

# A nuestros lectores

Durante mucho tiempo, los estudios acerca de la comunicación han tenido como eje y centro de ocupación los medios masivos de comunicación. Esta tendencia no pocas veces ha conducido a la queja, bastante bien fundada, por un mediacentrismo que impidió ver los otros fenómenos que constituyen las dinámicas de producción de sentido en la sociedad. Esto, sin embargo, no implica suponer que enfrentar esta limitación obligue a dejarlos de lado. La pregunta por los medios parece cada vez más central y extensa, en la medida en que obliga a pensar el lugar que éstos cobran en la vida cotidiana en su forma de nuevas tecnologías, así como en su condición de productores de órdenes de poder y control.

La evolución de la sociedad en sus formas de establecer lazos, en los mecanismos de construcción de diferencias y vínculos, así como en las reglas que definen las formas de intercambio económico y simbólico exige establecer el lugar de los medios como parte del tejido en el que dichas sociedades toman forma, son orientadas y se renuevan. Los medios de comunicación evolucionan con la sociedad y son producto y productores de ésta.

Volver a pensar los medios, invitación que origina este número de *Signo y Pensamiento*, surge como una posibilidad de abordar distintas dimensiones. Existe un doble significado del volver como hecho reflexivo, aquel que lo relaciona con el pasado y que implica visitar el lugar que ha sido abandonado o que en la distancia permite identificar la diferencia que se tiene con la forma en que alguna vez se pensó, o aquella otra perspectiva, en la que volver implica hacer un abordaje al objeto donde éste se visita renovado, tanto en su cambio como en la evolución de la perspectiva con la que es estudiado. Este doble sentido del volver aparece inscrito en el interrogante que lleva implícito pensar los medios nuevamente.

Esta inquietud evoca, entonces, tanto el sentido como la finalidad del ejercicio de repensar los medios. El sentido, al exigir una actualización de la razón de ser de los estudios de la comunicación que se centran en los medios: ¿por qué estudiar los medios hoy?, e incluso el poder interrogarse si esa actividad es viable: ¿es posible estudiar los medios hoy?, en medio de la velocidad de los cambios y lo inasible de muchas de sus consecuencias en la dinámica de la sociedad. La finalidad, en la medida en que se aborda el alcance y las implicaciones del estudio de los medios de comunicación en la actualidad ¿para qué estudiar los medios hoy? Esto obliga a los balances críticos sobre la trascendencia del estudio que se ha hecho hasta ahora. ¿Es la reflexión un acto tardío o ha colaborado en la orientación de los cambios en los medios y desde éstos? También obliga a comprender qué consecuencias tiene para el presente visitar los medios como ámbito de reflexión y como espacio de tensión social.

La forma de estos interrogantes, entonces, permite hacer reflexiones tanto epistemológicas, acerca de la naturaleza del objeto y de su configuración; metodológicas, acerca de las posibilidades de acceso y construcción de dicho objeto a partir del cómo comprender y construir el fenómeno de estudio; al igual que hacer un ejercicio de reflexión político, al interrogar la razón de ser del estudio sobre los medios en una época, en una sociedad y en el marco de las luchas por el poder, en su forma de sentido y de dominación.

Paralelamente, volver a pensar los medios hoy hace un llamado particular a preguntarse por los cambios que se producen en la relación entre el análisis, la reflexión y las transformaciones en el ecosistema comunicativo, es decir, la forma como el pensar los medios está en confluencia con la aparición de nuevas tecnologías, la transformación en las reglas de su producción, los cambios en la economía que los rige y la

movilidad de las redes sociales a las que apoyan y que a la vez dan sustento a los medios; el largo, pero veloz camino que va de los medios (entendidos en la relación dominación-liberación) a la localización de su rol en el mercado y desde éste como lugar de la productividad y el consumo, más que como lugar de la producción y el reconocimiento. En este sentido, poder identificar la posibilidad de abordar los medios como pregunta clave en el marco de la dinámica social es también interrogar la forma en que las relaciones de poder dan contornos al sentido. El ejercicio de pensar los medios tiene un lugar en la orientación de estos rumbos o se contenta con ser una actividad de descripción que dibuja el paisaje catastrófico o paradisiaco.

El número de la revista se divide en dos grandes secciones: la primera “Repensar los medios hoy”, que incluye una serie de reflexiones polémicas acerca del repensar los medios, recoge las voces de autores que han andado en el largo camino de debate sobre los medios, y la segunda “Los medios repensados: el extrañamiento de los objetos”, que recoge la mirada que desde diversos lugares se hace a los cambios y a las innovaciones en los medios, incluidas tanto el detectar en la escala más localizada las transformaciones que se vienen dando en cada medio como el poder prever algunas pistas sobre los objetos que se han ido configurando como parte de los cambios en el orden mediático actual, al igual que el acceso a otros modos de reflexión emergentes.

En la primera parte, el artículo de Miquel de Moragas nos hace conscientes del cambio permanente en los paradigmas de reflexión sobre la comunicación en general, subraya la complejidad de la relación entre sistemas culturales y sistemas comunicativos y pone de plano tanto la necesidad de atender a la “personalización en masa” que vivimos hoy como al cuadro complejo que reviste el hecho de entrecruzar la limitada producción académica innovadora con la proliferación de los espacios de formación en comunicación. Finalmente, deja propuesta una agenda como punto de apertura en la discusión.

En una dimensión algo distinta, Antonio Pasquali subraya la velocidad de los cambios y el vértigo que produce el ritmo de la innovación, y pone la mirada sobre la tecnología y la memoria, para presentar un

interrogante central sobre cómo repensar los comportamientos comunicacionales en el ritmo que impone al estudioso de la comunicación la movilidad de los objetos y los cambios que desbordan rápidamente la escala de la reflexión y el alcance del analista; además, cómo asumir esa paradoja entre las capacidades inmensas de las memorias de silicio y la frágil memoria personal y colectiva que pasa por sociedades, como las nuestras, para las que el sentido del pasado es débil y ha sido pobremente recogido.

En su artículo “La nueva amalgama intermedial”, Roman Gubern nos pone en dirección de comprender los nuevos ejes y centros de la producción simbólica, como el de la alianza Tokio-Los Ángeles para la industria audiovisual. También plantea la pregunta por la situación de las audiencias silenciosas, a las cuales ve moverse entre las “masas unidireccionales” de los medios tradicionales y la “autonomía individualizada” de internet. Finalmente, propone las categorías de interactividad e intermedialidad como dos dimensiones en las que se hace necesario el estudio de la comunicación.

Para cerrar este bloque se incluye el trabajo de Ómar Rincón, quien, promoviendo un “activismo comunicativo”, impulsa a enfrentar el repensar los medios no como un ejercicio académico, pues hace hincapié en que quienes hacen los medios están “aburridos de que los de las ciencias sociales, los de arte y humanidades, los de cine y la cultura nos miren arrogantemente feo a los ‘televisivos-periodistas-comunicadores’”. Para el autor, la reflexión debe ser una actividad hecha desde el interior de los mismos medios, en los que la creatividad y la capacidad de los creadores, productores, realizadores y demás agentes de la empresa comunicacional actúan como movilizados de cambios que se sugieren como la salida para pensar desde adentro la inmensa máquina mediática.

Para abrir la segunda sección, el trabajo de Luis Ignacio Sierra invita a explorar en una nueva epistemología los procesos de la comunicación, desde el que el autor se pregunta cuál es la exclusividad que interesa al campo de los medios y cuál es su particularidad. Esta comprensión está hecha a partir del horizonte referencial de un doble vínculo teórico convergente: la sistémica luhmaniana y la teoría de los campos

sociales, en conjunto con la sociología comprensiva de la vida cotidiana, desde una fenomenología social, para buscar una nueva teoría de los medios.

Los trabajos de Guillermo Sunkel y Mario Morales, desde dos perspectivas diferentes, abordan el fenómeno del periodismo. El primero para identificar los cambios que atraviesa el periodismo, desde su lógica interna en su modo de informar, de narrar o de construir la noticia, y resaltar la tendencia a incorporar modelos ficcionales en la construcción de la noticia y el entrelazamiento entre información y ficción en el ejercicio del periodismo. Entre tanto, el artículo de Mario Morales se sirve de la evolución del periodismo digital para mostrar una mirada a los cambios sensibles que ha tenido el oficio periodístico como campo de investigación y las transformaciones en las dinámicas propias de la producción de información, las rutinas del periodista, sus ámbitos laborales y legales y en las formas empresariales en que opera.

Las formas de la interactividad y la intermedialidad sobre las que se interroga Gubern parecen materializarse en alguna de sus variantes en la televisión digital, fenómeno que estudian las profesoras Carmen Peñafiel, Nereida López y Ainhoa Fernández en su artículo, donde exponen que el nuevo modelo tecnológico cambia las formas, los equipos y los contenidos de la televisión; pero señalan que en el futuro será la innovación en los hábitos y en los comportamientos de la audiencia, basados en la interactividad la puerta que abra la ventana a la televisión del futuro en la que el “referente/protagonista será el nuevo espectador”, agente activo del que se desea la fidelidad de los usuarios.

En el mismo terreno de lo visual, Javier Callejo aborda la comunicación de proximidad localizando el fenómeno comunicativo en la vida cotidiana de los sujetos a partir del análisis de un caso concreto, en el Área Metropolitana del Sur de Madrid, centrado ante todo en la relación entre las concepciones de cultura y el papel que la televisión desempeña en la construcción de esa relación.

El número se cierra con los artículos de los profesores Sergio Roncallo y Alcides Velásquez. El primero, “El video (arte) o el grado Lego de la ima-

gen”, a partir de una diferenciación entre el video y otras formas visuales, como el cine o la televisión, se interroga y precisa rasgos del videoarte como formas que constituyen una estética propia de lo experimental. También se sirve de esta posibilidad para criticar algunas de las reflexiones sobre el video y adentrarse en los debates sobre la mimesis y la representación del mundo a que esta forma estética conduce. El segundo, “AnaLitex: una herramienta gráfica para el análisis literario”, explora la posibilidad de una herramienta tecnológica y la combinación entre la textualidad, lo visual y las virtudes del desarrollo de un prototipo de *software* para abrir caminos a la investigación sobre la literatura y sobre diversos tipos de textos. Siguiendo la línea de esa exploración se sugiere al lector probar el prototipo que ha sido localizado en internet.

Se percibe entonces, en una lectura panorámica, tanto la necesidad de persistir en la mirada a los medios (en su condición de tecnologías, de formatos y géneros y de productos de las relaciones sociales de producción y lucha por el significado) como de pasar obligatoriamente por la pregunta por el sujeto/audiencia/agente, necesario para describir el lazo al que por ahora se puede describir con el concepto de interactividad.

El Editor