

Repolitización teórica y metodológica de los estudios de audiencia

Análisis retrospectivo (entre finales del siglo XX y la actualidad)

PhD. Marcelo Guardia Crespo¹

Correo electrónico: guardia@ucbcb.edu.bo - estemarcegua.blogspot.com

Universidad Católica Boliviana "San Pablo"

(Cochabamba-Bolivia)

Fecha de recepción: 25/05/17

Fecha de aprobación: 13/10/17

Resumen:

Los estudios de audiencia requieren de una mirada más compleja que la simple constatación de las capacidades resemantizadoras de los públicos. En la nueva condición comunicacional proporcionada por las redes digitales, además de no ejercer plenamente la capacidad de emitir, inciden en la dinámica cultural, reconfigurando los escenarios de construcción de opinión pública; en contextos políticos, económicos, tecnológicos altamente conflictivos por la lucha vertiginosa de pequeños y grandes intereses locales y globales.

Palabras clave:

Estudios de audiencia, repolitización, comunicación, cultura, investigación, complejidad.

Theoretical and methodological repolitization of audience studies

Retrospective analysis (between the end of the XX century and the present)

Summary:

Audience studies require a more complex view than the simple observation of the resemantizing abilities of the public. In the new communicational condition provided by the digital networks, in addition to not fully exercising the capacity to emit, they affect the cultural dynamics, reconfiguring the scenarios for the construction of public opinion; in highly conflictive political, economic and technological contexts due to the vertiginous struggle of small and large local and global interests.

1 Comunicador social, Magister en Comunicación y Cultura, Doctor en Comunicación, Derecho a la Información y Ética. Docente Investigador. Coordinador Regional de Investigación, Universidad Católica Boliviana "San Pablo", regional Cochabamba.

Keywords

Audience studies, repolitization, communication, culture, research, complexity.

I. Introducción

Los estudios de audiencia se han transformado radicalmente en los últimos años. Desde la visibilización proporcionada por el enfoque de mediaciones a los procesos de recepción y consumo de medios y mensajes, a fines del siglo XX, hasta el presente, las condiciones objetivas y subjetivas de la vida cotidiana del –ahora conocido como– “usuario de las nuevas redes” están condicionadas por múltiples factores y desafíos que exigen mayor complejidad en el abordaje teórico y metodológico de su comprensión.

Para entender los procesos de recepción del usuario del siglo XXI, es necesario recordar que se vive una crisis social marcada por la incertidumbre en los planos económico y político a la que se añaden los efectos del deterioro del planeta. Las migraciones de personas y los flujos de información están reconfigurando las identidades culturales, las nociones de familia y los valores de las personas en contextos que cambian velozmente y alteran las raíces de la tradición.

No sólo han cambiado las formas de comunicación gracias a los nuevos medios de interacción. Han cambiado también las lógicas interactivas y de interpretación del mundo a causa de la reconfiguración de estructuras mentales que inciden en las relaciones humanas. También están cambiando las maneras de concebir la ética y la moral contemporánea. El vivir intensamente los “placeres” proporcionados por el poder y el dinero, alteran también los proyectos de vida de millones de latinoamericanos y ciudadanos del mundo que no desperdician la mínima oportunidad de incrementar bienes materiales y simbólicos en un mundo que sostiene discursos progresistas formales pero se halla contaminado por la informalidad y la corrupción, incluso a niveles estatales.

Esos cambios también han incidido en la configuración de nuevos paradigmas y enfoques teóricos con los que la academia trata de acompañar esta complicada y vertiginosa cultura que es sobre-dimensionada y amplificadas por los sistemas mediáticos. Se ha configurado un nuevo “paradigma del emisor” para entender las nuevas dinámicas de recepción y de emisión de mensajes que las TIC permiten, pero se ha constatado que las personas no ejercen con amplitud esa “condición comunicacional” para intervenir en la sociedad de una

manera más protagónica. El uso de las redes y los nuevos medios digitales se concentra en la exposición de la subjetividad, con expresiones emblemáticas tales como: “estoy triste” y otras, que ciertamente traen gratificaciones para las personas. Los sentimientos y emociones ahora tienen un lugar privilegiado en las comunicaciones digitales y sirven para generar nuevas formas de solidaridad y comunidad real y virtual.

Las nuevas condiciones culturales de los ciudadanos han incrementado sus referenciales de interpretación de la realidad y sus posibilidades de alterar el curso de los hechos históricos gracias a usos políticos de las redes. Sin embargo, los sectores hegemónicos formales e informales están reconfigurando también sus estrategias de poder y control social. La **desinformación en la sociedad de la información** es una jugada táctica que busca mantener los privilegios de grandes poderes mundiales y locales. Para ello, toman los sistemas mediáticos de los países y regiones, aferrados al paradigma de la defensa de la libertad de expresión que protege las opiniones y cierran las puertas a los desafíos del derecho a la información y comunicación que protege la información veraz y comprobada a través de procedimientos técnicos y éticos profesionales. Es un desafío pendiente no sólo para las universidades sino también para la sociedad civil y los propios Estados.

Los ciudadanos tienen más información y condiciones para ejercer su nueva condición comunicacional, pero los contextos sociales y el uso de los grandes sistemas mediáticos se constituyen en los nuevos obstáculos para el ejercicio de ciudadanía en sociedades globalizadas convulsivas. La incorporación de éstos y otros elementos en el análisis de las audiencias se hace imprescindible, no sólo para contribuir a desvendar las “astucias” de los poderes económicos y políticos contemporáneos, sino también para fortalecer y aumentar las iniciativas de intervención de los individuos y grupos sociales en favor de su propio ejercicio de derechos.

II. El contexto de las comunicaciones latinoamericanas

La teoría de mediaciones propuso hace más de 30 años considerar el contexto socio-cultural como un elemento fundamental en el análisis de los procesos comunicacionales contemporáneos. Es imposible comprender la producción de significado que ejercen los receptores sin tomar en cuenta lo económico, lo político, los cambios en la legislación, en la nueva cultura digital y los factores

condicionantes que configuran una forma nueva que tienen las personas de entender la incertidumbre social (Barbero, 2007).

1. Lo económico como mediación cotidiana e interpretativa

En América latina se está viviendo una suerte de avances en los índices de desarrollo económico que muestra mejoras en salud, educación y participación en la gestión pública que contrastan con la consolidación de condiciones de vida críticas para grandes grupos de humanos. Algunos países experimentan un crecimiento notable, mientras que otros se sumergen en crisis de violencia, estancamiento productivo y desabastecimiento.

Se han fortalecido los acuerdos de integración regional tales como Mercado Común del Sur (Mercosur), Alianza Bolivariana para los Pueblos de Nuestra América (ALBA) y Unión de Naciones Suramericanas (Unasur) que además se constituyen en fuerzas que suelen entrar en contradicción con la tradicional hegemonía norteamericana y como una correlación de fuerzas autodenominadas progresistas.

En base a modelos de mercado mixtos, proteccionistas y estatizantes se han dado importantes logros en la calidad de vida en varios países, pero las principales dificultades están marcadas por la presión de grandes masas de población que ha decidido emprender una agresiva estrategia por la movilidad social, tanto en el ámbito formal como en el informal y hasta en el delictivo (narcotráfico). A esto se suma la corrupción y mala administración de recursos públicos con fines particulares y la persistencia de uno de los mayores vicios de los latinoamericanos: la corrupción.

Una de las respuestas de la población ante momentos fuertes de crisis económica es la salida a otros países. Los flujos migratorios acelerados desde los años 90, a causa de los efectos devastadores del modelo neoliberal, se han manifestado como importantes movimientos de personas entre países y continentes, con consecuencias en la construcción de identidad cultural y en la estabilidad de muchas familias que se han desintegrado para alcanzar niveles “aceptables” de confort y estabilidad económica.

Estos factores tanto materiales (economía familiar) como simbólicos (imaginario de movilidad), no sólo son mediadores de la proyección de vida

de muchas familias de este y otros continentes, sino también son mediaciones de interpretación de las ofertas mediáticas globales que sobre-estimulan el deseo, recurriendo a eficientes técnicas de mercadotecnia en un contexto que privilegia la producción y el consumo de bienes simbólicos prescindibles y no así de satisfactores de necesidades básicas. El trabajo ha vuelto a ser una categoría fundamental en los desafíos de los nuevos proyectos de sociedad competitiva pero también un elemento central en la comprensión de la sociedad globalizada contemporánea. Los proyectos neoliberales han puesto al trabajo y su escasez en el centro de su lógica continuista. Es un elemento fundamental de la dinámica de configuración de referenciales de proyección de vida para la mayor parte de la población latinoamericana (también europea y de otros continentes) y por tanto, una clave en el análisis de los procesos de interpretación de contenidos mediáticos y las interpretaciones del entorno social.

Esta superproducción global de bienes utiliza recursos naturales abundantes en países en desarrollo que se ven obligados a ceder, por no tener condiciones tecnológicas para su procesamiento ni convicción política para su defensa. Se han especializado en ser proveedores de materia prima barata, lo que refuerza las relaciones de dependencia con las metrópolis y altera el medio ambiente de esos lugares con consecuencias preocupantes, tales como el calentamiento global y otros. Se trata de un capitalismo extractivo, cuyas consecuencias nefastas serán vistas y experimentadas irreversiblemente por generaciones futuras.

2. "Juego de tronos" en los medios

Sin embargo, las fuerzas conservadoras mundiales que tienen acceso al conocimiento, a las tecnologías y además controlan los sistemas de producción y los mercados mundiales, han reconfigurado sus mecanismos hegemónicos para no perder privilegios ni tener afectado su poder. Ni las crisis en EEUU y Europa han minado los sistemas productivos de sus países, salvo casos aislados que generalmente reciben atención financiera inmediata y efectiva.

En América Latina han surgido regímenes anti-hegemónicos especialmente frente a la tradicional injerencia norteamericana en asuntos políticos del hemisferio. El componente político de las estrategias del ALBA y Unasur, ahora en crisis, se enfrenta al poder hegemónico mundial, demostrando una nueva actitud que devuelve cierta dignidad a los países que se encuentran en esta

perspectiva. En Bolivia se ha instalado un nuevo Estado Plurinacional que se orienta a la protección y desarrollo de sectores excluidos por siglos. Los indígenas se han empoderado de la gestión pública y la democracia. Aunque el rasgo autoritario del ejercicio del poder, heredado de las castas criollas coloniales, ha tomado cuenta también de este nuevo contexto.

En ese contexto, los medios de comunicación tradicionales y las redes han sido tomados por el sistema político afectando notablemente el ejercicio del Derecho a la Información. Los poderes en pugna utilizan los medios de comunicación como arma de lucha para desprestigiar a sus adversarios y para visibilizar solamente sus logros. También los usan como escenario de pugna y enfrentamiento político, trastocando el rol de las instancias deliberativas del Estado. Las redes y sistemas digitales se han convertido en una extensión de esa tendencia pero con la diferencia de que los ciudadanos gozan de libertad y no tienen que dar satisfacción de sus comunicaciones a nadie, salvo a la reacción crítica de sus propios contactos. Una suerte de aprendizaje informal de la autorregulación. El espacio interactivo de las redes se ha convertido en el “lugar virtual” privilegiado para la formación de la opinión pública.

La novedad en Bolivia es que la disputa política generada en torno al referéndum del 21 de febrero del 2016, en el que el oficialismo propuso alterar la Constitución Política del Estado (CPE) para habilitar al presidente como candidato para las próximas elecciones del 2019; convirtió a las redes sociales en un nuevo escenario de debate y generación de opinión pública.

Pese a ello, los sectores hegemónicos tienen en el control de la información su principal recurso de construcción y preservación de poder. Aumentaron los sistemas de información y comunicación a lo largo y ancho del planeta. Hay más gente conectada. La población está más informada, pero no de manera suficiente como para el ejercicio ideal de la democracia. Las poblaciones latinoamericanas son altamente desinformadas. En el control de la información de interés público está el núcleo de las estrategias de perpetuación del poder.

En el contexto político también se encuentran las contaminaciones que vienen provocando las mafias del narcotráfico en países en los que sus extensiones no sólo han logrado controlar grandes regiones a través de sus instituciones, sino que también han contaminado al Estado. Lo que ocurre en México, se reproduce en menor –pero creciente– escala en otros países. Es un factor que

junto con la informalidad y la pobreza, tensionan con violencia los contextos locales y nacionales.

A esto se suma la “tentación autoritaria” que parece permanecer de manera latente en la cultura latinoamericana. Pequeñas y grandes formas de poder acaban convirtiendo importantes líderes en dictadores que distorsionan los principios de la democracia. Las formas de ejercicio de poder no son exclusividad de estructuras macro-sociales como el Estado y sus instituciones. El trabajo, la familia y los grupos de afinidad son espacios donde las relaciones humanas son afectadas por el abuso de poder. La democracia es un ideal que amerita mucho trabajo educativo en amplios sectores de la población del continente.

3. Hiperconexión digital

La digitalización de las comunicaciones y los sistemas de información actuales han reconfigurado las condiciones de interacción de las personas que ya no son receptores tradicionales como en el pasado. Ahora gozan de la “condición comunicacional” (Orozco, 2011) que, además de permitirles ser emisores, los convierte en sujetos “hiperconectados”. Sin embargo, los usos dados a las redes y las nuevas formas de interacción digital no abarcan modos racionales y políticos de ejercicio de ciudadanía. La subjetividad es la marca de la apropiación masiva de las TIC. Redes como el Facebook sirven para ejercitar la explosión de la subjetividad que tiene su lado opuesto de des-subjetivación, cuando se realizan usos políticos de las redes (Reguillo, 2015, p. 7). Los usuarios disfrutan el intercambio de contenidos emocionales como una gratificación que no era posible en los medios masivos tradicionales. “Estoy triste”, “depre”, “llorando”, “de bronca”, “te odio”, son apenas ejemplos de la infinita variedad de exposición de la intimidad ante el público, con la expectativa de respuestas en cadena que expresan solidaridad, afecto y otros infinitos tipos de sentimientos e inclusive mofa y humor. No es lo que los sectores ilustrados hubieran querido de las TIC: usos educativos y formadores de conciencia. Al contrario, es la explosión de una dimensión que no solo fue excluida por la racionalidad moderna, sino que también fue considerada un obstáculo para los ideales de libertad y felicidad del paradigma ilustrado y sus academias. Importante para comprender la nueva condición comunicacional del usuario del siglo XXI, sin crear falsas expectativas tanto en la investigación como en la intervención social.

Los usuarios tienen la capacidad y condiciones para convertirse en poderosos emisores y productores de contenidos que resistan efectivamente las estrategias hegemónicas.

Estamos viviendo la consolidación de una “condición comunicacional” (...) que permite la creación, la producción y emisión de mensajes en situación de hiperconexión, pero la población no está preparada para asumir tal desafío. La inercia arrastrada de la condición de mero receptor de mensajes hace que las personas no aprovechen la oportunidad de convertirse en verdaderos emisores. Las academias tienen ese nuevo desafío: preparar a la población a ejercer la condición comunicacional del siglo XXI. (Guardia, 2013, p. 21).

Aunque gran parte del ejercicio de la condición de emisor esté relacionada con aspectos personales e íntimos, existen importantes usos sociales que tienen carácter político y sorprenden a los científicos sociales por su creatividad y contundencia. Caída de gobiernos, movilizaciones sociales, usos políticos por parte de las llamadas “multitudes inteligentes”, desafían y presentan una perspectiva que parece aumentar en dimensión y alcances, mientras los sectores hegemónicos reconfiguran los usos desmovilizadores.

Con miradas optimistas y también pesimistas el nuevo entorno comunicativo no es claro ni totalmente controlable.

... los rasgos (...) de la sociedad de la información (...) son: omnipresencia de la información, inmediatez de la información mayor protagonismo de las audiencias, desigualdad y desorientación. Se trata de un nuevo entorno comunicativo emergido con las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTIC). (Angulo, 2014, p. 203).

Como fondo de estos cambios, está latente la transformación de las formas de relacionamiento de las personas, las formas de pensamiento y las nociones de ética y también de moral.

Existen e-comunicadores que abiertamente irrespetan la normativa moral y en ello desarrollan procesos de comunicación pedagógica para otros e-comunicadores, así, y en el marco de la paralogía y contradicción (propias del ciberespacio y la e-comunicación) es posible la configuración y convención de otras disposiciones morales paralelas a la establecida y que se configuran como propias de pequeñas comunidades de e-comunicación. (Lisarazú, 2014, p. 213).

Las matrices de la generación de nociones de bien y mal se están relativizando y transformando de manera vertiginosa, especialmente en sectores juveniles que son el centro de atención de las industrias culturales globales que incluyen al joven como objeto de consumo.

El quiebre digital se hace presente al momento de comprender que no todos los jóvenes se encuentran representados en la red. Sin embargo, el auto concebirse como “desconectado” no es común entre los usuarios, que prefieren señalar a otros como los portadores de las incapacidades para gestar procesos de relacionamiento aprovechando aparatos tecnológicos. (Bustamante, 2014, p. 116).

Nuevos riesgos como la violencia digital, ciberacoso, explotación del sexo, tráfico de pornografía y otros usos que atentan contra la integridad especialmente de jóvenes, son nuevos problemas que ponen en evidencia la complejidad del nuevo panorama mediático digital.

Paralelamente, los sistemas políticos y económicos de raíz neoliberal preparan inseguridad e incertidumbre (flexibilidad laboral) a los jóvenes y los conduce peligrosamente hacia un espacio de exclusión irreversible (delincuencia y narcotráfico) (Reguillo, 2000).

4 Avances en la legislación

Hay un choque de posiciones en torno al ejercicio de las libertades democráticas y la Libertad de Expresión que se ha convertido en una trampa que obstaculiza el avance hacia una sociedad más informada y más participativa. Por un lado, hay una tendencia política antigua de diversos gobiernos por querer controlar el trabajo de los medios y el periodismo. En contraposición, los sectores organizados y gremios del sector evitan que se toque el panorama legal en torno a la información y comunicación en los países. La defensa intransigente de la Libertad de Expresión y sus normativas, como la Ley de Imprenta de 1925 boliviana, es la consigna politizada de estos sectores que evitan se altere el status quo de la legislación. Pese a su gran sabiduría doctrinal, la Ley de Imprenta tiene problemas de aplicación y está desactualizada tanto en la reconfiguración tecnológica de los medios, como en la identificación de faltas contra los derechos ciudadanos y sanciones más adecuadas a los tiempos actuales.

El problema es que las dos posiciones desvían la atención a la necesidad de un cambio de visión o paradigma que debe darse desde la inclusión de los derechos a la información y comunicación en la nueva CPE. La Libertad de Expresión defiende el derecho de expresar pensamiento y opiniones. El Derecho a la Información defiende la circulación de información verificada y comprobada. La clave está en entender que Libertad de Expresión no es lo mismo que Derecho a la Información, porque opinión no es igual a información. Tanto el gobierno como los gremios de la profesión cierran los ojos ante este desafío que, de ser asumido técnica y éticamente, cambiará las condiciones del ejercicio de la ciudadanía y los niveles de información de la sociedad.

De hecho, más allá de la discusión que no concluye en alguna modificación concreta en la Ley ni en la práctica informativa, las nuevas comunicaciones digitales y sus redes se han convertido en el escenario en el que los ciudadanos comienzan a ejercer esos derechos, dejando atrás el debate estéril de los políticos.

La cultura de los derechos humanos es cada vez más difundida y apropiada por grandes sectores de la población mundial que los asume como plataforma de lucha para sus demandas. La globalización cultural y el impacto de las nuevas comunicaciones digitales son el fermento de estos avances informales pero reales.

5. Globalización fragmentada

La expansión de la cultura occidental en sus dimensiones económica, política y cultural parece haber llegado a cubrir gran parte del planeta. Cuando los países buscan instalar sistema democrático en sus Estados y se apropian del mercado con sus reglas de oferta y demanda, en condiciones de intercambio internacional. Cuando se suscriben los principios de los Derechos Humanos en concordancia con la Declaración Universal de la ONU; podemos afirmar que la cultura occidental ha triunfado sobre la diversidad mundial que acepta la homogenización en el mercado y en la política y solo encuentra en la producción y consumo cultural, la única posibilidad de generar singularidad o diferencia. Sin embargo, no siempre es así. Grandes grupos humanos de países en desarrollo comienzan a cuestionar la universalidad de la modernidad europea en propuestas teóricas altamente consistentes como la descolonialidad. No todas las naciones del mundo están de acuerdo con este paradigma. Sobre todo cuando sus relaciones con las metrópolis no son equitativas o justas.

La construcción de identidades está fragmentada por la necesidad de distinción que buscan grupos específicos de pertenencia en un mundo que demanda diferencia. Se ha globalizado también la frenética corrida por la satisfacción de deseos sobredimensionados por las industrias culturales.

6. La condición cultural desde la imaginación

La nueva condición cultural que supone incertidumbre económica, inseguridad política, uniformización y fragmentación simultánea de la globalización, la condición hiperconectiva gracias a las redes y TIC, los cambios de la cultura de los derechos humanos y las legislaciones respecto de la comunicación e información y otros factores sociales que deben ser identificados en cuanto mediaciones en la perspectiva iniciada por Martín Barbero y madurada por autores como Orozco y otros; exigen comprender al usuario o actor de las nuevas comunicaciones desde una perspectiva más compleja y superando las limitaciones tanto teóricas como metodológicas ancladas en la tradición constatacionista que se limita a verificar la resemantización de mensajes masivos, corporativos, o de desarrollo, dejando de lado estos desafíos renovados por los cambios vertiginosos de la sociedad global y local.

No es posible abordar y comprender las comunicaciones contemporáneas si no se entiende la subjetividad/objetividad de los actos y comportamientos humanos desde la perspectiva de los actores. Esta es una característica de los estudios culturales que han abordado la recepción, audiencia y el consumo desde los años 80, sin embargo las academias no acaban de adoptarla plenamente en las investigaciones.

Es necesario abordar la imaginación en los términos de Arjun (2001) como un motor del cambio social desde la perspectiva individual o familiar que genera una poderosa dinámica de migración tanto de personas como de información, que reconfigura permanentemente las lógicas de construcción de ciudadanía.

De la misma forma, es necesario incorporar estas dimensiones abstractas del deseo, el sueño y la ambición como elementos constitutivos de la mal llamada “comunicación basura” cuando se refiere a productos y contenidos orientados por motivación exclusivamente mercantil, pero que generan apropiaciones incomprensibles para la ilustración. Lugares simbólicos en los que las personas proyectan su imaginación como necesidad de movilidad social, ocupación de

espacios, reconocimiento, fama, poder, etc. Aspectos todos que son naturales inclusive en sectores hegemónicos de la sociedad, pero cuando se analizan en sectores marginales o subalternos, parecen convertirse en pecado.

III. Conclusiones: Desafíos en la teoría y la metodología

Si la realidad social y la comunicativa son complejas, el abordaje teórico requiere también de instrumentos y dispositivos que permitan comprender esa complejidad de la realidad social, con referentes teóricos desligados de los dogmas de las ciencias sociales del pasado.

Las versiones de “verdad” deben ser generadas en su carácter y dimensión relacional, es decir, comunicacional; porque en la interacción se produce el sentido o significación de la realidad mediática y social en general.

Los estudios de audiencia (recepción, consumo) han ganado espacio en las academias gracias a los hallazgos innovadores de las corrientes teóricas del “retorno al sujeto” y la ruptura de paradigmas en las ciencias sociales de los años 80. En poco tiempo se convirtió en una corriente llamativa sobre todo en las universidades, generando gran cantidad de investigaciones de grado y postgrado, muchas de ellas vinculadas a los estudios culturales de espacios simbólicos, identidades, etc.

En los años 90 hubo una especie de desvío de la atención a los grandes problemas de la sociedad, vinculados con la comunicación, en trabajos que se desconectaron de lo político en su más amplio sentido del término, mientras el neoliberalismo económico y político comenzaba a provocar serias consecuencias en la vida cotidiana de las personas. Tan serias como la desintegración familiar, ocasionada por la migración que a su vez se desencadenó por la implementación de las políticas de “flexibilidad laboral” del modelo económico.

Cuando la academia comenzó a hacer su autocrítica y reconducir sus miradas hacia la complejidad de los procesos comunicacionales y los de recepción, un nuevo fenómeno trastocó la investigación y la realidad comunicacional. La red internet que hasta entonces fuera el mayor medio de comunicación de la historia humana, fue absorbido por el teléfono celular, confirmando lo que ya se estaba gestando años atrás: el receptor comenzó a ser emisor. Con todas las limitaciones, y transformaciones antes mencionadas, los estudios de audiencia

–aunque no todos– también comenzaron a transformarse y actualmente necesitan un reacomodamiento en virtud de estas novedades contextuales.

Por eso mismo, la noción de recepción o la de consumo resultan incompletas cuando los usuarios ahora ejercen –o pueden ejercer– la condición comunicacional, hiperconectados a múltiples pantallas (Orozco: 2011); y en su entorno, los factores económicos, políticos, legales, culturales, tecnológicos y otros, reconfiguran la simplicidad del esquema EMISOR-MENSAJE-RECEPTOR y exigen no eludir la importancia de lo concreto que se genera con el trabajo y de lo imaginario que provoca el deseo, en una sociedad global en crisis e incertidumbre.

El análisis del usuario de los nuevos recursos comunicacionales no puede perder de vista que sus ideas y comportamientos se generan en una dialéctica entre cuatro “países” (Reguillo: 2011) comparable, con fines metodológicos, con cuatro mundos referenciales.

- a) El **mundo real** (macro-social) que se desarrolla ante el desconocimiento de los ciudadanos quienes no saben lo que ocurre en la gestión pública económica, política, jurídica, etc. Porque en nuestros países se ejercita la Libertad de Expresión pero no el Derecho a la Información, por tanto no se informa de manera correcta, completa y oportuna. Se desinforma sobre manejos informales de lo público. La corrupción, por ejemplo, no ocurre para ser informada, al contrario, debe ser oculta. La realidad macro-social es vista como si estuviera detrás de un vidrio catedral, por tanto el ejercicio de la democracia es también difuso.
- b) El **mundo imaginado**, que es el sueño de país o nación con prosperidad y democracia que se reproduce en la mayoría de los discursos sociales y políticos. También son los proyectos individuales de movilidad social, progreso y bienestar, vinculados con la fiesta popular, la religiosidad y los imaginarios que generan movilidad social.
- c) El **mundo mediático** que, aunque tiene la responsabilidad delegada para informar sobre lo público, en términos generales y con excepciones, licúa lo real y lo imaginado con lo fantástico, la ficción y lo espectacular, en tiempos y espacios cargados de subjetividad, “sangre, sudor y lágrimas”.

- d) El **mundo referencial (micro-social)**, de la vida cotidiana, la privacidad, es lo que se experimenta en el trabajo, la familia, la calle, el mercado. La dimensión donde se manifiesta la violencia ciudadana, la inseguridad laboral, la incertidumbre económica y política, la informalidad, la corrupción, el racismo y toda forma de discriminación, en medio de celebraciones y fiestas llenas de felicidad y exceso.

La comprensión de este sujeto en sus interacciones cotidianas no es un simple acto de complacencia intelectual del investigador. Exige una responsabilidad política de compromiso con la necesidad de contribuir a resolver problemas de un mundo complejo en el que este sujeto es parte constitutiva.

IV. Referencias Bibliográficas

- Angulo, H. (2014). *Periodismo multimedia: el diseño multimedial en el periodismo digital boliviano* (Tesis de Maestría en Procesos de Comunicación e Información). Universidad Católica Boliviana "San Pablo", Cochabamba.
- Arjun, A. (2001). *La modernidad desbordada: dimensiones culturales de la globalización*. Buenos Aires; Trilce S.A.
- Bajtín, M. (1987). *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento: el contexto de François Rabelais*. Barral, Madrid: Alianza.
- Barragán, C. F. (2015). *La revolución del celular*. Cochabamba: s/ed.
- Beck, U. (2000). *Un nuevo mundo feliz; la precariedad del trabajo en la era de la globalización*. Barcelona: Paidós.
- Beck, U. (2002), *La sociedad del riesgo global*. Madrid: S XXI.
- Bustamante, P. (2014). *Consumo cultural de NTIC en la ciudad de Cochabamba (internet y celular)* (Tesis de Maestría en Procesos de Comunicación e Información). Universidad Católica Boliviana "San Pablo", Cochabamba.
- Carvajal, A. B. (2014). *De la cultura de una sociedad de la información a la cultura de una sociedad del conocimiento*. Bogotá-Colombia: Universidad Autónoma del Caribe. Recuperado de <http://www.oei>.

es/divulgacioncientifica/?De-la-cultura-deunasociedadde &utm_content=buffer16c62&utm_medium=social&utm_source=facebook.com&utm_campaign=buffer (22/09/2014)

Grossberg, L. (2011). *Estudios culturales en tiempo futuro*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

Grimson, A. (2007) (comp.). *Cultura y neoliberalismo*. Buenos Aires: CLACSO.

Guardia, M. (2013); Para leer “la vida loca”, hiperconexiones en la investigación de comunicación y cultura. *Hiperconexiones culturales, investigaciones de estudiantes sobre comunicación y cultura*, N°5. Cochabamba-Bolivia: Universidad Católica Boliviana San Pablo. (9 – 23).

Guardia, M. (2017). Tendencias en los estudios de comunicación y escenarios profesionales. *Cuaderno de Investigación* N°2. Cochabamba-Bolivia: Centro de Investigación en Ciencias Sociales; Universidad Católica Boliviana “San Pablo”.

Jacks, N. (2011) (coord.). *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro*: Quito-Ecuador: CIESPAL.

Lisarazú, R. (2014). *El origen de una ética möbuisiana en sus propias señas e-comunicacionales “lo que importa es que estamos en el inicio de alguna cosa”* (Tesis de Maestría en Procesos de Comunicación e Información). Universidad Católica Boliviana “San Pablo”, Cochabamba.

Martín-Barbero, J. (2007). *De incertidumbres e inciertas esperanzas, Una meditación sobre el comunicar en medio de la tormenta*; en: Ciudadanía de la incertidumbre: comunicación, poder y subjetividad. Bogotá: FELAFACS.

Orozco, G. (2011). *La condición comunicacional contemporánea. Desafíos latinoamericanos de la investigación de las interacciones en la sociedad red*; en: Jacks Nilda; coord.; *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro*. Quito-Ecuador: CIESPAL.

Reguillo, R. (2000). *Emergencia de culturas juveniles: estrategias del desencanto*. Buenos Aires: Norma.

Reguillo, R. (2011). “México: contra el ábaco de lo básico. Agendas de país y desafíos para la comunicación”, en: Martín Barbero Jesús (coord.), *Entre saberes desechables y saberes indispensables*. Bogotá: Centro de Competencias en Comunicación para América Latina, C3 FES. (37-49).

Reguillo, R. (2015). *Primaveras políticas en el otoño civilizatorio: Paisajes insurrectos*, en María Eugenia Sánchez y Oscar Soto (eds) *¿Qué es el poder hoy?* Puebla-México: Universidad Iberoamericana Puebla. (1-22).

Rheingold, H. (2004). *Multitudes inteligentes: la próxima revolución social*. Barcelona: GEDISA.

Rincón, O. (2009). “Agendas comunes, haciéndonos cargo de lo que nos toca”, en: Martín Barbero Jesús (coord.), *Entre saberes desechables y saberes indispensables*. Bogotá: Centro de Competencias en Comunicación para América Latina, C3 FES. (161-174).

UNIR. (2014). *Medios a la Vista 3, análisis sobre el Derecho a la Información y la Comunicación y el Periodismo en Bolivia 2012-2013*. La Paz: UNIR.