

Cap. I

Comunicación, medios, poder

Paula Porta

”En la medida en que el espacio de comunicación se torna cada día más estratégico, decisivo para el desarrollo o el bloqueo de nuestras sociedades –como revela la densa relación entre violencia e información, la incidencia de los medios en la legitimación de los regímenes de populismo autoritario, y de nuevas tecnologías en la reorganización de la estructura productiva, de la administración pública e incluso en la estructura de la deuda externa- se hace más nítida la demanda social de un comunicador capaz de enfrentar la envergadura de lo que su trabajo pone en juego y las contradicciones que atraviesan su práctica (...) Frente a la crisis de la conciencia de que en comunicación se juega de manera decisiva la suerte de lo público, la supervivencia de la sociedad civil y de la democracia”.

Jesús Martín Barbero

La comunicación: valor estratégico

Comunicación

Como primer paso en este recorrido nos proponemos reflexionar, y responder juntos: ¿qué entendemos por comunicación? Será esta una aproximación situada y sólida, siempre plausible de modificaciones.

¿Por dónde empezar? Qué punto de vista tomar para iniciar un recorrido dentro de un campo de conocimientos que es cada vez más conscientemente interdisciplinario, no se supone como una ciencia o una disciplina única. Sino, por el contrario, se constituye con el aporte de varias y diversas perspectivas.

La comunicación hoy es muchas cosas a la vez; es un conjunto de tecnologías que permite multiplicar, a través del tiempo y del espacio, las palabras, los sonidos y las imágenes; pero también es parte de un sistema de relaciones sociales, culturales y cada vez más, económicas.

Guillermo Orozco Gómez definió bien la complejidad constitutiva del campo de la comunicación:

“Pero la dificultad también estriba en el hecho de que la comunicación, a diferencia de otras disciplinas u objetos de estudio, es a la vez que: paradigma, campo interdisciplinario, -fenómeno, práctica o conjunto de prácticas, proceso y resultado, parte esencial de la cultura y la innovación cultural, soporte simbólico y material del intercambio social en su conjunto, ámbito donde se genera, se gana o se pierde el poder, enlace y registro de agentes, agencias, movimientos sociales, herramientas de interlocución, espacio de conflicto, conjunto de imágenes sonidos y sentidos, lenguaje y lógica de articulación de discursos, dispositivos de representación, herramientas de control al servicio de unos cuantos y de exclusión de las mayorías en los beneficios del desarrollo, ámbito diferenciador de prácticas sociales. Todo esto y más es la comunicación”. (Orozco Gómez, 1997: pag. 22)

En tal sentido, conviene aclarar que tomaremos un punto de vista contextual, histórico, cultural. En principio, asumimos la comunicación como tecnologías, luego en su carácter de instituciones sociales. “En vez de insistir en una especialización reductora, se propone una complejidad que enriquezca (...) Se pretende: hacer estallar los frágiles contornos de las disciplinas para que las jerarquías se disuelvan. La comunicación no es todo pero debe ser hablada de todas partes; debe dejar de ser un objeto construido, para ser un objetivo a lograr. Desde la cultura, desde ese mundo de símbolos que los seres humanos elaboran con sus actos materiales y espirituales, la comunicación tendrá sentido transferible a la vida cotidiana.” (Schmucler; 1984: pag.12) Nos comunicamos a través de los significados/sentidos compartidos (o fragmentariamente compartidos) a través de diferentes tipos de códigos. Éstos como sistemas de signos gobernados por reglas, sean analógicos o digitales pueden tener mayor o menor grado de formalización o gramaticalización en

incluye no sólo a la lengua, oral o escrita, sino diversos intercambios no verbales: lo corporal, lo gestual, mirada, movimiento y la distancia, hasta los propios sentidos (hay culturas visuales, auditivas, olfativas, táctiles) como explica Classen (1993).

Si en el paso de la oralidad a la escritura se perdieron destrezas mnemotécnicas y se adquirieron nuevas capacidades de abstracción y de mediación, si con la fotografía el cine o la televisión se aprendió a ver cuerpos cortados por la mitad o leer metonímicamente o a recuperar el valor significativo de la imagen o de la audición, con las nuevas tecnologías, con la articulación digital, la interconectividad (con la pantalla por ejemplo), las posibilidades de almacenamiento y de procesamiento de información se están produciendo, a pesar de las enormes brechas infocomunicacionales en el mundo, transformaciones muy fuertes o aceleradas en la “caja de herramientas” de un cerebro cuya potencialidad sólo aprovechamos de manera muy limitada.

Lo cierto es que las diferentes formas de comunicación no se dan de manera aislada, cerrada o clausurada, sino simultáneamente. De ahí la importancia de la metacomunicación (comunicar sobre lo que se comunica) o de la posibilidad de contradicciones entre los diversos mensajes que transmitimos, El llamado doble vínculo (double bind) por ejemplo: “*Un aviso que dice "no lea este aviso"*”. (Bateson, 1956)

Un breve paneo por las principales teorías

Si bien la comunicación y/o la información han sido reducidas a formulaciones matemáticas. Shannon y Weaver conciben la comunicación como un proceso lineal. "El problema de la comunicación, consiste en reproducir en un punto, sea exacta o aproximadamente, un mensaje seleccionado en otro punto. Frecuentemente el mensaje tiene significado; éste se refiere o está relacionado con algún sistema, con ciertas entidades físicas o conceptuales”, aportando más tarde la Teoría Matemática de la Comunicación, cuya presentación hicieron con el siguiente enunciado: “La palabra comunicación se usará aquí en un sentido muy amplio para incluir todos los procedimientos por los cuales una mente puede afectar a otra” (Shannon, C. y Weaver, W.; 1949: pág 41.) o sistémicas o homeostáticas como con la cibernética y la teoría general de los sistemas estas operaciones no han podido reducir la estrecha y casi inseparable relación con la cultura (entendida esta

desde el punto de vista antropológico y semiótico) y con el contexto, es decir con series diacrónicas y sincrónicas, históricas y sociales.

Esta preocupación por la comunicación o por el sentido – que en definitiva son una misma cosa- no deja de estar relacionada con sociedades que se tornaban cada vez más opacas y donde los sistemas de mediaciones se diversifican cada vez más, provinieran del aumento del intercambio cultural, de la complejidad de las ciudades de la modernidad, del desarrollo de los primeros medios de comunicación masivos o de los primeros avances tecnoelectrónicos en la reproducción de voces, sonidos o imágenes. Precisamente, Héctor Schmucler afirma que en los años 60 la atención de las ciencias sociales, y por ende de la Comunicación, estaba puesta en los Mensajes. Fue así que la semiología pasó a ser un ‘instrumento revolucionario’ ya que “permitía mostrar la ideología que el texto encerraba” y Althusser -con su definición de ‘aparatos ideológicos del estado’- se volvió una “llave maestra para explicar la dominación” es decir, para descubrir las artimañas con las cuales la ideología dominante integraba los procesos de comunicación, penetrando los mensajes con el fin de producir determinados efectos. En los años setenta, los acontecimientos históricos promovieron el surgimiento de una nueva teoría de la comunicación latinoamericana; surgió el debate sobre el Nuevo Orden Informativo Internacional, como dice Schmucler, “lo que domina es la lucha por quién tiene la técnica”. (Schmucler, 1997) Esta década se ve signada por dos etapas claramente diferenciables: la ideologista y la científicista. En la primera de ellas (correspondiente a la primera mitad de la década), “el objetivo estuvo centrado en descubrir y denunciar, articulando la epistemología conductista y la semiótica con una posición de crítica política, los múltiples caminos a través de los cuales la ideología dominante penetra el mensaje y produce determinados efectos: la invasión cultural” (Saintout, 1998a: 27).

Esta etapa ideologista continua el razonamiento que caracterizaba, según Schmucler, a la década del ‘60 alimentada de un fervor revolucionario fundamentalmente, por el éxito cubano.

La etapa científicista queda representada simbólicamente, cuando la enciclopedia francesa “Le Grand Robert”¹ en 1970 incorpora en su vocabulario la siguiente acepción de

¹ Diccionarios Le Robert es el nombre de una casa editorial francesa creada en 1951 por Paul Robert y especializada en la publicación de diccionarios de lengua francesa.

comunicación: “toda relación dinámica que interviene en un funcionamiento. Teoría de las comunicaciones y de la regulación Cibernética Información y comunicación”, por primera vez, el término ‘comunicación’ se incorpora al vocabulario científico. Desde entonces, hay una gran persistencia en legitimar la comunicación como una Ciencia. “Asimilando comunicación a transmisión de información mensurable, calculable, objetivable, la teoría matemática y la cibernética proporcionan los conceptos y las operaciones metodológicas necesarias para un momento donde, desde un revival positivista, se reclama ‘seriedad’ científica para el análisis de la complejidad y dispersión de la comunicación en la cultura. Dejar de hacer política, hacer ciencia, fue la consigna” (Martín Barbero; 1987: 22).

Desde ambas perspectivas se valora importancia de la comunicación como Ciencia ya que, “la ciencia consolidaba la autenticidad de los conocimientos, volvía indiscutibles las opiniones de quienes ejercían la profesión (porque ya no eran simples opiniones) e imponía una exigencia soberana: la investigación”. De esta manera, para ‘adueñarse’ de la ciencia había que generalizar el método de investigación y por eso los programas de enseñanza incorporaron “los métodos para la investigación científica”. Por otra parte, para los ‘críticos’, la ciencia debía “arrancar las verdades que el mundo se resistía a mostrar”. Como dice Schmucler, “para la ciencia funcionalista el dato cualitativo era la realidad en sí, desde el otro bando se denunciaba la falacia: la realidad está disimulada por esa apariencia de realidad. La ciencia, la verdadera, era la que podía atravesar la opacidad del sentido común para descubrir las leyes estructurales que rigen los procesos naturales, sociales e históricos” (Schmucler; 1997: pág 50.).

En su sentido más amplio, o en una conceptualización mundial, la noción de ‘Crisis de los paradigmas’ de la reformulación de los principales conceptos que conformaron la visión moderna del mundo. Así ‘cultura’, ‘estado’, ‘ciencia’, ‘historia’, ‘individuo’, ‘poder’ ‘sociedad’, ‘religión’, ‘masa’, ‘popular’ se redefinen y se dirigen a una complejidad que elimina concepciones lineales, predicciones infalibles, encasillamientos y certezas absolutas. Se trata de una crisis en la que está negada la posibilidad de explicaciones sistemáticas y universales del acontecer social. Los saberes constituyen ahora una serie de narrativas muchas veces dispersas, que existen como aproximaciones parciales construidas desde puntos divergentes.

Con la reformulación de esos grandes conceptos llega también la reformulación de las grandes disciplinas de las ciencias sociales, de modo que ya no es tan fácil precisar con claridad sus objetos de estudio, sus especialidades y metodologías. Ya no se sabe con certeza de qué objeto debería hablar la antropología, qué estudia la sociología, de qué es 'dueña' la comunicación: se producen usurpaciones en territorios que por años habían trabajado, a veces hasta la obsesión, en el marcado de sus fronteras. Se resquebraja así la idea de una teoría ineludiblemente vinculada con la delimitación de un objeto. Si puede haber una mayor precisión en lo que debe estudiar las ciencias sociales en general (y no las especialidades), es el fenómeno humano y el objeto el ser cultural.

En lo que a comunicación se refiere, luego de décadas de importar modelos, interpretar los fenómenos sociales con miradas de otras realidades y ante la presencia de numerosos movimientos sociales (lo que Martín Barbero llama 'tercos hechos') en América Latina, en los '80 surge la necesidad –intuida desde hacía tiempo– de consolidar un modelo propio que diera cuenta de las problemáticas y las realidades latinoamericanas. Es así que se reformulan los conceptos esenciales de la vida social y de sus estudios y la comunicación comienza a repensar su campo, sus pertinencias y por ende, comienza a reformular su criterio acerca de la Cultura y el Poder. Nace así, la búsqueda de un modelo práctico que no se acabe en la crítica teórica sino que se desarrolle materialmente en la Sociedad y la Cultura. La crisis en el paradigma de la Comunicación ubicada en la década del '80, significó una ruptura en la visión técnica y cientificista (en la que los "medios de comunicación" eran el eje) y una consideración más 'subjetiva' en la que el hombre, todo lo que lo rodea (los hombres y sus prácticas) y el intercambio y producción simbólica son la clave para entenderla. "Comienzan a tratarse los problemas de comunicación como problemas culturales o a la inversa, los problemas culturales como problemas de comunicación" (Varela; 2013pag. 171).

María Cristina Mata, menciona a Armand Mattelart, a Jesús Martín Barbero y a Héctor Schmucler como los autores paradigmáticos de este nuevo modelo de comunicación. Armand Mattelart, por su parte, sostuvo que era necesario asumir una actitud genealógica de la comunicación. Esto quiere decir, estudiar los orígenes de la comunicación pero no en un sentido cronológico y lineal, sino 'interpretando las interpretaciones' es decir, terminando con las verdades dadas. Propone entonces, una teoría crítica de la comunicación la cual, antes que nada, debe ser una teoría social es decir, una teoría del Estado, una teoría

política, una teoría de la hegemonía y una teoría de la democracia. Quien le pone nombre a toda esta corriente es, podría decirse, Héctor Schmucler. Con su *Comunicación / Cultura* el autor desplaza la idea de Comunicación y Cultura entendiendo que la barra “genera una fusión tensa entre elementos distintos de un mismo campo semántico (...) acepta la distinción, pero anuncia la imposibilidad de un tratamiento por separado” (Schmucler; 1997: 52)

Así la comunicación deja de ser vista como cuestión de técnica, de medios como instrumentos, para transformarse en dimensión constitutiva de las prácticas sociales, y los medios como configuraciones culturales históricas. También la noción de cultura se entiende desde un desplazamiento o desbloqueo: no como mera reproducción, reflejo de las condiciones materiales de existencia sino también como producción y recreación social del sentido porque esto va en otro color.

Hagamos, entonces, una revisión, este cambio de paradigma implica:

Comunicación:

- Mirada teórica que nos permite comprender a los medios y las tecnologías en tanto actores sociales históricamente situados. Su carácter significativo en la producción, circulación y consumo de las formas simbólicas. Es necesaria contextualización social de su emergencia.
- Las transformaciones que se producen en el orden del poder simbólico (en relación con el económico, el político y el poder coercitivo) La comunicación mediatizada implica siempre un fenómeno social y más aún, un fenómeno de contextualización social.
- Un sistema de significaciones que, dentro de la red cultural, se concreta en el discurso y en la lucha por el sentido. La cultura circula, se produce y se consume en la sociedad.
- Proceso social de producción de formas simbólicas, considerando tales procesos como fase constitutiva del ser práctico del hombre y del conocimiento práctico que supone este modo de ser.

Comunicación, Medios, Modernidades:

Definimos que la comunicación es un proceso social de producción de formas simbólicas. Desde esta perspectiva describimos y estudiamos los medios inmersos en el proceso de mediatización de una sociedad, para entender cómo participan los medios en los modos de acción e interacción de los hombres entre sí y de estos con el mundo. No se trata de abordar los medios como instrumentos o canales omnipotentes a partir de los cuales se instituye un cierto sentido social. Nos interesa analizar la trama cultural, política y económica en la que se produjo el surgimiento de medios de comunicación, desde las primeras industrias mediáticas en las sociedades europeas pre modernas, hasta la renovación y transfiguración de los modos de percibir el tiempo y el espacio anclados en la revolución que generan en la actualidad la digitalización y las nuevas tecnologías de comunicación.

El sociólogo inglés John Thompson, afirma que “el desarrollo de las sociedades modernas se ha caracterizado por transformaciones sistemáticas de lo que, en sentido amplio, podría llamarse el dominio cultural. A finales de la Edad Media y principios del período moderno tuvo lugar una transformación cultural sistemática, en virtud de una serie de innovaciones técnicas asociadas con la impresión, y posteriormente con la codificación electrónica de la información. A partir de la segunda mitad del siglo XV tuvo lugar un profundo proceso de mediatización de la cultura que produjo, reprodujo y puso en circulación nuevas formas simbólicas a una escala sin precedentes modificando las pautas de comunicación e culturales generadas en este cambio de época. En todas las sociedades, los seres humanos se dedican a la producción e intercambio de información y contenido simbólico. Desde las más tempranas formas de gestualidad y uso de lenguaje hasta los desarrollos más recientes de la tecnología informática, la producción, almacenamiento y circulación de información y contenido simbólico ha constituido una característica central de la vida social” (Thompson, 1998:27).

Un cambio muy importante fue en el siglo XV, con la invención de la imprenta. Ocurrió en Alemania en 1456, Johann Gutenberg, un orfebre, diseñó la imprenta de tipos móviles y logró realizar impresiones con un procedimiento tipográfico que ha permanecido hasta los inicios del siglo XX. Para ello sustituyó la madera por el metal, fabricando moldes de fundición capaces de reproducir tipos metálicos suficientemente regulares como para permitir la composición de textos. Fue esta invención, la impresión tipográfica con tipos móviles metálicos, la que originó el libro moderno. Lo primero que se imprimió fue la Biblia, portadora de la palabra de Dios, hasta ese momento estaba en manos de los copistas

religiosos, expertos en hacer copias manuscritas. De este modo, serían muy pocos los que accederían a su lectura. Debían ir a la iglesia a escuchar la palabra de Dios de boca de la autoridad. La imprenta permitió realizar varias copias a la vez, traducirla a distintos idiomas y permitió una libre interpretación de la Biblia. Esta posibilidad, junto a otros cambios económicos, políticos y sociales, marcaron iniciaron la Modernidad.

“El significado principal de la Modernidad como época. Desde una perspectiva histórica, el advenimiento de la modernidad remite a un largo proceso y a la diversidad de fenómenos y acontecimientos, que desde el siglo XVI erosionaron en Europa, el orden cristiano medieval: La ampliación del mundo conocido a través de los viajes de descubrimiento la exploración y conquista de territorios extra europeos, la formación de un mercado mundial y el incremento de la producción orientada al intercambio mercantil, que transcurría en territorios cada vez más vastos.

La innovación incesante de los medios de comunicación y transporte, la aparición de nuevas ciencias de la naturaleza y el llamado: “Giro Copernicano” del saber. Giro Antropocéntrico que dominará el discurso filosófico. La formación de los primeros Estados Nacionales Europeos, de tipo burocrático-absolutistas. La proliferación de formas capitalistas de producción que se consolidarán con el surgimiento de la Revolución Industrial en Inglaterra. Europa se tornó Moderna en el curso de los s. XVII y XIX. Fue en ese período, con el triunfo del capitalismo como forma de producción dominante y el reemplazo del absolutismo por repúblicas liberales o monarquías constitucionales, cuando se produjo la ruptura neta con el tipo de sociedad que las ciencias sociales llamarán más adelante “tradicional”. Si bien la modernidad tuvo sus matrices autóctonas en la sociedad y la cultura europeas, la lógica expansiva de esas matrices afectaría a las sociedades y las culturas del todo el planeta, a través de formas coercitivas o inducidas. La universalización de los principios constitutivos de la modernidad no tuvo en todas partes los mismos resultados y frutos.

El movimiento de la modernidad involucrará poblaciones y territorios remotos y dispares entre sí, -en algunos casos simplemente por los recursos económicos que proporcionan- y sus consecuencias atravesarán las fronteras étnicas y geográficas, de clase y de nacionalidad de religión y de ideología. Si a comienzos del S. XX la modernidad

triunfante le confería su unidad al mundo, esa unidad contenía la división entre un grupo de naciones centrales y dominantes por un lado y un vasto conjunto de sociedades que funcionaban como periferia del núcleo central por otro. “A mediados del mismo siglo, después de las dos guerras mundiales, del alejamiento de la Rusia soviética del área de modernización occidental, del surgimiento de nuevos estados nacionales, los impulsos y las matrices de la modernidad seguían proviniendo del mismo grupo de países. Hay tres elementos que habrán de funcionar como principios organizativos particularmente dinámicos, por lo menos en ciertos países: el capitalismo, la industrialización y la democracia liberal como régimen político sobre la base del Estado Nación” (Di Tella; 1989: 7)

El espectáculo moderno

El espectáculo moderno era ya en esencia: el reinado autocrático de la economía mercantil, con toda seguridad, el espectáculo es hoy más poderoso de lo que era antes, ¿qué hace con ese poder suplementario? ¿Hasta dónde ha llegado que no hubiera llegado antes? La vaga impresión de que se trata de una especie de invasión rápida que obliga a la gente a llevar una vida completamente distinta, está ampliamente extendida; con todo y con eso, el hecho se vive más bien a la manera en que se experimenta una modificación inexplicable del clima o de cualquier otro equilibrio natural, modificación ante la cual la ignorancia sólo sabe que no tiene nada que decir. Además, muchos admiten que se trata de una invasión civilizadora, al parecer inevitable, e incluso desean colaborar con ella... “El momento histórico en el cual la mercancía completa su colonización de la vida social” (Debord; 1967) El espectáculo es la imagen invertida de la sociedad en la cual las relaciones entre mercancías han suplantado relaciones entre la gente, en quienes la identificación pasiva con el espectáculo suplanta actividad genuina “Todo lo que una vez fue vivido directamente se ha convertido en una mera representación”.(Debord; 1967) Debord argumenta que la historia de la vida social se puede entender como “la declinación de ser en tener, y de tener en simplemente parecer”. Con esta afirmación se observa la potencia del capitalismo, sus incidencias y dentro de esta lógica el desarrollo de los medios de comunicación. Esta condición en la cual la vida social auténtica se ha sustituido por su imagen representada,

según Debord, que “El espectáculo no es una colección de imágenes, en cambio, es una relación social entre la gente que es mediada por imágenes” (Debord; 1967)

¿Quién produce estas imágenes, de qué modo circulan?; ¿quiénes las distribuyen y quiénes las consumen? Comprender que este proceso de espectacularización, de mediatización de la cultura es constitutivo de las sociedades modernas. A partir de la invención de la imprenta, la cultura, los bienes simbólicos circulan en diversos soportes tecnológicos. En este proceso se tensiona la disputa por el poder, por imponer sentido.

Comunicación/Poder

La comunicación como un fenómeno social, pueden ser visto como distinto tipo de acciones con propósito llevadas a término en contextos sociales estructurados. “La vida social está compuesta por individuos que llevan a cabo propósitos y objetivos de varios tipos. En este cometido siempre actúan dentro de un conjunto de circunstancias previamente establecidas, y que ofrecen a los individuos diferentes inclinaciones y oportunidades. Estas circunstancias pueden concebirse como "campos de interacción", para utilizar un término fructíferamente desarrollado por Pierre Bourdieu (2013). Los individuos ocupan posiciones diferentes en el interior de estos campos, dependiendo de los diferentes tipos y cantidad de recursos disponibles para ellos. En algunos casos estas posiciones adquieren una cierta estabilidad a través de la institucionalización, esto es, convirtiéndose en parte de un paquete de reglas, recursos y relaciones sociales relativamente estables. Las instituciones pueden observarse como un determinado conjunto de reglas, recursos y relaciones con cierto grado de persistencia en el tiempo y cierta extensión en el espacio, unidas por el propósito de alcanzar ciertos objetivos comunes. Las instituciones dan forma definitiva a campos de interacción preexistentes y, al mismo tiempo, crean nuevas posiciones en el interior de estos campos, así como nuevas trayectorias para organizar la vida de los individuos que las ocupan.

La posición que ocupa un individuo dentro de un campo o institución está íntimamente relacionada con el poder que él o ella poseen. De manera genérica, el poder es la capacidad para actuar de acuerdo a la consecución de los propósitos e intereses de cada uno, la capacidad de intervenir en el curso de los acontecimientos y de afectar a sus resultados. Al

ejercer el poder, los individuos emplean los recursos que tienen a su alrededor; los recursos son los medios que les permiten alcanzar sus objetivos e intereses de manera efectiva. De ahí que, mediante la acumulación de recursos de varios tipos, los individuos puedan aumentar su poder, en el sentido de que, por ejemplo, un individuo podría acumular cierta cantidad de ahorros con el fin de adquirir una propiedad. Ya que los recursos pueden acumularse personalmente, con frecuencia también se acumulan dentro de la estructura institucional, que constituyen una importante plataforma para el ejercicio del poder. Los individuos que ocupan posiciones dominantes en grandes instituciones pueden contar con inmensos recursos a su disposición, lo que les permite tomar decisiones y perseguir objetivos que tienen implicaciones de largo alcance.

Comprendido en este sentido general, el poder es un fenómeno social penetrante característico de los diferentes tipos de acción y encuentros, desde las acciones políticas visibles de los representantes del Estado hasta el mundano encuentro de individuos en la calle.

A modo de síntesis

La propuesta es reflexionar en torno a las relaciones de poder atravesadas por los medios entendidos como instituciones mediáticas y como Industrias Culturales. Los medios legitiman representaciones, imágenes del mundo (en los términos que antes señalábamos citando a Debord) Y es en esa trama de sentidos desde donde esos medios se leen y se interpretan desde donde vamos a pensar las relaciones de poder que instituyen. El poder entendido desde la hegemonía, que implica coerción, pero también consensos, y que se visualiza en nuestras cotidianidades, en nuestras luchas diarias por las representaciones y los sentidos en un modernidad latinoamericana. Cuestionar los sentidos de la comunicación, las producciones de sentidos que permiten las tecnologías y los modos diversos de vincularnos a partir y con ellos.

Para pensar juntos

¿Qué transformaciones en las relaciones de poder produjo la imprenta?

¿Qué paralelo se puede plantear con lo que ocurre hoy con las tecnologías digitales?

¿Qué te parece que aporta pensar a la comunicación desde la cultura?

¿Cómo esa mirada de comunicación/cultura nos permite entender las relaciones de los medios, las modernidades y el poder?

Bibliografía consultada

AAVV (1998), *Políticas Científicas de Comunicación*, Ediciones de Periodismo y Comunicación, La Plata.

BATESON, G., JACKSON, D. D., HALEY, J. & WEAKLAND, J., (1956,) *Toward a theory of schizophrenia*; Disponible en: <http://solutions-centre.org/pdf/TOWARD-A-THEORY-OF-SCHIZOPHRENIA-2.pdf>

BOURDIEU, Pierre (2013); *La lógica de los campos: habitus y capital*. Entrevista a Pierre Bourdieu publicada en Sociologos.com blog de sociología y actualidad. Disponible en: <http://sociologos.com/2013/06/23/entrevista-a-pierre-bourdieu-la-logica-de-los-campos-habitus-y-capital/>

CLASSEN, Constance (1993) “Fundamentos de una antropología de los sentidos” Disponible en: <https://es.scribd.com/doc/115749789/Antropologia-de-Los-Sentidos-Classen>

DEBORD, Guy (1967), *La sociedad del espectáculo* (La société du spectacle); Champ Libre. Disponible en <http://serbal.pntic.mec.es/~cmunoz11/Societe.pdf>

DI TELLA, Torcuato S (editor) (1989); *Diccionario de Ciencias Sociales Políticas*, Ediciones Puntosur; Buenos Aires.

DI TELLA, Torcuato (2001); *Diccionario de Ciencias Sociales y Políticas*, Emecé, Bs.As.

FORD, Aníbal (2002); “Comunicación” en Carlos Altamirano (Director); *Términos críticos de Sociología de la Cultura*; Ediciones Paidós; Buenos Aires.

MARTÍN BARBERO, Jesús (1987), *De los medios a las Mediaciones, Comunicación, Cultura y Hegemonía*, ediciones G. Gilli, Barcelona.

OROZCO GOMEZ, Guillermo (1997) *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina*. Ediciones de Periodismo y Comunicación; UNLP.

SAINTOUT, Florencia (1998a), “Descubrir una Comunicación. En búsqueda de las huellas” en Esteinou Madrid, Javier (Compilador); *Espacios de Comunicación*, Universidad Iberoamericana; México.

SAINTOUT, Florencia (1998b); *Los Estudios de Recepción en América Latina*, Ediciones de Periodismo y Comunicación; La Plata.

SCHMUCLER, Héctor (1997). *Memoria de la Comunicación*, Biblos; Buenos Aires.

SCHMUCLER, Héctor (1984), “Un Proyecto De Comunicación/Cultura” en Revista Comunicación y Cultura, Vol. 12, Ed. Galerna, México.

SHANNON, C. y WEAVER, W. (1949); *The Mathematical Theory of Communication*. Urbana: University of Illinois Press.

THOMPSON, John (1998); *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*; Paidós Comunicación; Barcelona.

VARELA, Mirta (s/f) <http://www.catedras.fsoc.uba.ar/varela/>

WINKIN, Yves (1982); *La Nueva Comunicación*, Paidós, Barcelona.