

Calidad de la comunicación en la ciudad como territorio

Año
2018

Autores
Caminos, Alfredo y Ardini, Claudia

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Caminos, A. y Ardini, C. (2018). *Calidad de la comunicación en la ciudad como territorio*. 20vo Congreso REDCOM. Primer congreso latinoamericano de comunicación de la UNVM. Comunicaciones, poderes y tecnologías: de territorios locales a territorios globales. Villa María: Universidad Nacional de Villa María



Título:

Calidad de la comunicación en la ciudad como territorio

Autores:

Alfredo Caminos y Claudia Ardini

Introducción

El presente texto recupera el trabajo de un equipo de investigación que lleva tres años sumergido en los temas relacionados con la comunicación transmedia; entendiéndola, en esta primera aproximación, como la evolución de la comunicación en la forma que el siglo XXI ha posibilitado para la intervención con y para la ciudadanía. Además, como lugar de confluencia de los usuarios, prosumidores o receptores, simples ciudadanos, con la tecnología y sus aplicaciones vinculadas a las redes de la actualidad.

El equipo de investigación está conducido por Claudia Ardini en calidad de directora y Alfredo Caminos como codirector. En los últimos tres años los integrantes han variado y en la actualidad se cuenta con 21 integrantes más. El proyecto está radicado en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba, con aportes de la SECyT de la misma universidad.

Si bien la primera intención ha sido la de preparar obras transmediales, la necesidad de darle un marco conceptual y apuntalar las reflexiones del equipo, ha

lanzado al grupo a una actividad teórica de la cual traemos en esta presentación algunas aproximaciones. Si bien estas consideraciones ya han sido anticipadas en algunos textos de producción propia, individuales y colectivos, no dejan de producirse nuevas posturas, nuevas opiniones, y nuevas dudas sobre las virtudes y defectos de la comunicación transmedial.

Por consiguiente, esta ponencia es una puesta en común, un anticipo y una reflexión, sobre el presente de este nuevo campo disciplinar.

Los espacios transmediales

Las ciudades, especialmente las latinoamericanas, son espacios de intercambio transmedial donde la multiplicación de direcciones y posibilidades, dan como resultado una comunicación en la cual la víctima es la calidad de esa comunicación. Cuando decimos "latinoamericanas" no estamos diciendo que no ocurren en otras regiones de América ni en otros continentes, también pasa, pero las similitudes y diferencias nos obligarían a otro análisis complementario que excede esta presentación.

Las nuevas posibilidades comunicacionales, que llamamos transmediales, por ese conjunto de intervenciones de diferentes usuarios y productores, inciden en los resultados de esos intercambios. Al mismo tiempo, compiten con las comunicaciones tradicionales, a través de las cuales los medios intentan captar e influenciar a sus audiencias para lograr adhesión a los sentidos de realidad que construyen.

La lucha de receptores y productores de comunicaciones se hace en condiciones desiguales de calidad y de posibilidades de circulación y expansión. La aceptación y naturalización del concepto de posverdad, y el imperativo de transparencia en reemplazo del debate y el acuerdo de confianza social como fundamento de lo político; por otro, propician la tergiversación de datos y la malversación de información. Al mismo tiempo, el avance en la concentración mediática agrava el

problema ya que clausura o deja en su mínima expresión la diversidad y multiplicidad de voces imprescindibles en una verdadera democracia.

Se plantea la necesidad de un debate y el diseño y puesta en marcha de acciones tendientes a superar el estado de desinformación y/o mala información a la que están sometidas las audiencias. Para ello, es necesario realizar un mapeo en las diferentes regiones del país que muestre cantidad de medios, calidad y diversidad de las fuentes, capacidad de difusión y circulación de información, entre otros indicadores, que permitan realizar un diagnóstico aproximado de la calidad y pluralidad de la información disponible. Conocer el mapa de situación, y debatir sobre la superación de la desigualdad comunicacional, supone el punto de partida necesario para emprender acciones posibles, desde un uso estratégico de las tecnologías y redes disponibles.

El estudio de diferentes pueblos, ciudades y regiones está en proceso para determinar los estadios de esa calidad. El mapeo, a esta altura, es un proceso en marcha. Sin embargo, poco a poco se van encontrando estimaciones y coincidencias que nos permiten determinar pautas de análisis que apuntalan las reflexiones y, sobre todo, las dudas que genera la calidad de la comunicación. Para poder posibilitar la orientación del estudio se hace necesario e imprescindible, determinar los espacios físicos y virtuales donde se comunica.

Los territorios

Calidad implica un nivel de aceptación, un umbral mínimo de aceptación de resultados y esperanzas. Calidad implica comparación con la falta de calidad, con la vulgaridad (territorio del vulgo), y también una diferencia con la mediocridad. Si hay calidad en la comunicación también hay mediocridad. Y tal como se observa en la actualidad, y en Argentina con mayor amplitud, la mediocridad es el terreno de la competencia de la comunicación. Aunque, justo es decirlo, lo que está en juego es el

periodismo y no la comunicación en general. El debate, entonces, es el territorio de la comunicación. Las virtudes y los defectos están en la piel de cada acción y palabra utilizada en la transferencia de información.

La comunicación en general, y por tanto la transmedial, necesita clarificar un concepto fundamental: el espacio, lugar o territorio donde se cumple la condición de la acción. Para existir intercambio de voces comunicantes debe especificarse o por lo menos intuirse un territorio que delimite el análisis. Para poder justificar, pensar, reflexionar y acordar en una cuestión y consecuencia mínima de aceptación de la acción comunicativa.

Esos territorios pueden ser reales, físicos, palpables, determinantes; y los actores de la comunicación son identificables y concretos. No es una identificación individual, es una confirmación de grupos de pertenencia o de lugar de procedencia del actor que posibilita conocer desde dónde se actúa. Conocer el estado de situación del comunicador así como del receptor permite interpretar las acciones y lo comunicado. Y en el caso de transmedia es exactamente igual, más allá de que los actores asuman los roles de prosumidores.

En este momento, y para aclarar nuevas realidades del proyecto de investigación, integrantes del equipo con adherentes alumnos, están registrando y haciendo un mapeo de las acciones relacionadas con la calidad en la comunicación en torno al conflicto educativo; al calor de las nuevas protestas por la baja de inversión en educación por parte del ejecutivo nacional. Los ámbitos o territorios de acción concreta son crecientes: la Facultad, la Ciudad Universitaria, la Ciudad de Córdoba, y Argentina como territorio mayor y convocante. El punto más simple del mapeo tiene implicación o consecuencia en lo nacional.

Además del lugar físico, hay otros territorios virtuales, hoy entendidos como digitales. En rigor no son lo mismo, pero los matices diferenciales pueden disminuirse a fin de diferenciarlos de los territorios físicos. Las redes sociales derivadas del uso de

internet son territorios virtuales y digitales. Son espacios de comunicación pero sobre todo de intercambio no mediado por grandes centros (más allá del software que los contiene).

En la actualidad, han cobrado una dimensión mayor de uso, no así de calidad. Convive cierto descontrol por la falta de control de la emisión, convive la verdad con la fantasía y la verosimilitud con la invención. Y con todo, son espacios donde se genera información aproximada a la verdad y de la multiplicación una cercanía con participación.

Dicha participación, indispensable para la existencia de la comunicación transmedia, es el lugar especial de entender una red mayor (internet) de redes menores específicas como ciertos software (Whatsapp, Facebook, Twitter, entre otros). Todos posibilitan la multiplicación, por ende la existencia de transmedia, pero no una calidad de la comunicación. Lo que sí es palpable es que las redes posibilitan alguna forma de compromiso y la intención de reflexionar sobre los acontecimientos y la forma. Por consiguiente, puede decirse que compromiso y reflexión son también territorios de intercambio. Territorios casi abstractos desde el pensamiento tradicional pero cercanos a los territorios que nos dejan las experiencias transmedia. Esto sería un pensamiento de virtualidad más allá de lo digital.

Para comprender el apartado precedente, podemos ampliarlo con conceptos que nacen del propio espíritu del equipo de investigación. María Belén Barroso y Alejandro Álvarez Nobell (2018) afirman que

Las narrativas transmedia pueden entenderse entonces como una dinámica que genera micro-revoluciones que socavan los procesos comunicativos tradicionales agonizantes en el mundo actual. La idea de transmedia asociada a medios, tecnologías, múltiples plataformas, novedad, interactividad, redes, entre otros conceptos, dispositivos y artefactos resulta altamente productiva en sus posibilidades de habilitar el diálogo y la

generación de redes. Así, la transmedia en la diversidad de lenguajes que alberga puede recuperar de un modo creativo lo esencial de la comunicación: el vínculo. No hablamos de niveles de participación de los receptores, sino que pensamos esa participación con un grado de involucramiento, de protagonismo que los transforma en los nuevos *prosumidores*.

Los acontecimientos transmediales

El día a día de nuestro país transforma a la vida en una realidad transmedial. Por momentos, hasta el mismo precio del dólar termina siendo mucho más que una noticia para multiplicarse vía redes como una transmedia con diferentes intervenciones de prosumidores de diversos rincones del planeta. Aunque es fácil medir que la gran mayoría de las participaciones tienen su origen en Argentina.

La constante de años hace que se licuen los efectos como transmedia de la multiplicación de una noticia, pero se acerca mucho a esa magnitud cuando algunos ejemplos están mediados por la virilización. Hoy, los hechos que antes se podían conocer como agenda de noticias, si cumplen ciertas condiciones, se vuelven transmedia. La participación, la multiplicación y la diversidad, son las vertientes fundamentales de estos nuevos procesos transmediales en Argentina.

Otro miembro del equipo, Nadir Secco (2018), hace su aporte para un caso particular que puede extrapolarse:

Las experiencias transmedia están atravesadas por distintas formas de relatos que construyen un universo narrativo, por esto pueden asumir distintas estructuras según qué características decidamos que prevalezcan sobre otras. El fútbol hace lo mismo, cuenta diferentes historias y en diferentes plataformas (con diferentes tecnologías) que pertenecen un

mismo universo narrativo. En ocasiones lo hace con datos, con historias de vida, con personajes heroicos, con cábalas y costumbres de un tinte religioso y por sobre todo con cantos que no solo cuentan el acontecer de la cancha, sino la vida de la sociedad en la que el fútbol nos identifica como iguales o distintos. Así desde fútbol más que contar historias, se cuenta la historia en tiempo real, de manera participativa y bajo el marco de una conversación constante, que dura 90 minutos, que no es predecible ni manipulable durante ese tiempo, transcurre de minuto a minuto, de segundo a segundo, abriendo nuevas posibilidades para decir, intervenir y hacer en un contexto en el que cada actor disputa sentido en su terreno.

¿Por qué vinculamos la calidad de la comunicación con la transmedia? Por la simple razón que la experiencia transmedia es una intervención, una participación, un contacto fluido entre actores de la comunicación. Por lo tanto, esta última debe su calidad a la forma y la modelización que dichos actores le imprimen, pero también a los que mediante acciones concretas y con intenciones claras, desvirtúan el sentido y la transferencia de información. Puede entender, de alguna manera, que un nuevo territorio se hace evidente, el de la confrontación entre acciones transmediales, con objetivos claros de ponerse en lados distintos del combate teórico. El resultado es una idea de enfrentamiento entre contendientes que expresan diferencias mediante comunicaciones que la situación transmedial las vuelve de riesgosa calidad.

Matias Colantti (2018), integrante del equipo de investigación suma aportes a la reflexión. Nuevamente sobre un caso particular que se puede relacionar:

Cada una de esas menciones dan cuenta de la construcción de sentidos que se determinan bajo ciertas lógicas del accionar simbólico de una hinchada. El MMLPQTP, sin embargo, se convirtió en un fenómeno porque logró trascender ese espacio, romper las fronteras y expandir sus sentidos en un horizonte más amplio dentro de las conversaciones sociales. El territorio

físico de la cancha generó tensiones entre un insulto masivo hacia la figura representativa de un poder institucional, que supuestamente está detrás de una serie de favorecimientos a un club, y una expresión de repudio con contenido de posicionamiento político en un contexto de época particular. Sin embargo, el territorio físico no es suficiente para comprender el alcance del cántico, y por eso el territorio digital es un elemento clave para analizar la dimensión política del MMLPQTP y su aspecto como experiencia de comunicación transmedia.

Las producciones y las investigaciones

El grupo de investigación se ha concentrado en estas reflexiones y deducciones, y ha producido dos resultados significativos. En primer lugar el *Manual de experiencias transmedias Contar (las) historias* (2018), ya publicado en dos versiones, la nacional y la internacional, donde se recogen las nuevas definiciones para experiencias transmediales con características sociales.

Y en segundo lugar, una nueva publicación analizará los efectos, las consecuencias y la virilización del conocido insulto al presidente Mauricio Macri, popularizado como MMLPQTP. Esta experiencia de comunicación se hace profunda y extensa por la multiplicidad que adquiere y la velocidad de propagación. Es conocido como "hit del verano" y aún está vigente en la sociedad argentina. Sin duda que es una experiencia transmedia, pero no planeada ni esperada. En esta ocasión es un territorio claro que nace en un lugar físico concreto, un estadio de fútbol, y que la transmedialidad apuntaló la dimensión sin límites de los resultados. Un territorio de humor que convive con la práctica política. Lo que implica otra ejemplificación de los territorios abstractos.

Barroso y Álvarez Nobell (2018) completan nuestro análisis cuando afirman

que:

La convergencia de contenidos, formatos y públicos en los nuevos escenarios comunicativos es sin duda un objeto de estudio de gran interés. Estamos ante procesos ecosistémicos hipermediados que pueden ser analizados desde perspectivas y prácticas que antes se concebían fragmentadas. En efecto, desde la biomímesis comunicativa se busca aportar esta mirada superadora, a partir de un modelo que atienda la dimensión integradora y participativa de la comunicación. Como vimos en el análisis del caso propuesto la aplicación del modelo biomimético de relaciones comunicativas permite comprender los fenómenos sociales emulando, a partir de una hipótesis y en términos de analogía, las explicaciones que el equilibrio de la naturaleza nos sugiere. A mayor profundidad en la extrapolación bioinspirada (otras relaciones intra e inter-específicas, otros modos de pensar la circulación de materia y flujo de energía, pirámides ecológicas, las estructuras y más funciones de los seres vivos, los biomas, entre otros.); mejores y más posibilidades de interpretar las narrativas transmedia y sus lógicas podrían presentarse.

Conclusiones

El presente trabajo intenta dar cuenta de las constantes reflexiones que un equipo de investigación tiene sobre una temática. Con demasiada frecuencia, afortunadamente, para dar respuesta a las múltiples preguntas que la calidad de la comunicación nos plantea a diario. Si hay cuestionamiento a la calidad, eso pone en riesgo a la propia comunicación; mediada, en nuestro caso, por la experiencia transmedia.

Los ejemplos citados que dan lugar a publicaciones son pensamientos que tocan directamente esa calidad y los riesgos mencionados. Ejemplos que nos dan otro

motivo de reflexión: lo efímero. Algunas propuestas transmediales, sobre todo nacidas en redes, tienen un primer componente de cercanía con lo efímero. El MMLPTQP fue denominado como "hit del verano" (por el diario La Nación) precisamente para darle importancia solo para los pocos días que restaban para finalizar dicha estación. Apuntaba, además, a darle el mismo valor que a los temas musicales que suelen salir para ser cantados y bailados por tres meses o menos, mientras los cuerpos se relajan. En fin, efímeros. Pero las redes, si pueden pensar como colectivo, no tienen las mismas intenciones. En las redes participan personas y si esas personas son capaces de reconocerse como pertenecientes a otros colectivos en la comunidad, el sentido se resignifica y lo efímero puede trocar en un momento, en una instancia que alimenta un proceso mayor que encontrará su cauce, su resolución en otros momentos, en un tiempo más extenso, que es el tiempo de la historia. Así, las redes pueden hacer que los veranos se alarguen y lo efímero se vuelva constante.

Belén Santa Olalla (2018), explica sobre el tema, tratando de ampliar el mundo de las reflexiones próximas a redes y transmedia:

Lo efímero tiene entonces esa capacidad de convertir lo vivido en una experiencia, en algo único e irrepetible que, aunque podamos capturar, nunca será lo mismo. Sin embargo, cuando estamos creando contenidos que están diseñados para vivir en un ecosistema digital permanente, ¿cómo podemos dotarlos de ese carácter experiencial?

Y una vez más, nace un nuevo conjunto que se suma a la definición de los territorios: el complejo mundo de lo efímero, lo digital y las experiencias.

Bibliografía

BARROSO, M. B. y ÁLVAREZ NOBELL, A. (2018). *#MMLPQTP, un fenómeno natural. Transmedia y biomimesis comunicativa*. En Ardini, C. y Caminos, A. *El hit del verano*, Córdoba. (En prensa).

COLANTTI, M. (2018). *Acá venimos a alentar: Los cantitos de cancha como una práctica que atraviesa lógicas de lo político*. En Ardini, C. y Caminos, A. *El hit del verano*, Córdoba. (En prensa).

SANTA OLALLA, B. (2018). *El poder de lo efímero en un ecosistema digital*. Ed. Innovación Audiovisual. Fecha de consulta: 24 Sept. 2018

<https://innovacionaudiovisual.com/2018/09/24/el-poder-de-lo-efimero-en-un-ecosistema-digital/>

SECCO, N. (2018). *Entre el gol y el meme: fútbol, transmedia y otras yerbas*. En Ardini, C. y Caminos, A. *El hit del verano*, Córdoba. (En prensa).