Convenimos con este teórico en afirmar que de acuerdo con las vías de soluciones a sus retos, la Sociedad de la Información abrirá espacios liberadores para los pueblos del Sur (y no solo circunscrito a este ámbito por la difusa territorialidad actual), o profundizará las

brechas existentes. De igual forma, concordamos con la investigadora Nelly Richard (2009 b) en su pregunta enunciación: “¿Qué valor de inscripción asignarle a lo local (lo latinoamericano) en un paisaje trans-fronterizo de signos globalizados, que ha reemplazado a los símbolos fieles del arraigo y la pertenencia por la movilidad y la desterritorialización?” (p.29).

Mediaciones y medios. Los Estudios Culturales.

Resulta improbable la mirada certera de los medios de comunicación sin el análisis de las mediaciones político-socioculturales, tecnológico-productivas y ético-profesionales, que definen los rasgos del discurso mediático actual. “Más que de medios, la comunicación se nos hace hoy cuestión de mediaciones, esto es de cultura, y por lo tanto, necesitada no solo de conocimientos, sino de reconocimiento.” (Martin Barbero, 2002, p. 118). A partir de los retos que la Sociedad de la Información impone para los pueblos del Sur, tomando en cuenta los desiguales niveles de desarrollo a escala mundial y la diversidad de los contextos socio-culturales, la construcción de un discurso de reconocimiento significa la cimentación de contenidos y formas propias atendiendo a las particularidades de nuestros pueblos, sus sueños y esperanzas.

Alsina (2006, p.13) apunta tres perspectivas metodológicas en las que están organizadas las teorías de la comunicación: la positivista, la interpretativa y la crítica, y en esta última enmarca a la Escuela de Frankfurt, los Estudios de Economía Política y los Estudios Culturales. Reconocido por casi todos los autores como un campo en construcción, las investigaciones de la comunicación transitan ahora por caminos más abiertos, que retoman creativamente muchos de los postulados teóricos heredados, con un criterio multidisciplinar.

Es notable el impacto de un texto clásico ya en este terreno, *De los medios a las mediaciones*, del investigador Jesús Martín-Barbero (2008), en el que se abordan las mediaciones que tienen lugar en los procesos comunicativos y el espacio del componente cultural en estos.

Martin Barbero y un grupo de profesores latinoamericanos desde los 90 del siglo pasado sostienen que los estudios de comunicación muestran cambios de fondo y consideran la utilidad de los Estudios Culturales como punto de partida de cualquier análisis en esta esfera.

Los procesos impulsados por la globalización económica y tecnológica desbordan por entero los alcances de la teoría de la dependencia o del imperialismo obligando a pensar una trama nueva de territorios y de actores, de contradicciones y conflictos. Los desplazamientos con que se buscará rehacer conceptual y metodológicamente el campo de la comunicación provendrán de la experiencia de los movimientos sociales y de la reflexividad que articulan los estudios culturales (Martin Barbero, 2002, p. 215).

Así, con una mirada conveniente y renovada, los pensadores latinoamericanos se han apropiado de lo mejor del desarrollo teórico producido en el ámbito internacional.

Originados en Inglaterra en la década del 50 del siglo XX, pero con asimilaciones críticas muy originales en América Latina, los Estudios Culturales facilitan una perspectiva flexible para las investigaciones vigentes en comunicación.

Partidario también de los Estudios Culturales y más explícitamente de la teoría de las mediaciones que los latinoamericanos han desarrollado, el catedrático de la Universidad Complutense de Madrid, Gonzalo Abril (1997) brinda cuatro presupuestos que

consideramos en extremo válidos, al situar la acción de los medios en la óptica de la mediación (massmediación):

- a) Esta acción no es exclusivamente instrumental: los medios no son meras técnicas de reproducción o difusión.
- b) Los medios son agentes culturales y agentes de socialización: mediar significa poner en relación distintos órdenes de significación o experiencia y la representación de la totalidad social; o la tradición y las nuevas formas de vida. Por tanto, un aspecto central de la mediación cultural en la sociedad contemporánea es la construcción, a través de los medios, de las identidades sociales.
- c) El análisis de la actividad de los medios exige atender, ecológicamente, a contextos más amplios que los propios medios, el contexto de las significaciones, instituciones o agentes mediados; el de las redes sociales y culturales intermediáticas.
- d) En contra de lo que sugiera la metáfora de la ventana (o sea, el ver traslúcido), la massmediación no es una operación transparente.

Abril comparte la tesis de que los medios son instituciones sociales en las que la dimensión tecnológica se imbrica con la mediación simbólica: lenguaje, formas socialmente determinadas de conocer y de sentir, con la organización del espacio y del tiempo, o sea, con el conjunto de las relaciones y prácticas sociales.

Por último, este autor defiende- y ahí se acerca de nuevo a Barbero y los latinoamericanos- con la mirada en Walter Benjamín, una posición no sólo desprejuiciada del lugar de los medios como cimiento de la sociedad actual, sino además del potencial emancipador que éstos contienen.

Caliban: Apunte imprescindible para la mediación

En el ya antológico ensayo Caliban, que tiene el mérito indiscutible de erigirse en antecedente de los Estudios Culturales en Latinoamérica, el intelectual cubano Roberto

Fernández Retamar nos ofrece claves para un análisis del discurso informativo audiovisual, a partir de la experiencia intelectual cubana y mirando más allá de las fronteras y del propio tiempo en que fue escrito⁴. “Nuestra cultura es- y solo puede ser- hija de la revolución de nuestro multiseccular rechazo a todos los colonialismos; nuestra cultura, al igual que toda cultura, requiere como primera condición nuestra propia existencia” (2006, p.73).

Caliban nació de la pluma de William Shakespeare en su última obra, *La tempestad*. Ese personaje, que enfrenta desafiante al conquistador Próspero con la lengua y los conceptos legados por una colonización sangrienta, se ha convertido en metáfora para expresar la posición contrahegemónica de los pueblos del Sur. Fernández Retamar nos entregó su Caliban durante las polémicas culturales de los 70, cuya dimensión imperecedera revela hasta hoy nuestra identidad y destinos.

Para significar a ese Caliban televisivo (visto en el presente) el autor lo define como la fidelidad a nosotros mismos, tal como el hermoso pasaje del Hamlet de Shakespeare en que su gran amigo le dice: “*Sé fiel a ti mismo*“. Sería encontrar un lenguaje televisivo con resonancia universal pero al mismo tiempo, específicamente nuestro.

El escenario global actual nos remite a múltiples complejidades para la investigación en comunicación, pero coincidimos con muchos de los teóricos contemporáneos en que solo a través de las mediaciones que nos remonten al escenario sociocultural y nos conecten creativamente con los espacios presentes, resulta útil la investigación para la búsqueda de una alternativa a los medios hegemónicos.

Ya lo apunta el académico paraguayo Ticio Escobar: “Hay una diversidad cultural muy fuerte que también ha alimentado el pensamiento contemporáneo y en el cual podemos reimaginar no un mundo completo, pero sí muchas formas de ver el mundo, que fugazmente nos iluminen a algún camino posible” (2009, en entrevista con la autora). Es lo

que en ese mismo tránsito el filósofo español Francisco Jarauta ha descrito como la necesaria recuperación- hoy más que nunca- “de la idea de la utopía y de sus proyectos”.

Tendencias audiovisuales vs Homo insipiens.

La información audiovisual actual está mediada por las tendencias del audiovisual, en particular de la televisión. Colombo (1997) la califica de “poder- influencia” y, en un análisis que conceptúa la experiencia tecnológica de ella –vigente aun- considera que esa particularidad está definiendo su rumbo⁵.

Cebrián (1998) comparte en gran medida la reflexión de Colombo, pero delimita la influencia de los cambios tecnológicos en las tendencias audiovisuales con una mirada ni *integrada* ni *apocalíptica*, al poner el énfasis definitivo en las potencialidades de la mediación humana.

Entre las pautas tecnológicas que hoy distinguen el audiovisual (según consenso de los autores que investigan estos temas) se destaca en primer lugar el paso del procesamiento analógico a la digitalización en la captación, almacenamiento, transmisión y recepción; que brinda un aprovechamiento múltiple para el desarrollo de las capacidades humanas.

Lo anterior implica que en esta transformación, la combinación de las características perceptivas de la iconicidad audiovisual con los elementos intelectivos de la escritura, construyen una nueva cualidad. “Si las primeras tienen una gran repercusión en la sensibilidad, sensorialidad y afectividad, las segundas repercuten en la inteligibilidad, en lo conceptual y en lo abstracto.” (Cebrián, 1998, p. 91).

A esta época de confluencias se le ha llamado **encrucijada**, de tecnologías tradicionales y nuevas que generan surtidos servicios y se enmarcan en lo económico, político, educativo, cultural y también medioambiental de los procesos de cambios globales.

En su *Homo Videns, la Sociedad Teledirigida*, un texto tan discutible como necesario, Giovanni Sartori resume las tendencias audiovisuales como un proceso de revolución multimedia que tiene numerosas ramificaciones (Internet, ordenadores personales, ciberespacio) y que, sin embargo, se caracteriza por el común denominador de *tele-ver* y, consecuencia de ello, el *vídeo vivir* pues “el vídeo está transformando al homo sapiens, producto de la cultura escrita, en un homo videns para el cual la palabra está destronada por la imagen” (1998, p. 11).

Sartori atribuye a la televisión (en posición que consideramos tan extrema como inexacta y que es compartida hasta hoy por no pocos investigadores), la responsabilidad de desactivar la capacidad de abstracción y de racionalidad humana y de promover la extravagancia, el absurdo y la insensatez. “La cultura audio-visual es inculta y, por tanto, no es cultura (...) refuerza y multiplica al **homo insapiens**” (ibid., p.148).

Sin embargo, cuando el propio Sartori profundiza en las tendencias audiovisuales y los caminos de mediación humana, reconoce (partiendo del rescate de lo que él llama la explicación de la imagen), que “si en un futuro existiera una televisión que explicara mejor (mucho mejor) entonces el discurso sobre una integración positiva entre el homo sapiens y el homo videns se podría reanudar” (ibid., p.51).

En ese mismo perfil de razonamiento, Martínez Albertos (2002) afirma que el ciudadano del siglo XXI estará absolutamente teledirigido y condicionado por los medios visuales, vista la cultura audiovisual tanto para la vida personal de los individuos como para los grupos sociales. Como muchos investigadores del audiovisual, sostiene que el teleperiodismo actual devino “infoentretenimiento o infotainment” (p. 149), o sea, la información periodística como espectáculo que pauta el desarrollo presente y futuro del periodismo.

En cambio la profesora e investigadora de la Universidad del País Vasco Ofa Bezonartea (2002) asume una perspectiva optimista acerca de la influencia de las nuevas tecnologías en la TV. Considera que la aparición de la red permite un mejor aprovechamiento de material periodístico que antes se desechaba y admite la complementación de los medios tradicionales y los nuevos en una redacción multimedia que lo abarque todo.

En una anticipación a estas controversias, el cineasta y teórico cubano Julio García Espinosa ha desarrollado desde la década del 70 del siglo pasado, su teoría de cine imperfecto, fundamentada en la democratización de los medios audiovisuales a partir de su evolución tecnológica y el antimperialismo como concepción del mundo. “Hay que hacer con los nuevos medios lo que la vida hizo con la escritura. Traquetearlos. Desinteresarlos del uso exclusivo del arte e interesarlos sin exclusividad en todo” (1977, p. 41).

Por ello García Espinosa concede prioridad al lenguaje audiovisual como definición de contenidos: “La forma no es adorno ni plumaje (...) conceptúa el tema, o si se quiere, el contenido” (ibid., p.18).

Con la óptica de la experiencia latinoamericana, también Martín Barbero (2002) enfoca las tendencias audiovisuales en una mediación sociocultural que promueva movilizar las capacidades intelectuales y humanas. Deja suscrita su perspectiva -visiblemente antihegemónica- al afirmar que la visualidad electrónica ha entrado a formar parte constitutiva de la visualidad cultural, esa que es a la vez entorno tecnológico y nuevo imaginario, que es capaz de hablar culturalmente –y no sólo de manipular tecnológicamente–, de abrir nuevos espacios y tiempos para una nueva era de lo sensible.

Por esta vía nos arrimamos a la cuestión de base de las discusiones deontológicas presentes ante la acentuada carga hegemónica que la globalización comunicativa intenta imponer y que nos desliza hasta las ideologías imperantes.

El periodismo televisivo – protagonista axiomático de esta porfía – es de manera indiscutible un escenario ideal de participación ciudadana. Su carácter masivo, el soporte en que se transmite, la construcción dramática que le es inherente en cuanto a la comprensibilidad, probabilidad e identificación que genera, así como la emocionalidad en la que sus imágenes nos involucran, hace de él un canal idóneo para la verdadera y democrática intervención ciudadana, visto en el escenario del siglo XXI.

Sin embargo, conviene reflexionar sobre tres grupos de fenómenos –concatenados entre sí por los cambios tecnológicos- que a la vez que potencian una perspectiva emancipadora, pueden convertirse en su contrario: el crecimiento enorme y rápido de la información y los contenidos, su cambio de calidad y de función, así como lo que se ha denominado la disolución del tradicional canal de la comunicación emisor-mensaje- receptor, dado que hoy todos podemos ocupar cualesquiera de las posiciones para construir mensajes en lo que se ha denominado como la aparición del **prosumidor**.

Inserto en la nueva producción comunicativa –e intervenido por el influjo mediático de la globalización- a la comunicación televisiva se le sitúa el reto de generar contenidos, apropiarse de las tecnología, ser capaces de producir de acuerdo con agendas propias y cercanas a nuestros contextos y con sus protagonistas: I@s ciudadan@s.

Las tendencias actuales de la comunicación audiovisual -que parten de las realidades tecnológicas y se encuadran en las propensiones audiovisuales generales- ofrecen caminos tan diversos como opuestos. Aquí retomamos una vez más la calidad y la ética profesional como principios ineludibles.

Abordadas con apreciaciones disímiles y en textos dispersos, hemos conformado un cuerpo de enunciaciones sobre las tendencias de la comunicación audiovisual que acopian los planteos de distintos autores, así como los análisis desde el basamento teórico que facilitan los Estudios Culturales y la visión crítica de la investigación y la práctica latinoamericanas:

La **instantaneidad** abre una perspectiva compleja en la actualidad, al fundir cada vez más los tiempos de ocurrencia, elaboración y transmisión de los sucesos. Así la velocidad marca el contenido. Y ello puede condicionar negativamente su calidad sin una mediación profesional y ética elevadas.

Hoy la comunicación televisiva resulta cada vez más contagiada con la **aceleración y multiplicación de planos por minuto**. Esta llamada *exuberancia* puede entorpecer la decodificación de todos los datos de la realidad mostrada, que llega a ser imprecisa e impresionista con fuerte primacía de lo sensorial en detrimento de lo racional. Es considerada además como una de las pruebas que ponen en duda la capacidad del audiovisual para transmitir una información adecuada de la realidad. Sin embargo, esta velocidad aporta una gama emocional que no debe desconocerse.

Inmersa en el festín de la velocidad y los recursos informáticos, la comunicación audiovisual enfrenta el lance de la **alta visualidad** que conlleva al uso de todos recursos tecnológicos a disposición y el despliegue de un atractivo visual sin precedentes para la construcción de discursos televisivos seductores. En su reverso esta tendencia se podría denominar como **sobrestimación visual** resumida por Ignacio Ramonet (2001) en la tan conocida como posesionada sentencia de “*ver para comprender*”, que tiende a dejar a las imágenes la comprensión de los hechos, al desuso y subestimación de la palabra, y así se vuelve al revés el juicio cabal del acontecimiento.

Representada en la Cadena multinacional CNN a partir del discurso periodístico televisivo de la Guerra del Golfo (que marcó el inicio de una era de ostentación tecnológica incluidos todos los recursos infográficos para noticiar privilegiadamente la posición norteamericana), la **tendencia preformativa** está marcada por un despliegue tecnológico visible que construye una imagen anticipada del acontecimiento mismo. Subraya una construcción iconográfica en la que predomina “la seducción del ver-hacerse, en tiempo real, la imagen ante nuestros ojos” (Abril, 1991, p. 127), que se sirve de la experiencia tecnológica y

entrenamiento del ciudadano de hoy en el videojuego, y convierte al hecho real en virtual para despojarlo de su verdadero sentido y su impacto movilizador.

Sin embargo, esta tendencia reevalúa el estudio de la influencia de la cultura audiovisual en los modos estéticos y debe tomarse en cuenta para el diseño de estrategias de resistencia en el llamado *nuevo sensorium* o modo de percepción y de organización de la sensibilidad de los públicos actuales.

También se tiende al **dramatismo** y a la **espectacularidad** al convertir los hechos informativos y la vida misma en sucesos espectaculares, dado por la búsqueda de lo extraordinario en todos los ámbitos de la vida humana, con acentos en la cotidianeidad y la intimidad. Ello puede generar sensacionalismo y contenidos sin relevancia como ciertamente afirman muchos autores y es evidente en la pantalla televisiva, pero vigoriza a su vez la potencialidad emancipadora si se esgrime en bien público, se desnuda de consumismo y se respeta la dignidad humana.

Algunos autores señalan (para ratificar lo inevitable de tal tendencia), que de la espectacularización del acontecimiento deriva la participación, imprescindible a la empatía que se pretende conseguir a través de la relación directa telespectador-acontecimiento.

Consideramos que la búsqueda de la empatía por la espectacularización es un elemento deformante de la comunicación audiovisual, que rebaja su potencialidad en un legítimo propósito dialógico. Sin embargo, convenimos en que es posible desplegar el **espectáculo** de las imágenes y obtener la empatía requerida. Baste usar los elementos del lenguaje audiovisual sin menoscabo de ninguno. Por otro lado, los públicos gustan también de los descubrimientos edificantes, la búsqueda del conocimiento, la prueba de la inteligencia humana, las acciones generosas y altruistas ¿Qué mejores resortes profesionales en esta búsqueda?

Relacionada con la influencia determinante del espectáculo audiovisual crece la **cualidad local-global** de ésta, condicionada por el renovado interés de saber de sí mismos y del entorno, así como extenderse hacia los otros, en tanto similares y diferentes ante las interrogantes de la existencia humana y la vida común; que ha dado lugar a tanto rito de lo banal y lo vulgar, pero con potencialidades exactamente contrarias.

La comunicación audiovisual tiende a la **personificación-vedetización**- señalada como una peculiaridad televisiva- al provocar el culto a la personalidad del comunicador y de las personas objeto de esta, en un sobredimensionamiento y banalización de su papel en la construcción del discurso. Pero su reverso representa el lugar incuestionable que le otorga a la credibilidad del discurso contemporáneo, la presencia de los comunicadores y de los públicos en los acontecimientos y contenidos televisivos.

Hoy igualmente se suscribe una **elevada capacidad dialógica** sellada por las posibilidades que las tecnologías dan al uso de entrevistas y a la participación en los hechos de públicos cada vez más amplios, plurales y distantes; así como la introducción de la interactividad en los espacios televisivos para dar mayor participación a las audiencias desde sus propias percepciones y relatos.

Asimismo como parte de la cultura contemporánea, la televisión vive tiempos de **hibridación de géneros y formatos** con la prevalencia del diseño de formato por encima del género. Cebrián (1998) define que el formato en un espacio de televisión es la plasmación de una idea compleja a partir de la organización y estructura de los contenidos de un programa, puesta en escena, narrativa, perfil de personaje o de personajes participantes de manera flexible para su adaptación a diversas situaciones, territorios y culturas sin perder sus peculiaridades esenciales. Coincidimos con Inmaculada Gordillo (2009) que estamos ante la disgregación de los formatos, que encontramos en combinaciones múltiples de ficción y realidad, entretenimiento-información y así cuantas fórmulas sean deseables para la conformación de las parrillas televisivas.

Gordillo (2009) añade que mientras los géneros están sometidos a cierta densidad simbólica por su reconocimiento en una comunidad cultural, los formatos funcionan como meros operadores de una combinatoria sin contenido, constituyendo por tanto, una especie de combinatoria puramente sintáctica. Esta estudiosa confirma que la paleotelevisión, que se sitúa desde los años 50, da paso a la neotelevisión en los 80 y ya en la primera década de este siglo comienza a imponerse la **hipertelevisión**, propiciada por las condicionantes tecnológicas y con la prevalencia de narrativas donde el existir individual y la vida privada alcanzan los más altos niveles de hiperbolización en la gestión de los contenidos televisivos.

Gordillo establece entre sus singularidades, la convergencia de los modelos televisivos, la continuidad discontinua de la tv, más allá de los límites de los programas mismos; la disgregación de los formatos a partir de la hibridación de los géneros, la repetición de fórmulas y contenidos vs creatividad, el reciclaje de materiales ya transmitidos y vueltos a contextualizar, el presente como forma inexorable de lo televisivo y la transformación de la memoria en entretenimiento al convertir la historia, los acontecimientos del pasado y la nostalgia en lugar de la seducción y lo lúdico.

A la zaga del homo videns... La calidad en tv; nuevos tiempos, viejas disputas

¿Entonces, hacia dónde va la televisión?

Esta es sin dudas una de las significaciones que nos conduce a mayores polémicas. O se mira desde los emisores, los mensajes o desde la recepción. Por supuesto este último enfoque nos lleva entonces a la conceptualización de *públicos* y del *público*. Uno y otro enfoque se colocan en extremos nada deseables.

El propio David Morley (1996), quien nos ha legado estudios imprescindibles sobre la recepción televisiva, apunta que los debates sobre el papel de los medios en la construcción de identidades culturales deben llevar aparejados la definición de los contextos.

Por otro lado, en una lectura simplificada de los estudios de Stuart Hall, pudiera pensarse que los públicos siempre *establecen negociaciones* con los mensajes, de modo que la responsabilidad de los emisores queda salvada, así se equipara el lugar de productores y consumidores, dejando de un lado la gran problemática de la calidad de los contenidos televisivos.

Vale la pena apuntar que dada la fragmentación de la audiencia en el mundo contemporáneo, nos obliga a mirar a *públicos*. Sin embargo, no podemos olvidar, por un lado, que recepción no implica demanda necesariamente y además que una teoría del público general, del gran público, nos enfoca entonces al contexto social. Uno y otro concepto nos son necesarios para hablar de la televisión.

Al abordar entonces la calidad de la televisión como espacio cultural nos adscribimos a aquellos enfoques que enuncian que cualquier juicio sobre la calidad de un programa televisivo debería depender de lo que el público extrae en el sentido de que sus lecturas manifiesten tres dimensiones imprescindibles:

- ✓ Una dimensión ética: ¿este mensaje televisivo es capaz de provocar en el espectador una visión ampliada de su condición humana en sus múltiples manifestaciones?
- ✓ Una dimensión estética: ¿el mensaje es capaz de que el público, los públicos, sean conscientes de las condicionantes formales o estéticas que se ponen de relieve?
- ✓ Una dimensión extática: ¿hasta qué punto el contenido televisivo es capaz de hablarle a la imaginación de quienes lo perciben? ¿Es capaz de fascinar, de generar placer, de movilizar los sentidos?

Así, tanto para los contenidos ficcionales como los informativos, nos planteamos hoy una televisión que debería contar con estos aspectos. ¿Pero, en qué escenarios nos estamos planteando estas nociones?

La gran **industria de la subjetividad** asume como estrategias de expansión lo que pudiéramos considerar rasgos ineludibles de la contemporaneidad: lo lúdico como modo de existir, la seducción como lugar de bienestar, la estetización como fundamento de éxito. Sin embargo, coincidimos con Martín Barbero (2002) cuando habla de las potencialidades de ese nuevo sensorium para la gestación de contenidos “otros” que difieran de la banalidad y consigan elevados niveles de implicación emocional.

No obstante, tampoco podemos eludir que la crisis económica global ha significado un duro golpe para las televisiones públicas nacionales y locales al ceder espacio a fórmulas economicistas-populistas que rebajan las posibilidades de elaborar una televisión de calidad, creadora de sentidos culturales- identitarios. La supresión de programas relatos-narrativas antropológicas, la compresión de las parrillas televisivas y la llamada externalización productiva, vienen precarizando las rutinas productivas con un impacto indeseable en sus contenidos y a favor de una *seducción a toda prisa* que devalúa las mejores experiencias socioculturales del presente.

Al enunciar el contexto cultural-industrial de hoy consideramos central referirnos a una de sus resultantes: la **convergencia de modelos televisivos**, o sea, la confluencia de la televisión generalista, la televisión multitemática y la televisión web. Asistimos a una cultura del consumo mediático que se va regenerando en la medida que la convergencia cultural modifica los procedimientos de operación de la industrias y de los consumidores de los medios. Implica un cambio en el modo de producción y en los modos de consumo de los medios. Por ello, la explosión del video en Internet es el resultado de las complejas relaciones que ubican a la visualidad en una condición de jerarquía en las dinámicas

comunicativas de una sociedad que tiene en la información un valor socio económico principal.

Su uso desde la cotidianeidad está asociado al surgimiento de una **nueva narratividad** que impone diferentes códigos a la televisión. Y –como expresa una y otra vez el investigador colombiano Omar Rincón (2010)- habitamos los tiempos de la multiplicidad de pantallas, el negocio de los formatos, las lógicas de otras emociones, el estallido de las narrativas audiovisuales, la multiplicación de las estéticas y la diversidad de sensibilidades/identidades. En cualquier dispositivo móvil habitará la televisión y ello trae entonces el enorme reto de la generación de contenidos, de nuevos modos de contar.

De ahí que la televisión que vendrá –y de nuevo volvemos a Omar Rincón (2010)- tendrá que tener la sabiduría narrativa de la telenovela, la paciencia y el realismo del documental, la fuerza estética de la ficción, la conversa seductora del talk show y la adrenalina del «reality».

Por ello son los relatos y sus narrativas los desafíos de las nuevas televisiones. Y **emergen las narrativas transmediáticas** que permiten la transcodificación de un medio a otro y eso implica no sólo el traslado de la anécdota narrativa, sino de todas las posibilidades expresivas del código; escenario de negociaciones semánticas o de *conversaciones* como apunta Carlos Scolari (2013) al decir que se genera la necesidad del diseño de las extensiones mediáticas y el aprovechamiento de las características específicas de cada medio: mientras la tv es un escenario ideal para presentar personajes y tramas, los movisodios (episodios para teléfonos celulares) y webisodios (episodios para la web), dada su brevedad, se adaptan mejor para rellenar lagunas narrativas. Y es esta narratividad precisamente la alternativa a la **fragmentación de los públicos de hoy**, de manera que -como expresa Scolari (2013)- se puedan reconstituir las audiencias, pero ahora no a partir de un medio en particular sino alrededor de un relato.

Las audiencias nómadas, que consumen audiovisual desde su *peregrinar* en los dispositivos móviles, imponen a su vez gestiones de contenidos diferentes. Asevera Ignacio Ramonet (2015) que el televisor estará cada vez más conectado a Internet, quedando como únicos momentos masivos de audiencia en vivo, de *sincronización social* y de reunión de millones de telespectadores, los noticiarios en caso de actualidad nacional o internacional espectacular (elecciones, catástrofes, atentados, etc.), los grandes eventos deportivos o las finales de juegos de emisiones de tipo reality show... Pudiera ser...

Las televisoras locales... narrativas de la cotidianidad

En la emergencia de las televisoras locales como ámbitos de convivencia global-local, de proximidad y experiencia compartida, está una de las mayores potencialidades de la tv que vendrá y que ya tiene expresiones de gran arraigo, creatividad e interés. Los públicos reconociendo su contexto y auto-reconociéndose en sus expectativas y sensibilidades vienen a convertir el viejo sueño de participación, en la posible y cierta construcción de su realidad. Esta eventualidad marca las tensiones que hoy afrontamos sobre la democratización real de la comunicación audiovisual en sus plataformas y narrativas; en definitiva, en la generación de contenidos.

¿Por qué una narrativa de la cotidianidad? Pues en las grabaciones de la vida-acontecimiento cotidiano la cámara se vuelve subjetiva de manera natural dada la disposición e integración del dispositivo a la mano, debido a su tamaño y peso y al transcurso de las actividades diarias; y adopta otros modos cuando pretende simular una forma específica de grabar, preferentemente narrativa, según las competencias de sus usuarios. Porque la gente se expresa desde sí mismo en una vuelta al *cine ojo* que iniciaran los documentalistas rusos de principios del siglo veinte, quienes vieron en la búsqueda de la realidad y la espontaneidad el mejor modo de contar los eventos de la existencia.

El intelectual paraguayo Ticio Escobar (2009) afirma que la posibilidad más grande que tiene la cultura del presente es la de aspirar a un espacio en que las cosas no están realizadas y donde no existen dogmas absolutos, marcado por la sensibilidad y la poesía; como lo expresa el imaginario del pueblo guaraní que con el nombre '*yvy maraney*' (tierra sin mal), definen el horizonte como el sentido del no lugar, en interminable peregrinación de generaciones hacia la utopía. Tal vez estamos asistiendo al fin de la televisión de masas pero a su vez - en el camino hacia el horizonte- somos protagonistas en la creación de las televisiones de la vivencialidad y la experiencia.

Apuntes finales.

Concordamos con el investigador brasileño George Yúdice (2008), al considerar que la cultura se ha convertido en un recurso, que sustenta la performatividad como lógica fundamental de la vida social de hoy.

Al acercarnos a la realidad latinoamericana, también la concepción del estudioso chileno José Joaquín Brunner (2009), nos da cuenta de una heterogeneidad cultural en América Latina, que al igual que su modernidad, es resultado de su manera de incorporarse al mercado internacional. De modo que de acuerdo con estos análisis existe una manera latinoamericana de ser modernos: heterónoma, en sucesivas oleadas, que se produce en esa suerte de descentramiento cultural, de diversificación simbólica y de pastiche cultural que nos caracteriza.

Por ello no es posible obviar las maneras desiguales en que nuestras sociedades se han relacionado y se relacionan hoy con las instancias globalizadoras del capitalismo transnacional.

Entonces nos volvemos a *Caliban* y a la pregunta que da inicio al ensayo antológico, parte de los estudios poscoloniales: ¿Existe una cultura latinoamericana? Y la pregunta-respuesta: que desarrolla Fernández Retamar (2007) en *Caliban*: “La pregunta me pareció revelar una de las raíces de la polémica y podría enunciarse con otra pregunta: ¿Existen ustedes?” Sobran las palabras de por qué *Caliban* sustenta como principio ineludible de nuestra cultura, la de nuestra existencia en su lugar de naciones con historia- raíces, presente y sueños.

Y en las aristas que introduce la globalización relacionadas con la urbanización fragmentada, la desterritorialización que las redes y las migraciones propician, y el desarraigo que impulsan los procesos económicos del presente, están a su vez, los nichos de nuevos tejidos sociales que pasan por cambios culturales, por el nuevo sensorium que esgrime Martín Barbero y el lugar de los jóvenes en la construcción de estos tejidos sociales. América Latina se presenta como un espacio de singular experimentalidad.

Suscribo la posición de Héctor Díaz Polanco (2009) en su magnífico ensayo *Elogio de la Diversidad*, que es necesario re-construir, frente a los relatos de los teóricos del fin de los metarrelatos, un gran relato de las nuevas formas que asume el control cultural, la fetichización y la manipulación de la diversidad en el capitalismo tardío.

Por ello, para la construcción de ese otro *discurso-discursos* de la contrahegemonía, debemos atender a algunos postulados que se debaten en el presente y que pudieran desmontar nuestro horizonte teórico y por tanto, confundir nuestros caminos, incluso desde la llamada izquierda del pensamiento intelectual.

Primero: Por un lado, el universalismo inexorable de la globalización y enfrente, la diversidad que también genera. Estamos de acuerdo, pero coincidimos con Díaz Polanco (2009) en que un concepto no excluye al otro, y también cabe preguntarse a qué

universalidad nos suscribimos porque esta es igualmente diversa, en el sentido histórico-social.

Convenimos con Díaz-Polanco en que de lo que se trata es de defender la tradición pero desde un modelo no tradicional. Ahí podemos retomar creadoramente el concepto martiano de mestizaje como antídoto contra la universalidad excluyente, a la postre homologuismo transnacional, y la pluralidad manipulante, fundamento también del imperialismo transnacional.

Así, en la Sociedad de la Información y el Conocimiento podemos apostar por un discurso informativo audiovisual que nos remita a ese espacio primigenio de Homo-Sapiens, desafíos de supervivencia de la sociedad contemporánea. Mirado desde el *Sur*, significa desterrar el abordaje de las fórmulas del llamado *Norte*. Esa es la debilidad en la que paradójicamente está el nicho de donde pueden brotar- y de hecho vienen naciendo- nuevas potencialidades: Crear agenda propia. Ello entendido como democratización, apropiación tecnológica, construcción de contenidos con la participación popular, respeto por los públicos y sus intereses; expresión cultural de nuestra historia, sociedades y saberes y, en ello imbricadas nuestras identidades. Es también formación consciente de voz crítica y movilizadora del entorno. Todo eso falta en el “modelo” del teleperiodismo del *Norte*.

Es urgente entonces que el teleperiodismo se plantee el uso de los recursos audiovisuales para informar-formar en narrativas que aprovechen las imágenes-imaginación, la exploración, construcción y re-construcción de sentidos; escamoteados ante pantallas que han querido dibujar a un ser latinoamericano que -por suerte- no existe.

Referencias bibliográfica.

Abril, Gonzalo (1997). *Teoría General de la Información. Datos, relatos y ritos*. Madrid. Ediciones Cátedra, S.A.

Acosta Matos, Eliades (2009). *Imperialismo del siglo XXI: Las guerras culturales*. La Habana: Editora Abril.

Aladro, Eva (2004). *Comunicación como proceso simpático*. Cuadernos de Información y Comunicación. Vol. 9. Publicaciones Universidad Complutense de Madrid.

Alberdi Ezpeleta, Ainzane (1995). *Líneas generales de la información Periodística*. En Medios de Comunicación y Sociedad. Dpto. de Periodismo. Fac.CC SS y de la Comunicación. Universidad del País Vasco. Bilbao.

Alonso, María M. y Saladrigas, Hilda (2002). *Para investigar en Comunicación Social*. La Habana: Pablo de la Torriente.

Barthes, Roland (1973). *Ensayos críticos*. Barcelona: Seix Barral.

Basterna, Fco G (2002). *¿Son necesarios los periodistas en el nuevo entorno multimedia?* En. *La tecnología de la Información y sus desafíos*. Madrid Sociedad Estatal Nuevo Milenio.

Bezónarrea, Ofa (2002). *Más y mejor*. En *La tecnología de la Información y sus desafíos*. Madrid. Sociedad Estatal Nuevo Milenio.

Castells, Manuel (2004). *Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I)*. Los medios y la política. Recuperado de: www.campusred.net/telos/articuloAutorInvitado.asp?idarticulo=1&rev=74

Castells, Manuel (2003). *La Galaxia Internet*. Barcelona: Novoprint. S.A.

Castells, Manuel (1996). *La era de la información*. México: Siglo XXI Editores.

Cebrián Herreros, Mariano (1998). *Información audiovisual: Concepto, técnica, expresión y aplicaciones*. Madrid: Síntesis.

Cebrián Herreros, Mariano (1992). *Géneros Periodísticos Audiovisuales*. Madrid: Editorial Ciencia 3.

Colombo, Furio (1997). *Últimas noticias sobre el Periodismo*. Barcelona: Anagrama.

Echeverría, Javier (2002). Ética y derechos humanos en la Sociedad de la Información. En *La tecnología de la Información y sus desafíos*. Madrid: Sociedad Estatal Nuevo Milenio.

Fernández Retamar, Roberto. (2006). *Todo Caliban*. La Habana: Ediciones del Alba.

Fonseca Escarpín, Jesús (2002). Nuevas tecnologías y muchas incógnitas. En *La tecnología de la Información y sus desafíos*. Madrid: Sociedad Estatal Nuevo Milenio.

Fuenzalida, Valerio (2005). *La influencia cultural de la televisión*. Versión digital.

García Espinosa, Julio (1979) *Una imagen recorre el mundo*. La Habana: Letras Cubanas.

Giardinelli, Mempo (2002) El intelectual latinoamericano y la globalización. Formas y contenidos culturales en la periferia. En *La tecnología de la Información y sus desafíos*. Madrid: Sociedad Estatal España Nuevo Milenio.

Gordillo, Inmaculada (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Quito: Quipus.

Huntington, Samuel P. (1997). *El choque de civilizaciones y la reconfiguración del orden mundial*. Barcelona: Paidós.

Jarauta, Francisco (2009). Mundialización y conflictos civilizatorios. En *Integración y resistencia en la era global*. Evento teórico de la X Bienal de La Habana. La Habana: Centro Wifredo Lam.

Jarauta, Francisco (1994). Presentación. En *Otra mirada sobre la época*. Valencia: Cajamurcia.

Lotman, Yuri (1999). *Cultura y explosión*. Barcelona: Gedisa.

Lozano, Jorge (1998). *Cultura y explosión*. Barcelona: Gedisa.

Martín-Barbero, Jesús (2008). *De los medios a las mediaciones*. La Habana: Pablo de la Torriente.

Martín-Barbero, Jesús (2006). Euforia tecnológica y malestar en la teoría. En: Gámez, Nora (comp.): *Comunicología: Temas actuales. Selección de Lecturas*. La Habana: Félix Varela.

Martín-Barbero, Jesús (2002). *Oficio de Cartógrafo*. Santiago de Chile: Fondo de Cultura económica.

Martín-Barbero, Jesús (2002). ¿A qué se puede llamar hoy Televisión Pública? En Revista *TELOS* no. 51, Abril-Junio 2002, Segunda Época Recuperado de:
<http://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=2&rev=51.htm>

Martínez Albertos, José Luis (2002). *El periodismo tradicional ¿en riesgo de extinción?* En *La tecnología de la Información y sus desafíos*. Madrid Sociedad Estatal Nuevo Milenio.

Olmo, Santiago (2009). Relaciones alteradas. Activismo artístico e investigación cinematográfica o cómo ocupar territorios. En *Integración y resistencia en la era global*.

Evento teórico X Bienal de La Habana. La Habana: Centro Wilfredo Lam.

Pérez de Silva, Javier (2000). *La televisión ha muerto*. Barcelona: Gedisa.

Ramonet, Ignacio (2007). El Foro fue la primera Asamblea planetaria de la humanidad. En *Por la Izquierda*. Veintidós testimonios a Contracorriente. La Habana: José Martí.

Ramonet, Ignacio (2001). *Propagandas silenciosas*. La Habana: Instituto Cubano del Libro.

Ramonet, Ignacio (2002). *¿Los periodistas están en vías de extinción?* Sala de Prensa. Web para profesionales de la información iberoamericanos (IV) (2). Recuperado de:
<http://www.saladeprensa.org/art382.htm>

Richard, Nelly (2009 a). *Campos Cruzados*. La Habana: Fondo Editorial Casa de las Américas.

Richard, Nelly (2009 b). *Lo local y lo global: Hibridez y traducción Interculturales*. En *Integración y resistencia en la era global*. Evento teórico X Bienal de La Habana. La Habana: Centro Wifredo Lam.

Rincón. Omar (2011). Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar. *Revista comunicar* DOI: 10.3916/C36-2011-02-04. Recuperado de:
<http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=36&articulo=36-2011-06>

Rodríguez Lafuente, Bernardo (2002). *La cultura electrónica*. En *La tecnología de la Información y sus desafíos*. Madrid: Sociedad Estatal Nuevo Milenio.

Rodrigo Alsina, Miguel (2005). Los modelos de la Comunicación. En: Saladrigas, Hilda (comp.): *Introducción a la teoría y la investigación en comunicación*. La Habana: Félix Varela.

Romero, Vicente (2002). Perversiones de la información: del olvido al infoespectáculo. En *La tecnología de la Información y sus desafíos*. Madrid Sociedad Estatal España Nuevo Milenio.

Sartori, Giovanni (1998). *Homo Videns*. La sociedad teledirigida. México D.F.: Taurus.

Scolari, Carlos (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Austral Comunicación. Recuperado de:
https://www.google.com/cu/?gws_rd=ssl#q=carlos+scolari+narrativas+transmedia

Toffler, Alvin (1990). *El cambio de Poder*. Barcelona: Plaza & Janés.

Vale, Eugene (1991). *Técnicas del guión para cine y televisión*. Barcelona: Gedisa.

Velásquez, Teresa (1992). *Los políticos y la televisión. Aportaciones del discurso al diálogo televisivo*. Barcelona: Ariel.

Vicente Gómez, Andrés (2002). La ficción también es información. En *La tecnología de la Información y sus desafíos*. Madrid: Sociedad Estatal Nuevo Milenio.

Yúdice, George (2006). *El recurso de la cultura en la era global*. La Habana: Ciencias Sociales.

¹ Doctora en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de La Habana. Profesora e investigadora y Jefa del Departamento de Periodismo de la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana. Correo electrónico: acostamad@yahoo.es

² El catedrático de la Universidad Complutense de Madrid Gonzalo Abril describe que la Sociedad de la Información contiene un complejo número de fenómenos que hay que deslindar: un significado técnico operativo, refiriéndose al caudal tecnológico, la acepción cognitiva en la gran producción de conocimiento y la acepción discursivo-institucional, que incluye la supervivencia de discursos heredados de la cultura de masas (noticias), la cultura ilustrada (conocimientos) junto a la cultura informacional (datos). Fernando Rodríguez Lafuente (2002), Director del Instituto Cervantes de España, resume que en la Sociedad de la Información, ésta (la información), se ha convertido en un bien en sí mismo, y de primera magnitud y que las tecnologías de la comunicación constituyen hoy y aún más en el futuro, el núcleo del desarrollo económico y del conocimiento. Txema Alegre (2002), Director Editorial del periódico español *La Vanguardia Digital* condensa el concepto de Sociedad de la Información, entendida – como lo fue el petróleo en el XX- como la gran materia prima del nuevo desarrollo económico.

³ Tanto los pensadores latinoamericanos Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini, Mempo Giardinelli, como los europeos Gonzalo Abril, Francisco Jarauta, Jorge Lozano, Vicente Romero o los norteamericanos James Petras o Noam Chomsky, analizan la creciente desigualdad que la globalización capitalista acentúa, pero defienden las potencialidades anti hegemónicas que la Sociedad de la información abre, si se revolucionan las bases mismas de la educación, su acceso y modernización.

⁴ Cfr. Fernández Retamar, Roberto (2006). *Todo Caliban*. La Habana: Fondo Cultural del Alba. En esta recopilación, que incluye el artículo original publicado en 1971 y las distintas revisitaciones que el propio autor hiciera hasta este siglo, muestra una imprescindible mirada para el examen de la producción intelectual cubana y latinoamericana desde posiciones marxistas y tomando en cuenta el desarrollo histórico cultural mundial hasta hoy.

⁵ Colombo resume las características de la tv en *Últimas noticias sobre el teleperiodismo*: cada vez más juego electrónico, referido a la sucesión de imágenes con variadas formas resultado

del proceso electrónico, cada vez más poético, alusivo al uso de la cámara lenta y otros recursos dramáticos y oníricos y cada vez más técnico en el sentido del uso frecuente de pequeñas pantallas dentro de la pantalla general para el diálogo a distancia (págs. 178-179).

R
y
P