

PRESENTACIÓN

COMUNICACIÓN EMERGENTE
PARA TIEMPOS DE EMERGENCIA

Emergente y emergencia. Con permiso, estimado participante, nos gustaría tomarnos la licencia de jugar un poco con las palabras. Los tiempos actuales dejan en bandeja el paralelismo aquí usado, que no es sólo un recurso literario. En el IV Congreso Internacional Comunicación y Pensamiento hemos seleccionado la comunicación emergente como temática central. Hecha la selección, no podemos desligarnos de los tiempos que nos rodean. Nuestro mundo pasa por un momento de polarización, desconcierto, fragilidad y vértigo. La sociedad líquida de Bauman ha penetrado los rincones del planeta, inundando como un océano global toda superficie de la que apenas hay contadas excepciones.

Si intentamos comprender el momento en el que estamos habremos de tener en cuenta una serie de circunstancias. Pasaremos, aquí, de la coyuntura a la estructura. Veamos. La llegada a los gobiernos de Trump (Estados Unidos), Bolsonaro (Brasil), Áder (Hungría), Duda (Polonia), Salvini (Italia), así como el auge de fuerzas de extrema derecha en otros lugares como Francia, Alemania, Holanda o España, plantean un escenario que parecía finiquitado en la década de los treinta del siglo XX. Es sintomático, por ejemplo, el cambio de orientación política que ha vivido América Latina, cuya excepción ha sido el triunfo de Andrés Manuel López Obrador en México tras un inicio de centuria dominado por la llamada Nueva izquierda.

No sólo es una cuestión política, que sin duda es un simbolismo más que alarmante. Vayamos a otras cuestiones. Aquella portada en *The New Yorker* (mayo de 2008) en la que un librero cerraba su tienda mientras su vecina recogía un paquete de Amazon muestra una realidad extrapolable a otros sectores. El negocio tradicional y físico se muere. En enero de 2019 tres librerías en España cerraron en la misma semana, pese a estar distanciadas por cientos de kilómetros entre ellas. Portadores de Sueños lo hacía en Zaragoza, Semuret en Zamora, y Moya en Madrid, ésta última abierta desde 1862. En octubre de 2018 Amazon informaba que multiplicó por diez sus beneficios para alcanzar un total de 2.500 millones de dólares.

Otro ejemplo. La ONU informó en 2014 que la desigualdad en el mundo alcanzó cotas sólo comparables con las de la II Guerra Mundial. Es inevitable acordarse del auge de la extrema derecha mencionada en el segundo

párrafo como una correlación de hechos. Paralela, también, a esa desigualdad, en 2014 se informaba de que las grandes empresas habían mejorado sus resultados pese a la crisis financiera de 2008. Hoy, once años más tarde de aquel estallido, estamos en disposición de hacernos una pregunta que la actualidad y el frenético momento presente apenas nos dejaba ¿realmente el sistema sufrió una crisis?

Más bien es el momento de introducir una posibilidad con la que, en esta narración, nos situamos ya en la estructura: la crisis financiera de 2008 tan sólo fue una falla en la placa tectónica del capitalismo que abrió paso a una nueva fase del neoliberalismo. Es decir, 2008 no fue una excepción, sino un avance más en la línea. Véase qué escenario cotidiano tenemos hoy: la venta por internet aumenta su porcentaje, los costes físicos de producción se reducen; las empresas obtienen mayor margen de beneficios, pero la población se resiente en su nivel de vida porque su mano de obra es prescindible. Del pleno empleo al pleno desempleo. No es sólo internet, en muchos comercios la sustitución del ser humano por maquinaria robotizada que emula su trabajo es cada vez más frecuente. En un sistema productivo donde el flujo de los humanos es vital, el sistema está cada vez más deshumanizado. Y en todo ello subyace una lógica empresarial: la mayor obtención posible de beneficios por encima de la responsabilidad social de las corporaciones. El neoliberalismo ha atropellado las propias bases teóricas del liberalismo clásico (Smith, Ricardo y Locke), del que nace.

Estos problemas estructurales no son nuevos. Ocurrió en 1929, en 1973 y en 2008. En la primera se dio paso al Welfare State, el Estado de Bienestar. En la segunda éste empezó a ser desmantelado para hegemonía de la empresa privada en unos tiempos comandados por Reagan y Thatcher. En 2008, como decimos, se ha dado un paso más en esta última dinámica. Precariedad y desigualdad. Tiempos que, como se puede comprobar, son de emergencia.

En esos tiempos de emergencia la comunicación se sitúa en un nuevo escenario, emerge. Comunicación emergente para tiempos de emergencia. La llegada de internet fue una auténtica revolución que ha cambiado todos los parámetros y a los que tanto la población como a los comunicadores profesionales (periodistas, publicistas, medios de comunicación, etc.) les ha costado muchísimo adaptarse, si es que podemos concluir que lo han hecho definitivamente. La imagen es muy gráfica: navegamos como un Johannes Gutenberg digital. La imprenta permitió que de los manuscritos se pasara con facilidad a la multiplicación de copias, que a su vez se distribuían con mucha mayor velocidad (a lo que ayudó el avance del transporte, claro). La imprenta suscitó un grave problema para el poder establecido, como una Iglesia que comenzó a perseguir a los impresores. Internet, siendo una herramienta creada por el propio poder establecido, posee un alcance tan inabarcable, que algunos gobiernos han tenido que recurrir a la censura (Ley

Mordaza en España, por ejemplo) para frenar la vertiente más rebelde de este nuevo tiempo. Sí, internet es nuestra imprenta. Y, a diferencia de ésta, es mucho más accesible a todos.

Internet ha minimizado los costes y maximizado la velocidad de los flujos. Ha derribado fronteras y abierto posibilidades y potencialidades. La comunicación, que es pan cotidiano del ser humano, lo vive día tras día. La comunicación emergente se nos aparece como un universo repleto de posibilidades, pero también de muchas sombras. Su impacto sobre las personas es constante, por eso estudiarlas, analizarlas y comprenderlas es una necesidad suprema para la sociedad. La investigación académica, aunque no sola, tiene una enorme responsabilidad en ello. En definitiva, si la comunicación emergente se nutre de posibilidades casi ilimitadas, el punto de partida es reconocer que, en esencia, las bases en las que se sostiene son muy antiguas. Gutenberg estaría ojilático.

Por tanto, y aunque el nuevo escenario donde se mueve la comunicación sea cómplice de estos tiempos de emergencias, cabe aclarar que el objetivo no es derribar este nuevo universo. No, no lo es. Ni siquiera se trata de convivir con él. El objetivo, la responsabilidad, es darle un uso democrático, social y humano. No debemos olvidar que pese a la deshumanización que este sistema tecnológico nos impone, es una creación humana. Si Platón, antes de que existiera Skype, Facebook o eBay, ya nos advirtió de la naturaleza tiránica del ser humano, es imprescindible evitar la tiranía de la tecnología, incluida con especial énfasis las de la información y la comunicación por su influencia social en masa. La fantasía de la robótica controlando a los humanos en una dictadura no está tan lejos, y el proceso es recuperar la soberanía frente a ello. En tiempos de empoderamiento, empoderarnos ante ella. Integrémonos en el apocalipsis.

Porque en el fondo el funcionamiento sigue siendo el mismo. El diagnóstico de Marx está presente, aunque errara en las soluciones. El mundo es una constante hegeliana. Una dialéctica perpetua. La paradoja está servida. Muchos teóricos llamaron a la nueva era la era de la información. No les faltaba razón, pero de sobredosis la era de la información ha derivado en la era de la desinformación. Tesis y antítesis. No está claro a dónde llegaremos porque este clima no parece muy sostenible en el tiempo. Sigamos con el anzuelo de Hegel: en la globalización comunicativa nos sentimos más solos que nunca. ¿Nos hemos quedado sin nuestro espacio natural? Casi podemos alcanzar cualquier rincón del planeta a través de las distintas nubes, pero nos sentimos enajenados de nuestro mundo físico. ¿Palpamos?

Siempre es interesante viajar a las raíces, a lo más mundano, a la plaza del pueblo o a la calle de la gran urbe en la que jugábamos en la infancia. ¿Nos sentimos representados en esta vorágine universal, en esta aldea global? Los números binarios son una herramienta, pero no hacen latir.

La comunicación emergente ha de servir para potenciar nuestra esencia y nuestra identidad, no para despojarnos de ella. Acuérdense de la portada de *The New Yorker* que se mencionaba al principio. No, el problema para el librero no es que exista un nuevo espacio intangible. Ese espacio intangible debe potenciarle: es una herramienta de comunicación única, impresionante, valiosísima. Le da espacio, le da voz. No puede convertirse en su verdugo, en su tumba. La comunicación emergente ha de empoderar, no enterrar.

En este punto, la Universidad debe alcanzar una metáfora con sus orígenes. En tiempos donde torres fortificadas ejercían la defensa de la ciudad, la institución universitaria ha de ser torre de defensa en este contexto de posverdad y sociedad líquida. Si bien este mismo contexto la ha debilitado, posee el privilegio en estos tiempos de tener cierta autonomía y libertad para erigirse en un reducto. La comunicación emergente es una poderosa aliada. El conocimiento no puede quedarse encerrado en su templo, el culto al mismo ha de expandirse. La Universidad debe ser accesible también de dentro hacia fuera. Las redes sociales, las webs corporativas, eventos digitales... Las formas y las maneras se multiplican, más allá del peregrinaje recomendable para toda persona de acercarse a sus pasillos, tengan los siglos que tengan sus ladrillos o piedras.

En esta necesidad imperiosa de batallar la comunicación los profesionales de la misma tenemos una enorme responsabilidad y un enorme reto. La accesibilidad no puede estar reñida, jamás, con la desprofesionalización, precariedad y pobreza del trabajo, de la labor, de las tareas. El ejercicio de la comunicación exige formación, rigurosidad, competencias. La falta de estos y otros ítems ha llevado a que a menudo observemos malas praxis comunicativas desde organismos y medios de comunicación relevantes. Una mala praxis que nos ha llevado a un tiempo en el que faltan referentes y credibilidad, a tiempos difusos, poco nítidos, de muchas pinceladas sueltas, esporádica, inconexa.

Para recuperar aquellos tiempos en los que los medios de comunicación eran referentes de la sociedad – siempre con la cautela de reconocer sus enormes pertenencias al poder establecido – la comunicación emergente es también el nacimiento de medios alternativos que quieren salirse de la deriva de aquella prensa de empresa nacida en el siglo XIX. Medios digitales cuyo sistema de supervivencia es la suscripción ciudadana. Una libertad honrosa. No son los periódicos que ofrecen las ganancias económicas más potentes, pero sí la satisfacción de un periodismo bien hecho. Ese intangible tan denostado en un sistema socioeconómico cuyo himno es el sonido de la caja registradora. Tras más de un siglo de dominio, esa prensa de empresa empieza a ver el nacimiento de otro modelo de negocio del periodismo, que no obstante está por perfeccionar.

La prensa digital acoge unos vicios de los que incluso los medios más alternativos a veces no logran escapar por las dificultades de este nuevo sistema de financiación. Es la dictadura del click. La libertad ha de estar ligada a la calidad. Los diarios digitales suponen también un peligro para elementos básicos del periodismo. El *clickbait*, la duplicación de noticias o la multiplicación de las mismas a través de contenidos de pequeña extensión, así como la presentación superficial (vídeos para viralizar) y cortas en longitud, sólo empobrecen más una profesión que posee una responsabilidad social como informadores y formadores. Leer es necesario, el buen periodismo conlleva tiempo tanto en su producción como en su consumo. Es la mentalidad la que debe cambiar, la de los profesionales y la de los ciudadanos. Todos estamos involucrados en esta tarea. Los canales de comunicación emergente ofrecen una posibilidad deseada en otros tiempos, pero su mal uso y aplicación conlleva también unas deficiencias enormes en magnitud.

De esas potencialidades mal usadas o usadas perniciosamente han aumentado fenómenos ya existentes como el de las *fake news*. Obviamente las raíces de éstas son mucho más complejas como para poder explicarlas en esta introducción. Tampoco hace honor a la verdad culpar a las nuevas tecnologías de este hecho. Si al principio hablábamos de la polarización existente, las miradas habrían de ir más hacia las vigas de un sistema que en absoluto se siente amenazado porque se viertan mensajes falsos. Son tiempos de emergencia, entre otras cosas, porque los hechos ya no importan, la ciudadanía en gran parte ya no cree en ellos. Hay una preponderancia ideológica en la que lo importante es que el pensamiento propio sea reafirmado, reforzado y defendido, más que cuestionado, criticado y comprendido. Tanto los líderes políticos como los medios de comunicación han sido cómplices de que estos discursos tengan éxito y se propaguen, de que este empobrecimiento del pensamiento y del debate público cada vez esté más acentuado. Faltan referentes.

Faltan referentes en una época de enormes referencias. Es el contraste, la paradoja. En estos tiempos de emergencia salen a flote reivindicaciones sociales importantísimas. Los movimientos feministas, ecologistas, animalistas y LGTBi están a la orden del día colándose cada vez más en una agenda que hasta hace no mucho era un melón que sólo abrían los medios convencionales. La comunicación emergente permite que a través de blogs, redes sociales y medios alternativos se cuelen en ella y obliguen a los *mass media* tradicionales no sólo a contraprogramar la *agenda-setting*, sino a adaptarse a ellos aunque sea con un discurso afín a sus intereses accionariales. La reflexión que ha de entrar aquí es que esa comunicación emergente no debe significar la referencia, sino que debe ser el canal de la referencia. Los referentes requieren formación, trayectoria y experiencia, no sólo habilidades comunicativas (*youtubers, instagramers, influencers...*). Es la comida

de mañana para los movimientos sociales para evitar sólo el pan y el hambre de los mismos.

El camino es la explicación y la interpretación de la realidad a través, aunque no sólo, de esta comunicación emergente. Estos tiempos de emergencia, de regresión a otros tiempos en estos nuevos y sus particularidades, no pueden ser tratados con discursos simplificados y soluciones fáciles. El entuerto en el que estamos, desgraciadamente, no es tan sencillo. Son momentos de la unión de diversas disciplinas, de la colaboración de la misma, de transversalidades en la materia con perspectiva crítica. Es hora de afrontar complejidades. Estos tiempos de emergencia necesitan la emergencia de una comunicación renacida.

Rosalba Mancinas-Chávez
Daniel Moya-López