

# Presentación

El tema central de la presente edición es ‘la comunicación política: entre la fragmentación y la emergencia’, refiriéndose así al actual campo de reconfiguraciones. Pero, más que a un espacio físico, el término campo alude a su capacidad generadora: campo de batalla, campo de juego, campo cultural o campo virtual que, entre otros, trae implícitas la participación de actores y múltiples variables en la generación de significados. En este sentido, la revista *Contratexto* busca ofrecer un conjunto de artículos y ensayos en torno a los nuevos actores, discursos, prácticas y soportes tecnológicos que configuran nuevas formas de comportamiento y de ejercicios del poder.

Como es usual, la revista empieza con la sección “Cátedra Unesco en Comunicación y Cultura de Paz”, donde se presenta el artículo “Violencia contra las mujeres: comunicación visual y acción política en ‘Ni Una Menos’ y ‘Vivas Nos Queremos’”. El texto destaca la dimensión política de lo visual; los ejemplos analizados se instalan en el terreno de las luchas simbólicas por el poder. La autora, Florencia Laura Rovetto, hace una deconstrucción (desmantelamiento) de esa suerte de naturalización de la violencia machista forjada a través de anclajes y relevos en el inconsciente colectivo. Las campañas de Facebook estudiadas interpretan el juego del discurso visual: lo que se enfoca, lo que se oculta, los antecedentes, así como las luchas político-culturales que se libran en la comunicación visual.

“Comunicación y política: ejercicios reflexivos” es la segunda sección. Como parte de la temática central, reúne dos artículos y un ensayo en torno a la subjetividad y la democracia, así como el abordaje reflexivo que exigen las redes sociales y las nuevas formas de conectividad y colectividad política. El primer texto es el ensayo de

Rolando Chaparro, titulado “Acción, subjetividad política, democracia y resistencia. Una lectura desde la antropología política de H. Arendt”, que es una invitación a pensar en la potencia de la acción, de la resistencia y del ejercicio reflexivo. Chaparro, siguiendo a Arendt y otros autores, busca entender el discurso oculto que los subordinados y dominados hacen frente al poder, explorando –así– en las formas de cultura política asociadas a lo cotidiano, la creatividad, lo lúdico y demás factores de la acción política como juego estratégico.

La acción social y los contextos en los que surgen son puntos de reflexión presentes en el artículo de Eduardo Villanueva, cuyo título es “Acción conectiva, acción colectiva y medios digitales: posibilidades para la comunicación política en tiempos de Internet”. Es un texto que aclara los excesivos entusiasmos frente a la tecnología. No bastan los *likes* o el llamado ‘clicktivismo’, pues lo conectivo pierde vigor si se descuida la atmósfera colectiva y el sentido de pertenencia que llevan a la movilización y la participación. La idea es evadir los espejismos y establecer las circunstancias para alcanzar el éxito. El siguiente artículo, “Análisis de las configuraciones y articulaciones del campo político en la ‘generación #’”, recoge la nueva terminología en uso y las reflexiones que ha despertado la tecnología en las ciencias sociales. Eduardo Muro Ampuero –autor del trabajo– hace un recorrido analítico y reflexivo para entender el *habitus* político de los jóvenes en el complejo escenario de la hiperrrealidad y de crisis de los preceptos adulto-céntricos, haciendo ver el potencial de la crisis como un proceso o fenómeno transformador y deconstructivista del campo político.

La tercera sección, titulada “*Performances* en la comunicación política”, que también es parte del tema central, contiene tres artículos basados en casos concretos. El primero de ellos, “Las redes sociales en la comunicación política: ¿comunicación unidireccional o conversacional?” de Adriana Amado y Raquel Tarullo, explica cómo las lógicas de la comunicación unidireccional se replican en las redes sociales que están diseñadas –por el contrario– para la interactividad. El segundo artículo es de Marta Pérez y Fernando Meglosa sobre “Los debates electorales en España en 2008. Cuando la política se convierte en espectáculo televisado”. El texto, que analiza el debate entre José Luis Rodríguez Zapatero y Mariano Rajoy, trata sobre la realidad ineludible del espectáculo diseminado en el ámbito de la información: el infoentretenimiento.

El tercer y último artículo de la sección se refiere al caso venezolano. Los autores, Andrés Cañizález, Adriana Tamayo y Jessica Vilorio, en su trabajo “La menguante programación de opinión pública en la televisión de Venezuela”, hacen un exhaustivo estudio basado en el análisis de cuatro canales de televisión, en el que se muestra en cifras el descenso de los programas de opinión críticos al gobierno de Hugo Chávez y de su sucesor Nicolás Maduro. El texto, que evidencia cómo operan los gobiernos de corte autoritario dentro de un sistema democrático vulnerado como el venezolano, sirve para la reflexión –y tal vez para la desconstrucción– de la comunicación política en la gobernabilidad autoritaria.

La variable política también está presente en la sección “La comunicación en tiempos de crisis”. Bernardo Díaz Nosty, en su artículo “Medio siglo de agresiones a periodistas. Síntesis estadística de asesinatos y desapariciones en América Latina (1970-2015)”, contextualiza los ataques a los periodistas “bajo el paraguas de la impunidad” presente en nuestros países; una impunidad que deja al descubierto la calidad de nuestras democracias. El caso mexicano, que tiene un subtítulo dentro del estudio, revela la existencia de lo que se ha denominado el “narcoestado”. El otro artículo, titulado “Televisión. Crisis del mercado y nuevos modelos comerciales”, le pertenece a Giuseppe Richeri, quien basa su estudio –principalmente– en el mercado italiano, en contraste con algunos países europeos. El autor reflexiona sobre el financiamiento publicitario y la competitividad en el contexto del Internet y de los servicios de televisión no lineales. Una realidad que tiene a Netflix como referente mundial del nuevo modelo comercial.

Lo intercultural es una sección constante en *Contratexto*. En esta oportunidad está presente bajo el título de “Aproximaciones interculturales”. Se cuenta con el trabajo de Carlos Enrique Guzmán Cárdenas, “Hacia la consolidación de los estudios de consumo cultural en Latinoamérica”, donde se hacen referencias a la cuestión de la inequidad cultural que lleva a plantear una tipología de consumidores culturales bajo los parámetros de la desigualdad socioeconómica y de la diversidad cultural. La clásica división de niveles socioeconómicos alto, medio y bajo (o niveles A, B, C, D y E) tiene su correlato en el consumo de bienes culturales: a) consumo cultural alto general; b) consumo cultural alto vía soporte tecnológico; c) consumo cultural medio; d) consumo cultural medio-bajo y e) consumo cultural bajo. El resultado es una realidad preocupante –pero tam-

bién previsible— para Latinoamérica y el Caribe: el consumo cultural es sustancialmente bajo en los sectores de ingreso medio y bajo.

El segundo texto es un artículo sobre el periodismo intercultural como el reto para evadir las estigmatizaciones, los estereotipos y los prejuicios que contribuyen a la etnificación del delito. Estrella Israel y Ricardo Ángel Pomares nos presentan su artículo “Indicadores de calidad para analizar la información televisiva sobre grupos minoritarios. El caso de ‘El ángel rubio’”. Los autores muestran la necesidad de acabar con los ruidos interculturales que distorsionan la representación informativa e impiden el conocimiento, y que —por el contrario— hacen que la comunicación sea incompleta, parcial y negativizadora. El artículo encaja dentro de la creciente preocupación académica y práctica por el periodismo y la comunicación intercultural.

La cultura es —pues— una variable de enorme potencial que, sin embargo, suele estar diseminada. Su potencialidad está en su conexión intrínseca con otras variables, como la política y la economía; produciéndose en esa intersección el juego performativo. Esta es la propuesta de Jaime Bailón en su ensayo “La producción de la multitud. Migrantes, chicheros, piratas y otras bandas”, donde las multitudes son las protagonistas de la escena política contemporánea, expresión de la fragmentación y las particularidades, muchas veces también producidas por la propia transformación del sistema capitalista mundial. En este escenario de complejidad, señala el autor, los proyectos performativos buscan evadir formas de organización y clasificación impuestas; sin embargo, las reivindicaciones de las minorías pueden continuar en situaciones de subalternidad. Es un texto que hace referencias al Perú a través de la cultura chicha y de la informalidad como casos analíticos; pero se trata de un ensayo aplicable a la situación de las multitudes de cualquier país.

En síntesis, el presente número es, pues, una conjugación de temas en torno a la comunicación política y a lo cultural. Es un espíritu de conjunción que también abarca a todos los que —con su participación y colaboración— hicieron posible la planificación y publicación de esta edición.

*Juan Carlos Vela Altamirano*

Director