

Editorial N° 43

#comunicaciónymedios40años

Este 2021, *Comunicación y Medios* cumple 40 años desde su primer número en 1981. El hito lo estamos celebrando con el hashtag #comunicaciónymedios40años, un número especial en preparación y un panel con otras publicaciones nacionales hermanas a fin de año. El recorrido ha tenido claros oscuros e ilustra tanto el proceso mismo de un emprendimiento editorial académico en Chile, así como también estas cuatro décadas de historia universitaria, cultural, política, social y mediática.

El aniversario de la revista ocurre al mismo tiempo que Chile enfrenta cambios sísmicos: El 4 de julio, cuando este número ya esté circulando, sesionará por primera vez la Convención Constituyente con el mandato de redactar una nueva constitución que sepulte de una vez el documento elaborado por la dictadura cívico-militar en 1980. Por primera vez, un órgano elegido popularmente tiene paridad de género y escaños reservados para los pueblos indígenas y un número inédito de representantes de comunidades de base, independientes dentro y fuera de pacto y activistas medioambientales y feministas.

Un proceso como éste, totalmente novedoso para los hábitos políticos en Chile y con un horizonte de término de no más de un año, acarrea desafíos para nuestra cultura cívica y política. En efecto, implica retos institucionales y formales, pero también simbólicos que tensionan las categorías a las que estábamos acostumbrados en el debate público. ¿Quiénes hablan a nombre de quiénes? Como señalan Pablo Alabarces y Ana Azcurra en este número, la pregunta por la representación y la enunciación son —hoy, como siempre— centrales. “Hay”, dicen Alabarces y Azcurra, “un imperativo metodológico, que es necesariamente ético y político: [...] la pregunta crucial y democrática del análisis cultural es ¿quién habla? [...] Qué es lo dicho y qué es lo representado. Y [...] quién administra, autoriza, disemina esa representación y esa voz [...]. Incluso en sus mejores ejemplos —como en la mejor tradición de la crónica latinoamericana—, el que habla sigue siendo un letrado que, aunque pleno de potencia y compromiso, no deja de ser un

mediador. La voz oculta, como mucho representada pero nunca oída, sigue siendo la de los sujetos subalternos, sometidos a operaciones de ventriloquía y tutela enunciativa”.

Jesús Martín Barbero enfatizaba la importancia estratégica del lugar de enunciación y sostenía que la comunicación había que pensarla desde la cultura y “no *en*, sino *desde* América Latina, lo que implica también una pluralidad de lugares latinoamericanos” (Martín-Barbero & Herlinghaus, 2000, p. 144). Allí habita *Comunicación y Medios*. Nos ubicamos en un momento constituyente —literal y simbólicamente—, en un espacio intelectual y académico atravesado por demandas de mayor reconocimiento —de género, de raza, de clase—, de una precarización de la vida cotidiana e incertidumbre sobre el devenir. Incertidumbre en su acepción literal de no tener certezas y de vivir en estado perplejo. En el largo tiempo de la Historia, habitamos una fractura y está por verse cómo y dónde reconstruir. Al decir de Kathya Araujo (2019), es esencial tomarnos el tiempo para que el diálogo “se vuelva un hábito. Esencial para desanudar lo anudado y reanudarlo de nuevas maneras, para que podamos hacer lo que nos es indispensable para restaurar un tejido social cuyas tramas han sido heridas —y en cierto modo desgarradas— por las violencias estructurales, simbólicas, políticas, estatales, inorgánicas o interpersonales desde hace ya mucho tiempo” (p. 15). En esa fractura, esperamos contribuir a tejer con nuevos puntos las tramas de hoy, en estos 40 años, pero también en los que vengan y animar la discusión discusión en el campo.

Pluralismo, diversidad y cambios constituyentes/constitutivos

Al calor del debate constituyente y de la renovación de autoridades políticas durante 2021, la pregunta sobre la diversidad y el pluralismo en la esfera pública reverdece laureles. Las actas de la Comisión Ortúzar de finales de los 1970 indican que los principios organizadores del derecho a la libertad de expresión son los de la propiedad privada, el libre mercado de ideas y un enfoque de libertad negativa. Sin embargo, los comisionados también sospechaban del periodismo fiscalizador, temían al poder de los medios y explícitamente acordaron

restricciones para que actores y propuestas más progresistas participaran de los medios y el periodismo. Enfoques que han influido en las reformas al campo desde 1990.

Los mecanismos para garantizar la diversidad y el pluralismo son pocos, están dispersos e intervienen en la esfera del mercado, en particular las regulaciones sobre competencia. No hay un sistema de medios públicos y los medios sin fines de lucro y comunitarios enfrentan enormes desafíos de sustentabilidad y regulaciones disímiles; la pandemia ha demostrado las desigualdades de acceso a distintas tecnologías, con particular dramatismo en zonas totalmente apagadas digitalmente, incluso alrededor de grandes centros urbanos; la lógica de fomento y concursabilidad permea los mecanismos de financiamiento de proyectos comunicacionales y mediáticos relativamente más innovadores o con pertinencia local.

De las propuestas hasta ahora sobre la mesa, hay pocas y, más bien, generales. Sin embargo, deberían abrir el debate sobre nuevos contornos para la esfera pública. Los críticos a las propuestas del precandidato del Partido Comunista, Daniel Jadue, en esta materia parecen desconocer (o convenientemente omitir) las distintas regulaciones y políticas públicas en materia de medios, periodismo y comunicación en Chile. En efecto, el Estado interviene a través de una diversidad de organismos (el Consejo Nacional de Televisión, el Consejo por la Transparencia, el ministerio Secretaría General de Gobierno, los gobiernos regionales), de cuerpos legales y administrativos (la Constitución, regulación sobre libre competencia; transparencia y acceso a información; prensa y libertades de opinión, información y ejercicio del periodismo; televisión, en general, y TVN, en particular; medios comunitarios; telecomunicaciones) e instrumentos de políticas públicas (fondos concursables para investigación en pluralismo, para producción en televisión, para medios locales y regionales; publicidad oficial; las campañas electorales gratuitas por televisión).

Esta coyuntura crítica, al decir de Gramsci, debería animar un debate amplio sobre medios, información, pluralismo, tecnologías y conocimiento, diversidad y pluralismo. Los más de 30 estudios financiados por el Fondo de Pluralismo de la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo (ANID)

en sus diez años de funcionamiento constituyen un corpus interesante para contribuir a dicha discusión política y cultural necesaria. A estas alturas es evidente que el mercado resulta insuficiente para organizar el campo mediático y comunicacional. Estudios comparados prueban que la existencia de sistemas de medios públicos convergentes (es decir, que incluyan internet, radio y televisión y medios impresos) elevan los estándares para el resto del sistema mediático privado y sin fines de lucro y contribuyen a una mayor participación política (Curran *et al.*, 2014; Benson & Powers, 2011).

Sobre los artículos del #43

En su artículo "Pluralismo agonista en la internacionalización de los estudios latinoamericanos de la comunicación: reflexiones a partir de la práctica", Martín Becerra y Florencia Enghel revisan críticamente su experiencia como editores invitados a un número especial sobre estudios de comunicación en América Latina en una de las revistas de corriente principal en el campo². Esta revisión ilumina al menos tres nudos para el oficio de la edición de estudios sobre comunicación, centrales para nuestra labor como editores de la revista más antigua del campo en Chile: ¿Cuál es el carácter de los (des)encuentros entre el Sur y el Norte globales en la producción académica en el campo de la comunicación y cómo desentrañarlos dialógicamente? ¿Qué entendemos exactamente por la internacionalización de los estudios de comunicación? Éste se ha vuelto un indicador que ha colonizado todas las métricas del productivismo académico, tanto individuales como institucionales, y que pareciera resolverse en la mera publicación de nuestros trabajos en revistas en inglés, obviando el desbalance estructural en el acceso al conocimiento de producción académica con muros de pago en instituciones empobrecidas y en sistemas de promoción de la ciencia y la investigación pauperizados, donde las ciencias sociales y las humanidades resultan particularmente golpeadas.

Un último nudo de los que proponen Becerra y Enghel —tal vez el más crucial para una revista como *Comunicación y Medios*— es: ¿cuáles son las intervenciones que los actores del campo de investigación, en este caso, de publicaciones especia-

lizadas, debemos hacer para ampliar, enriquecer y diversificar el campo de estudios en comunicación? El trabajo de Becerra y Enghel no solo pone en circulación en español una experiencia inter-académica, inter-nacional e inter-cultural en el campo de la producción editorial que vinculó —no sin dificultades— diálogos y prácticas entre el Norte y el Sur globales. Su reflexión también ilumina áreas aún grises y no suficientemente discutidas en los procesos editoriales de las revistas en nuestro campo.

María Victoria Guzmán, en tanto, tensiona el estatus de figura *pop* del antipoeta chileno Nicanor Parra y la circulación y reinterpretación de su obra, sobre todo sus artefactos, en la esfera pública digital tras la muerte del autor el 23 de enero de 2018. El artículo "Imaginario del futuro tras la muerte de Nicanor Parra: renegociando la antipoesía como vehículo de protesta online" visibiliza los complejos derroteros a través de los cuales la obra y su autor son (re)apropiados en clave *pop* y, particularmente, en memes y declara[m]aciones digitales, particularmente en Instagram. La muerte de Parra, afirma Guzmán, permite "estudiar el imaginario colectivo actual, no sólo debido a su importancia en la comunidad nacional, sino que también por su celebración y exaltación de la cultura cotidiana chilena, en su poesía, su uso del habla común, y su actitud crítica hacia las instituciones y el elitismo". En contexto de crisis, argumenta Guzmán, es imperioso estudiar "posibles memorias futuras en Chile para examinar en mayor detalle qué clase de representaciones, esperanzas y ambiciones éstas articulan".

A partir de la coyuntura histórica de confinamiento, *televida* y, en particular en el caso chileno, de reforma institucional, requerimos no solo explorar los mecanismos a través de los cuales constituimos nuestras identidades hoy y respecto del porvenir. En efecto, también es indispensable explorar artefactos, discursos y narrativas menos conocidas sobre cómo hemos construido nuestras identidades y cómo otros han definido qué o quiénes somos. En su artículo "Chile, tierra de encanto (1937). La propaganda turística en los inicios del turismo de masas", Juan Carlos Yáñez analiza un documental de viaje realizado por James FitzPatrick para la serie *Travel talks. The Voice of the Globe*. La pieza es un documento valioso que preserva "la memoria paisajística del país, en un momento de moderni-

zación y de instalación" de ciertos lugares de Chile "como atractivos turísticos" en los 1930s y 1940s, en el marco de la urbanización, el desarrollo de la infraestructura, la masificación del turismo y las tensiones derivadas del uso del suelo y —ya entonces— la preservación de las reservas naturales. El documental permite, también, reflexionar sobre la "construcción de una cierta identidad sobre Chile", en disputa con otros países latinoamericanos por "el mercado internacional de viajeros".

El trabajo de Tatiana Orantes tiene enorme vigencia. En efecto, "El dispositivo de la propaganda en las redes sociales de la campaña presidencial de El Salvador (2018-2019)" analiza las estrategias de campaña del entonces candidato presidencial, Nayib Bukele, y la construcción de su identidad política como un *outsider*. A partir de un cuidadoso trabajo empírico que analizó material de campaña digital, así como también *offline*, Orantes explora las raíces de quien hoy ha concentrado enorme poder al mando de ese país centroamericano. De paso, propone una apuesta teórica así como una estrategia metodológica pertinente para investigar los alcances de la propaganda en contextos latinoamericanos. La propuesta levanta elementos útiles a considerar en el contexto de un calendario electoral bien copado en el caso chileno hasta el 2022.

Este nuevo número de *Comunicación y Medios* se enorgullece en incluir el monográfico "Comunicación y Cultura Popular en América Latina y el Caribe" editado por Chiara Sáez, Cristián Spencer y Antonieta Vera. En sus seis artículos se despliegan interrogantes que buscan identificar, analizar y revertir el modo en que se ha desconocido el potencial y la trascendencia de los "otros" populares, ya sea en términos políticos, económicos o culturales. Como resultado de la "Conferencia Internacional sobre Comunicación y Cultura Popular en América Latina y el Caribe" realizada en septiembre de 2019 en la Casa Central de la Universidad de Chile, este monográfico se propone generar conocimiento con sentido político sobre el rol de la cultura y la comunicación en las grandes transformaciones sociales de América Latina. Como equipo editorial creemos que pensar las representaciones y proyectos políticos en las culturas populares hoy es clave para imaginar una sociedad diversa, plural y democrática. En efecto, y como se señala en la presentación del equipo editorial invitado, la "cul-

tura popular ausente” es un concepto que agrega complejidad a la discusión sobre la diversidad de lo popular en el contexto de sociedades periféricas como la nuestra. Y el resultado de esta convocatoria, que ha sido una de las más exitosas en la historia de *Comunicación y Medios*, es un aporte concreto para imaginar críticamente el contexto actualmente en curso.

Cierre y apertura

Becerra y Enghel recuerdan en su artículo en este número que los estudios de comunicación en América Latina se producen en un contexto donde escasean los “sistemas de medios de servicio público sin fines comerciales encargados de proporcionar contenido audiovisual plural, diverso y de alta calidad” y donde, además, se verifica una “hiperconcentración de la propiedad de los medios privados”. Por lo tanto, dicen Becerra y Enghel, las instituciones públicas tienden “a actuar como defensoras y clientes de los medios privados (a través de políticas y de pautas publicitarias, respectivamente) en lugar de ser garantes de la igualdad”. Y, en ese contexto, los esfuerzos por promover el pluralismo “se limitan a los esfuerzos de la sociedad civil y las organizaciones comunitarias”. Estas condiciones de falta de pluralismo comunicacional y mediático, en general, permea —gramscianamente, señalan los autores—, “las condiciones generales en las que los académicos latinoamericanos producimos ideas y propuestas”.

Cuando cerrábamos esta edición, Jesús Martín-Barbero murió. En un *dejá vu* colonial, la prensa hispanoamericana reportó la noticia refiriéndose al “catedrático español”, aunque obtuvo la nacionalidad colombiana en 2003. Su horizonte intelectual, sus universos geográficos y simbólicos están arraigados en América Latina, que en su obra él reconoce como un universo imaginado complejo, diverso e, incluso, contradictorio. Su influencia se explica porque propuso enfoques novedosos para comprender las interrelaciones entre medios, comunicación y cultura y, junto a otros, contribuyó a abordar seriamente objetos y prácticas despreciadas por la alta cultura (el caso más paradigmático es el de las telenovelas). El autor advirtió también, tempranamente, fenómenos que hoy son centrales

en el campo, como la experiencia hiper-personalizada del consumo mediático y cultural organizada exclusivamente por y en el mercado, como discute en *Oficio de Cartógrafo* (2002).

Como todo padre fundador, hay fugas que no advirtió. La obra de Martín-Barbero adolece de una sensibilidad de género, vacío común a las ciencias sociales y los estudios culturales en los que él se reconocía. Esta mirada, señalaba, “produce desconcierto en nuestras latitudes académicas [...]”. En las prácticas académicas, hay un machismo muy fuerte y la autorreflexión teórica desde los paradigmas dominantes no está libre de ese componente... Si se relaciona esa problemática con lo popular, buena parte de la reflexión sigue presa de aquella tradición europea que pensó lo popular como lo infantil, lo sentimental y, por ende, lo femenino” (Martín-Barbero & Herlinghaus, 2000, p. 121).

Una lectura superficial del trabajo de Martín-Barbero lo consagra como un autor ejemplar. Pero lo cierto es que forma parte de una red densa de investigadores, profesionales y activistas en el campo. Desde 1960 esta comunidad empujó esfuerzos epistemológicos y empíricos para lo que, más tarde, la literatura ha denominado *des-Westernizing* o desoccidentalizar los estudios en medios, comunicación y cultura (Waisbord & Mellado, 2014) y promover una teoría situada, contextualizada.

Modestamente, pero con convicción, el trabajo editorial con el que el equipo de *Comunicación y Medios* está comprometido es deudor de esta comunidad y espera, también, contribuir al campo contemporáneo de estudios en comunicación, medios, tecnología y cultura. Nuestro oficio incluye navegar los requerimientos formales e institucionales que ponen el acento en el cumplimiento de métricas como la indexación, el impacto (artículos aceptados, artículos rechazados, citas) y la más amplia circulación internacional posible (editoras y editores invitados, autoría, revisión de pares con adscripciones institucionales extranjeras). Pero, al mismo tiempo, estos esfuerzos altamente burocráticos permiten y nos exigen revisar nuestras propias prácticas, estándares de calidad y estilo, las estrategias escriturales que queremos ampliar y experimentar y la apuesta editorial explícita y convencida de ampliar la diversidad de esta comunidad (en cuanto a género, adscripciones institu-

cionales, ubicaciones geográficas, disciplinarias, epistemológicas y metodológicas, y temáticas).

Parafraseando a Dafna Lemish³ (Rutgers University) al reflexionar sobre su experiencia en la fundación del *Journal of Children and Media*, nos preguntamos: ¿Cómo garantizar que no estamos creando un foro limitado en el cual hablamos entre los mismos, sobre nuestro propio trabajo, realizado en nuestro particular contexto, sobre nuestros intereses particulares, para una audiencia convencida y desde nuestros estrechos puntos de vista mientras “pretendemos” que estamos abordando problemas, realidades, preocupaciones más amplios? ¿Cómo podemos dar una oportunidad para exponer el trabajo de otrxs, con justicia y equitativamente, cuando nos encontramos en un campo tan desigual en su punto de partida? (Lemish, 2021).

Esta historia de cuatro décadas de *Comunicación y Medios* ha sido posible gracias a quienes han dedicado tiempo y esfuerzo y quienes, en su mayoría, contribuyen sin retribución económica (como los miembros de nuestro comité editorial, los pares evaluadores y los autores). Sin ellos, este número ni los pasados ni los que vienen fueron, son, ni serían posibles.

Notas

1. Las cursivas son nuestras.
2. Special issue: “Latin American Communication Theory Today: Charting Contemporary Developments and Their Global Relevance”, *Communication Theory*, editada y publicada por the *International Communication Association* (ICA), 28 (2), mayo de 2018.
3. Fue la primera investigadora en estudios feministas en comunicación en recibir el “Teresa Award for the Advancement of Feminist Scholarship” en 2009 y que entrega desde entonces y anualmente la División de Investigación Feminista de the *International Communication Association* (ICA).

Tomás Peters

Editor General

Claudia Lagos Lira

Editora

Referencias

- Araujo, K. (ed.) (2019) *Hilos tensados. Para leer el octubre chileno*. Santiago de Chile: Editorial Universidad de Santiago de Chile.
- Benson, R. & Powers, M. (2011) *Public media and political independence: Lessons for the Future of Journalism from Around the World*. New York: Free Press.
- Curran, J. et al. (2014) Reconsidering ‘virtuous circle’ and ‘media malaise’ theories of the media: An 11-nation study. *Journalism*, 15(7), 815–833
- Lemish, D. (2021) Feminist editing of a mainstream journal: Reckoning with process and content related challenges. En Eckert, S. & Bachmann, I. (eds.) *Reflections on Feminist Communication and Media Scholarship: Theory, Method, Impact*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003102786>, 15-29
- Martín Barbero, J. & Herlinghaus, H. (2000). *Contemporaneidad Latinoamericana y análisis cultural. Conversaciones al encuentro de Walter Benjamin*. Madrid-Frankfurt: Iberoamericana—Vervuert.
- Waisbord, S. & Mellado, C. (2014). De-westernizing Communication Studies: A Reassessment. *Communication Theory*, 24, 361–372