

Espejo de Monografías

ISSN: 2660-4213 Número 12, año 2023. URL: espejodemonografias.comunicacionsocial.es

MONOGRAFÍAS DE ACCESO ABIERTO
OPEN ACCESS MONOGRAPHS

COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

ISBN 978-84-15544-91-3

Mediatización Social. Poder, mercado y consumo simbólico (2016)

Pablo Arredondo Ramírez

Separata

Presentación

Título del Capítulo

«Presentación»

Autoría

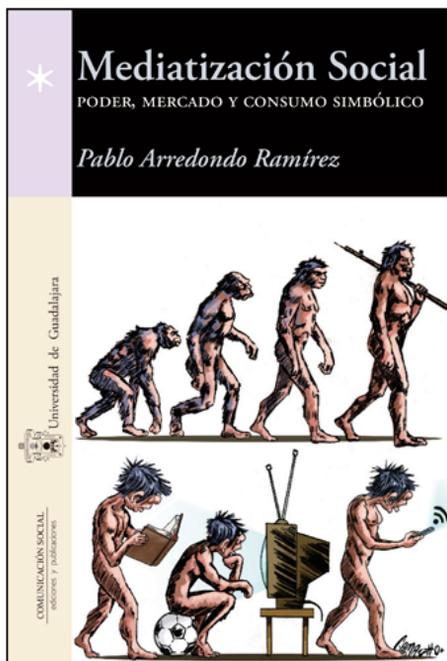
Pablo Arredondo Ramírez

Cómo citar este Capítulo

Arredondo Ramírez, P. (2016): «Presentación». En Arredondo Ramírez, P., *Mediatización Social. Poder, mercado y consumo simbólico*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 978-84-15544-91-3

D.O.I.:

<https://doi.org/10.52495/pres.emcs.12.ei10>



El libro *Mediatización Social. Poder, mercado y consumo simbólico* está integrado en la colección «Espacio Iberoamericano» de Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

La sociedad contemporánea no se explica al margen de las tecnologías de la información y la comunicación. Su presencia en la vida cotidiana, en las más disímiles actividades, es tan incuestionable como intensa. La vida política está crecientemente vinculada al ecosistema mediático. El mundo de la economía encuentra en las corporaciones de la comunicación un referente en crecimiento. La alimentación simbólica, lúdica e informativa, de millones de mujeres y hombres en todo el globo está irremediabilmente atada a la presencia de los medios de comunicación. Se trata de una presencia que por intensa se ha vuelto imperceptible. Una característica que distingue a la mediatización social en la que estamos envueltos.

Los ensayos contenidos en este libro buscan identificar las variadas aproximaciones conceptuales que desde hace muchas décadas han pretendido explicar y sopesar las múltiples implicaciones de la mediatización social. Se trata de paradigmas y modelos que en ocasiones se ignoran entre sí, o que simplemente no dialogan, pero que han operado bajo un mismo impulso: comprender la creciente y central presencia de la comunicación mediada en la sociedad.

Los escenarios contemporáneos, de cambio tecnológico, obligan a mirar las trayectorias de paradigmas teóricos que a pesar de las vertiginosas transformaciones tecno-sociales preservan un valor explicativo innegable. Ese es el objetivo del texto que el lector tiene en sus manos.

Índice

Presentación	9
<i>Caleidoscopio mediático</i>	9
<i>Inconexas pero articuladas</i>	16
1. Mediatización Social. Consideraciones conceptuales	19
<i>Un producto de la modernidad</i>	19
<i>Mediatización: preocupaciones en boga</i>	30
2. La comunicación política a la luz de la mediatización ..	41
<i>Mediatización y sustentabilidad democrática</i>	50
3. La economía política de la mediatización: un eje imprescindible	75
<i>Inquietudes originales</i>	76
<i>Economía política y comunicación: la emergencia de un campo</i>	79
<i>Análisis y denuncia straightforward</i>	83
<i>Disciplina en movimiento</i>	89
<i>El factor corporativo, tendencias concentradoras</i>	95
<i>Vigencia de las premoniciones: la evidencia de Forbes</i>	100
4. Reflexiones en torno a la sociedad audiencia	133
<i>En busca de la audiencia mediática y mediatizada</i>	134
<i>Audiencia, tradiciones y mediaciones</i>	140
<i>Interactividad, el nuevo escenario</i>	167

Anexo Los gigantes mexicanos.....	181
<i>Un territorio apetitoso y conflictivo</i>	<i>190</i>
<i>México: ¿una reforma suficiente?.....</i>	<i>195</i>
Epílogo: Audiencias, avalancha y atmósfera	207
<i>La múltiple condición de las audiencias y</i>	
<i>la mediatización</i>	<i>208</i>
<i>Mediatización creciente y desigual</i>	<i>210</i>
Referencias bibliográficas	215

Presentación

Caleidoscopio mediático

Al concluir el año 2015 en los círculos financieros de Wall Street se especula sobre el futuro de la empresa de nivel mundial que ocupará el sitio de privilegio, el primero, como la empresa más valiosa en el mercado global. Las candidatas son dos: Apple, fundada por el desaparecido Steve Jobs, o Alphabet compañía tenedora del gigante Google. Un par de meses más tarde se informa que de acuerdo con el Ranking BrandZ de la consultora internacional Millward Brown, que evalúa año con año las 100 Marcas Globales más Valiosas, las cuatro principales marcas del mundo corresponden a corporaciones emblema del mundo de las comunicaciones (Google, Apple, IBM y Microsoft). Entre las veinte primeras también se encuentran empresas como AT&T, Amazon, Verizon, General Electric y Vodafone. Todas pertenecientes a la rama en cuestión. De manera paralela se conoce que Alphabet (de Google) desbanca a Apple como la corporación de mayor valor en Wall Street. Se estima que su valor de mercado alcanza los 570 mil millones de dólares. La empresa reporta ingresos superiores a los 74 mil millones de dólares en el año anterior, es decir en 2015. Las petroleras tienden a la baja, las tecnológicas van en ascenso.

Por las mismas fechas se anuncia que la aplicación de conversaciones (chat) por Internet, conocida como

WhatsApp, propiedad de otra importante aplicación de redes sociales (Facebook) ha superado los mil millones de usuarios mensualmente. La compañía madre llega a 800 millones de usuarios en tanto WeChat en China alcanza los 500 millones de usuarios. Al arrancar 2016 la Unión Internacional de las Telecomunicaciones (UIT) informa que el porcentaje de la población mundial contactada a Internet en 2015 alcanzó a 43 de cada 100 habitantes. Por su parte, un informe del Banco Mundial sobre los réditos sociales de la digitalización advierte sobre los serios riesgos que el modelo vigente acarrea con relación a la polarización social y el crecimiento de la desigualdad a nivel global. La brecha entre los privilegiados y los marginados tiende a crecer en la esfera digital, afirma el connotado organismo de la economía mundial. Los dividendos digitales son desiguales.

La distribución física de los escaños en el parlamento español, tras las elecciones generales del 20 de Diciembre de 2015, son motivo de debate entre las distintas fuerzas políticas con representación. Podemos, partido de reciente incorporación alega discriminación ante el hecho de haber sido ubicado —originalmente— en lo que considera el «gallinero» del Parlamento. Se trata de los lugares localizados en la parte trasera del recinto parlamentario. Los analistas interpretan que es la *falta de visibilidad televisiva* lo que en realidad está detrás de la inconformidad de este partido político. ¿Quién acepta estar al margen de la pantalla? Después de una serie de negociaciones, los representantes de Podemos logran modificar la distribución de los escaños.

En abril de 2016 se notifica que las investigaciones emprendidas por las autoridades estadounidenses sobre la corrupción en la FIFA y sus dirigentes se ha extendido para hurgar en el probable involucramiento de empresas patrocinadoras y de empresas televisoras en actos de corrupción vinculados con el manejo de derechos de transmisión. En-

tre las empresas aludidas se menciona a DirecTV, del grupo de telecomunicaciones de AT&T y a 21st Century Fox, Inc. En juego, una red de sobornos por 200 millones de dólares orientada a la obtención de derechos de transmisión y patrocinios lucrativos en torneos de fútbol. A mediados del año, el propietario de uno de los más populares equipos de fútbol en México anuncia, para sorpresa de todos, que prescinde del convenio para la transmisión de los partidos de ese equipo con la televisora más importante e influyente del país. En su lugar, anuncia la puesta en marcha de un proyecto de transmisiones, y la conformación de un canal exclusivo, en Internet. El anuncio levanta una gran expectativa en los círculos del fútbol nacional, pues anuncia el advenimiento de nuevos tiempos.

Un video que se vuelve «viral» en las redes sociales y exhibe los actos de tortura a los que fue sometida una mujer mexicana por parte de elementos del Ejército obliga a que por primera ocasión en la historia de este país, la Secretaría de la Defensa Nacional reconozca y externé públicamente su preocupación ante el hecho. El video materializó las preocupaciones prevalecientes, internacionalmente, sobre la situación de los derechos humanos en México.

Un reportaje publicado por la revista Bloomberg Businessweek desvela que en 2012 el entonces candidato del PRI a la presidencia de México, Enrique Peña Nieto, fue asistido en su campaña por un connotado *hacker* de origen colombiano —actualmente detenido en Bogotá— quien confesó desarrollar una estrategia en las redes sociales para «realizar acciones de guerra sucia y operaciones psicológicas, propaganda negra, rumores y todo el lado oscuro de la política que nadie sabe que existe, pero que todos pueden ver». ¹ Uno más de los recurrentes escándalos políticos irrumpe cuando en el mes de mayo de 2016 la Lista Nominal de Electores mexicanos (una información reser-

¹ Citado en el diario *Reforma*, 1 de abril de 2016.

vada exclusivamente para los partidos y las autoridades electorales) aparece almacenada en un sitio de la empresa Amazon en los Estados Unidos. El escándalo involucra a el Partido Movimiento Ciudadano y a empresas de consultaría y comunicación vinculadas con ese mismo instituto político.

La Red en Defensa de los Derechos Digitales (R3D) recibe la negativa de amparo (*habeas corpus*) por parte de la Suprema Corte de Justicia de la Nación de México, solicitado para proteger a los ciudadanos por lo dispuesto en los artículos 189 y 190 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, que obliga a las empresas del ramo a conservar por un periodo determinado los datos de los usuarios y permite la geolocalización de los mismos por parte de las autoridades, sin mediar una orden judicial. Espiar a los ciudadanos se confirma como un derecho constitucional.

El diario *The New York Times* informa que las autoridades de China han emprendido una estrategia de supervisión sobre las empresas extranjeras de alta tecnología, como Apple, en vista de los riesgos para la seguridad que pudieran conllevar sus productos y servicios. Ejecutivos y técnicos de las empresas son interrogados con el fin de investigar cuestiones relativas al uso de información encriptada, entre otros asuntos. Las indagaciones están a cargo de un comité dependiente de la Administración del Ciberespacio en China.

Con apenas 24 años de edad y una carrera promisoría en la educación básica, una joven maestra del estado de Sonora en México se encuentra involucrada en un escándalo que termina con su reputación y pone en peligro su trabajo, luego de que en un periodo vacacional fue video captada ejecutando un baile exótico y sensual dentro de un concurso de playa. El video, subido a Facebook, generó una ola de críticas entre ciertos círculos de la sociedad sonorenses por tratarse de una educadora de niños. Tras el

cúmulo de críticas y presiones, la maestra de educación básica se vio obligada a renunciar a su trabajo. A pocos días de «colgarlo» en la red, el video había sido consultado en 80 mil ocasiones. Internet rompió con su tranquilidad y trastocó su reputación.

Rupturas sentimentales y gestión individual de la imagen en la red se han convertido en temas recurrentes entre los millones de usuarios que de un día para otro se encuentran con amargas realidades personales en Internet. Así le sucedió a Kate, una profesionista de mercadotecnia en Oregon, Estados Unidos, quien observó cómo en cuestión de minutos, tras la separación sentimental, fue borrada de la escena en la cuenta de Facebook de su ex pareja; «no habían pasado ni quince minutos», afirmó. Un golpe emocional de consideración.

Expertos españoles y mexicanos, discuten y analizan, en el Día Mundial de Internet, los riesgos a la privacidad que se yerguen en los escenarios contemporáneos. Identidades que son «robadas» o «suplantadas», tecnologías de reconocimiento facial, huecos en las regulaciones relativas a la protección de datos, información proporcionada ingenuamente por usuarios de múltiples aplicaciones, son apenas algunas de las amenazas implícitas en el mundo de la comunicación en red. La Organización de Estados Americanos y el Banco Interamericano de Desarrollo se cuestionan en un informe elaborado *ex profeso*, si los latinoamericanos están preparados para instrumentar acciones y estrategias de ciberseguridad. El informe apunta, entre otras tantas realidades, que el ciber-crimen le cuesta al mundo 575 mil millones de dólares al año, lo que representa el 0.5 por ciento del PIB global. En América Latina el costo generado por las actividades criminales en el mundo de la tecnología digital alcanza los 90 mil millones de dólares al año. El secretario general de la OEA, Luis Almagro, sostiene que «tenemos que velar por la seguridad cibernética como cualquier otra forma de seguridad; un tema de altísima

prioridad para nuestros pueblos, sin la cual nos exponemos a pérdidas potencialmente catastróficas.»²

Francia se convierte en el primer país en el mundo en establecer criterios legales para gestionar la muerte digital. ¿Qué sucede con nuestra información tras la defunción? ¿Quién tiene los derechos sobre nuestra imagen, sobre nuestros datos, sobre nuestras cuentas? ¿Quién decide borrar o mantener la información? ¿Se puede elaborar un testamento digital? ¿Hasta dónde llegan los derechos de las empresas proveedoras de servicios y hasta dónde los de los usuarios? Se calcula que cada minuto mueren tres usuarios de Facebook, lo que significa aproximadamente 1.8 millones de personas que dejan su rastro en la red. El debate no concluye, pero por lo pronto Francia se ha convertido en el primer Estado en reconocer el derecho a la «muerte digital». En Estados Unidos una docena de estados han regulado el tema, luego de escándalos provocados por la negativa de Google de otorgar los códigos de acceso a las cuentas de correo a los padres de jóvenes fallecidos. El argumento, la protección de la privacidad de los difuntos. Empresas como Twitter, Microsoft y Apple comienzan a considerar los pasos a seguir en materia legal, pero el camino todavía es largo y sinuoso.

Las principales compañías de tecnología informativa se unen para proteger y apoyar a Apple de los embates del FBI luego de la controversia sobre la descodificación de las claves de acceso al iPhone del tirador de San Bernardino, California. De por medio está la credibilidad de la empresa y la presunta seguridad de sus clientes. El argumento de las corporaciones aludidas es que la investigación de un crimen no debe ser el pretexto para atentar contra la seguridad de los ciudadanos. ¿Deben las autoridades esculcar los teléfonos de los individuos, aun cuando sean presuntos responsables de un delito? No se trata de dilemas de

² *Ciberseguridad ¿Estamos preparados en América Latina y el Caribe?* Informe Ciberseguridad 2016. www.observatoriociberseguridad.com

fácil solución. En Brasil, como respuesta a la negativa de la empresa WhatsApp de revelar informaciones relacionadas con usuarios señalados por participar en actividades de narcotráfico, un juez ordena bloquear el sistema de mensajería durante 72 horas. Se trató de la segunda medida de esa naturaleza en apenas cinco meses. La decisión judicial afectó a cerca de 100 millones de brasileños, usuarios de esa red. El revuelo fue mayúsculo y la migración hacia otras aplicaciones de comunicación también. Finalmente, el juez desistió de continuar con la medida. Pero la advertencia ya estaba plasmada en el debate público.

Una investigación emprendida y difundida por una red compuesta por un centenar de publicaciones, adscritas al Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación, encabezadas por el periódico alemán *Süddeutsche Zeitung*, cimbra en el primer cuarto del 2016 a la opinión pública mundial tras desvelar las tramas de blanqueo de capitales llevadas a cabo por líderes políticos y empresariales de todo el mundo, recurriendo a empresas «fantasma» establecidas en Panamá. El escándalo toca prácticamente a todos los continentes y deja ver el complejo y extendido fenómeno de la corrupción entre la élites del mundo. Los *Panama Papers* permitieron constatar además la importancia de la indagación periodística colaborativa, como un signo de los tiempos actuales.

En febrero de 2016 el diario inglés *The Independent* anuncia que tras treinta años de existencia la etapa de las ediciones en papel ha llegado a su fin. La situación del diario inglés enciende los focos de alerta en la redacciones de todos los diarios del mundo. ¿Se estaría confirmando el fin de la era de los diarios impresos? ¿Cómo se verá afectado el desarrollo de esos medios en el futuro inmediato?

Ante el creciente fenómeno de la popularidad de Donald Trump, un magnate inmobiliario que construyó su fama a partir de la televisión, y que amenazó al *statu quo* de la política estadounidense al convertirse en la carta fuerte de los

republicanos para la elección de 2016, el presidente Obama hizo pública su preocupación por considerar que el populismo del controvertido político podría poner en riesgo el sentido de la misma figura presidencial. La lucha por la presidencia de los Estados Unidos, espetó Obama, no debería ser tratada como un carnaval político; ni como un «reality show». ¿No será acaso que el «reality show», ha existido desde hace largo tiempo, pero el incómodo personaje Trump ha llevado hasta el extremo la representación del espectáculo político y los riesgos del populismo con anhelos de poder?

Inconexas pero articuladas

Las informaciones plasmadas en las líneas anteriores no guardan relación alguna, de hecho reflejan situaciones de muy diversos ámbitos del acontecer. Remiten al mundo de la economía, al del poder público y al de la cotidianidad individual. No hay conexión que las amalgame de manera explícita. Sin embargo, hay un denominador común que parece atravesar a todas ellas: *la presencia del factor comunicacional*. Un elemento recurrente que brota aquí o allá al abordar cuestiones, dilemas y sucesos del devenir social contemporáneo. Ese factor que en los ensayos que aquí se presentan está enmarcado por un concepto: la *mediatización*.

Este texto pretende motivar la reflexión y el análisis sobre las múltiples dimensiones por las que atraviesan los fenómenos de comunicación tecnológicamente mediada. Fenómenos que parecerían convertirse en la impronta del modo de operación de las sociedades contemporáneas. La mediatización bien puede considerarse como una expresión acabada de lo que aquí llamamos la «centralidad» de las tecnologías y los procesos de comunicación. La mediatización dibuja muchos de los rasgos de nuestras sociedades y de las dimensiones que la conforman. Recorre el mundo de la economía, atraviesa el de la gestión del poder

y permea el universo de nuestros valores y representaciones. Más allá de cualquier visión determinista, la centralidad mediática establece contornos y captura flujos. Sin que necesariamente seamos conscientes de ello.

El objetivo de este trabajo es elaborar un recorrido conceptual por corrientes que de una u otra manera, desde hace varias décadas, han pretendido dar cuenta del papel que desempeñan las instituciones y los procesos involucrados en la comunicación mediada. Como se observará en las páginas subsiguientes, las aproximaciones al fenómeno mediatizador son diversas e inconexas, muchas de ellas se ignoran entre sí, otras tantas debaten, pero todas contemplan a la comunicación como el elemento clave para interpretar el devenir de las sociedades contemporáneas.

El autor de estos ensayos está en deuda con diversos colegas y colaboradores que hicieron posible su articulación final. Entre ellos los compañeros del Instituto de Investigaciones en Innovación y Gobernanza de la Universidad de Guadalajara, cuyo acompañamiento y entorno de colaboración fue clave para el desarrollo de este análisis. De igual manera, expreso mi gratitud al Dr. Jorge Alonso Sánchez, al Dr. Jorge Ramírez, al Dr. Gabriel González Molina y, en particular, al Dr. Francisco Hernández Lomelí, quienes en diversos momentos, y desde sus perspectivas académicas particulares, alimentaron a través del debate y el diálogo las ideas que se plasman en los textos que he agrupado bajo el eje de la mediatización social. Un reconocimiento especial a Daniel Camacho, extraordinario ilustrador y ‘monero’ mexicano. A ellos mi sincero agradecimiento.

No obstante, es menester recordar, ceñido al conocido lema, que los límites de este trabajo son exclusiva responsabilidad de su autor.

Guadalajara, México.
Abril de 2016