

# Nuevas tecnologías, redes sociales, transformaciones y segmentación de la esfera pública, articulaciones con la cultura política e impactos en la información y el periodismo

Fabio López de la Roche\*

Universidad Nacional de Colombia

<https://doi.org/10.15446/frdcp.n24.108439>

Cada semestre y a veces con mayor frecuencia, asistimos al surgimiento de nuevos fenómenos y procesos relacionados con el mundo digital, las redes sociales virtuales y sus articulaciones con la inteligencia artificial. Y a reflexiones y debates públicos sobre esos fenómenos y procesos. Ejemplos recientes de esto son las discusiones ciudadanas y las decisiones de algunos gobiernos de prohibir la plataforma de origen chino Tik Tok o las columnas de prensa y deliberaciones expertas sobre los riesgos y desafíos del Chat GPT y de los Programas y Sistemas de Inteligencia Artificial, en el campo de la educación o de los derechos de autor.

Como lo veremos en el dossier, una de las preocupaciones académicas centrales de la última década tiene que ver con los efectos sociales, políticos y cognitivos de los algoritmos, como modelo comercial organizador de las grandes plataformas de medios.

Los impactos de la entrada progresiva de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información ligadas al mundo digital, a la par con las mediaciones sociales

---

\* Ph.D en Lenguas y Literaturas Hispanoamericanas por University of Pittsburgh, Estados Unidos. Historiador, Analista Cultural y de Medios de Comunicación. Profesor asociado de la Universidad Nacional de Colombia, Instituto de Estudios Políticos y Relaciones Internacionales (IEPRI). Coordinador del grupo de investigación "Comunicación, Cultura y Ciudadanía" de la misma Universidad. Director del Centro de Pensamiento en Comunicación y Ciudadanía de la Universidad Nacional de Colombia. Correo electrónico: felopezd@unal.edu.co

## Cómo citar

---

López de la Roche, F. (2023). Nuevas tecnologías, redes sociales, transformaciones y segmentación de la esfera pública, articulaciones con la cultura política e impactos en la información y el periodismo. *FORUM. Revista Departamento Ciencia Política*, 24, 6-26. <https://doi.org/10.15446/frdcp.n24.108439>



que tamizan esas influencias, evidencian incidencias significativas en la vida social, en la política, la educación, la subjetividad, los estilos de conocimiento, la promoción del diálogo o de las brechas generacionales, como también en el campo periodístico.

A esas transformaciones tecnológicas de la comunicación digital se suman las transformaciones y los relevos generacionales, que traen a la actividad social, política y cultural, temas, valores, intereses y memorias diferentes de las de generaciones anteriores. Nuevas sensibilidades tecno perceptivas producto del nuevo *sensorium* y nuevos estilos de consumo de medios que desafían viejas centralidades de la prensa, la televisión y la política.

Con la convocatoria para este dossier quisimos reunir distintos elementos de análisis que aportaran a la comprensión de la nueva —ya no tan nueva— esfera pública híbrida y fragmentada de nuestros días, pero también de un amplio conjunto de incidencias de las redes sociales digitales sobre la sociedad.

Presentaremos a continuación, comentándolos críticamente y expandiendo la conversación teórica y política sobre algunos temas fundamentales de debate, los artículos seleccionados e incluidos en el dossier.

El artículo de reflexión filosófica de Antonio Gabriel Michou, “Metamorfosis del triángulo antropológico tras la década de 1970”, aporta ideas importantes para pensar filosóficamente, con Foucault, Deleuze y Shoshana Zuboff, entre otros autores, las transformaciones de los mundos del trabajo, la vida y el lenguaje desde los años de 1970 hasta hoy.

De acuerdo con el autor, a partir de la década de los años de 1970, al abandonarse el modelo industrial de producción y consumo, estaríamos asistiendo a transformaciones importantes en el modo de pensamiento, relacionadas íntimamente con la redefinición de lo humano, que se expresaría en un conjunto de metamorfosis en las superficies en las que se lleva a cabo su praxis vital —el lenguaje, el trabajo y la vida—:

Con los nuevos soportes de extracción de valor, el concepto de vida y el de cuerpo se visualizan, si seguimos a Beatriz Preciado y a Paula Sibilia entre otros, como una antigualla frente a las posibilidades que se despliegan en materia de gestión política del cuerpo y gubernamentalidad del ser vivo. Estos desplazamientos simultáneos desafían los criterios tradicionales de ordenamiento y demuestran que la vida junto con el trabajo y el lenguaje, lejos de ser universales trans históricos, son susceptibles de modificación en función de variantes técnicas.

En cuanto a las transformaciones en el mundo del trabajo a partir de la crisis de los años de 1970, se expande la ideología del libre emprendedurismo, como correlato de la precarización y de los mecanismos de autoexplotación:

El modelo fordista divide el trabajo manual y el trabajo intelectual mediante una organización espacial que permite, si seguimos a Foucault, la vigilancia y supervisión permanente y piramidal. En él los trabajadores tienen acceso al lenguaje en breves pausas o bien cuando se emprende un sabotaje, dado que la comunicación interrumpe la producción. En contraste, la época post-fordista se define por la transformación de la línea de producción en flujo informativo. La gente trabaja comunicándose, por este motivo el capitalismo contemporáneo que comenzó a configurarse a partir de la década del 1970 es llamado “capitalismo cognitivo”, aunque también recibe otros nombres como el de “capitalismo de vigilancia”, y si bien cada expresión supone un enfoque singular estos redundan en señalar a los operarios como obligados a representarse a sí mismos constantemente en una comunicación ininterrumpida con las autoridades, donde se exponen con completa transparencia los motivos detrás de las acciones pasadas o futuras.

Como parte constitutiva de “esta nueva ontología del hombre”, asistimos también a la construcción de una nueva esfera pública, sobre la base de las plataformas comunicacionales:

La gubernamentalidad de algoritmos expande o suscribe la subjetividad hacia su perfilización, que no es simplemente una duplicación del objeto-sujeto. Frente a la pretendida autodeterminación del sujeto moderno que exponía Martuccelli, frente al cambio de rumbo de las Ciencias Sociales hacia la individualidad como mónada que singulariza el entramado social a partir de la década de 1970, emerge la figura epistémica del perfil: “El perfil es un conjunto de trazos que no concierne a un individuo específico, sino que expresa relaciones entre individuos, siendo más impersonal que intrapersonal” (Rodríguez, 2019, p. 357). El perfil, una figura sintética de la vida, es un esquema o concepto de sujeto cuya identidad no interesa más que la molécula a la termodinámica.

Ese resultante “homo communicans”, propio de este “capitalismo informacional” o “capitalismo de las plataformas”, que no atiende a criterios de verdad o falsedad sino de performatividad y “de un cierto aparecer constante”,

Es el individuo mismo que lleva adherido a su cuerpo y a su mente el dispositivo de vigilancia ubicua de audio e imagen, datos biométricos, a través de los que el mismo puede vigilar y ser vigilado, y que a su tiempo vehiculiza su aparición en el mundo. Todo es accesible para el individuo y el individuo a su vez es accesible para todos. [...]

El homo communicans, cuya superficie es compartida por los ámbitos del trabajo biopolítico y de las metamorfosis del lenguaje, desarrolla su vida en un espacio tiempo curvados digitalmente gracias a la conversión del mundo habitable en información y de la información en mundo habitable. En este marco, la gubernamentalidad algorítmica, como cierta mutación de la economía política, sería un tipo de racionalidad post-normativa o post-política que reposa sobre la recolección, agrupación masiva y análisis automatizado de datos plenamente positivos, para modelizar, anticipar y afectar comportamientos.

El artículo “información, democracia y libertad en la era de la segmentación: apuntes sobre una relación compleja”, de Dune Valle y Fredy Pinilla, aborda el tema de los impactos que la segmentación y la personalización, estimuladas por los algoritmos

de inteligencia artificial, están generando en la sociedad, en el acceso a la información y al conocimiento por parte de los usuarios de las redes sociales, como también en sus preferencias políticas y en su sustracción de un amplio espectro de posibilidades informativas y deliberativas.

En nuestro actual “capitalismo de datos”, “el motor de esta fase del capitalismo sería la experiencia humana transformada en datos de comportamiento que, a través de las huellas que vamos dejando en internet con cada búsqueda, interacción, click o like, se transforman en la gran mina de oro del presente siglo”. La segmentación algorítmica resulta altamente problemática para la calidad de la información, para el ejercicio bien informado de la ciudadanía y para el pluralismo político y cultural de la sociedad:

Otra arista de la segmentación o personalización propia de los filtros de información o [de las] también llamadas cámaras de resonancia que actúan según la programación de los algoritmos de la inteligencia artificial y [que] siguiendo la segmentación o perfil de cada usuario envían cierta información, contenido que se ajusta a cada perfil ideológico [de los] usuarios, [tiene que ver con cómo terminan] limitando así las posibilidades cognitivas de los usuarios previamente perfilados.

Abordando el tema de las relaciones entre segmentación y democracia, los autores dialogan con la crítica de Eli Pariser a lo que él denomina el “filtro burbuja”, manera de nombrar a los algoritmos que filtran los contenidos en los buscadores y redes sociales de la web:

Su principal preocupación es por las consecuencias que tiene para la democracia la utilización de estos filtros, pues la democracia necesita de ciudadanos que puedan situarse desde otros puntos de vista, que puedan ponerse en el lugar de otros; es decir, que sean capaces de plantear un diálogo respecto a hechos compartidos.

Valle y Pinilla observan también que estos procedimientos no serían tan problemáticos si esa personalización solamente estuviera relacionada con la publicidad dirigida, y nos recuerdan cómo los ciudadanos usuarios de las redes estamos recibiendo de Facebook, Yahoo y otras redes sociales noticias personalizadas de esas plataformas que se han convertido en importantes fuentes de información. La relación entre poder e información es ahora central en este “capitalismo de datos”:

Incluso, como sostiene Byung Chul Han (2022), nos encontraríamos frente a una nueva forma de dominio, un régimen de la información [...] en la que la información y su procesamiento mediante algoritmos e inteligencia artificial determinan de modo decisivo los procesos sociales, económicos y políticos. A diferencia del régimen de la disciplina, no se explotan cuerpos y

energías, sino información y datos. El factor decisivo para obtener el poder no es ahora la posesión de los medios de producción, sino el acceso a la información, que se utiliza para la vigilancia psicopolítica y el control y pronóstico del comportamiento.

Los riesgos políticos del nuevo ecosistema comunicativo e informativo son muy altos pues a las prácticas tradicionales de desinformación, manipulación y polarización tendríamos que adicionar “la perfilación de datos psicométricos extraídos de las redes sociales para anticipar con precisión las ideas y decisiones individuales, la personalización de la propaganda y la capacidad de los bots para imponer agendas y manipular el peso de las informaciones que se difunden” (Forti, 2022). De esto ya hemos visto suficiente evidencia en las campañas de Donald Trump y de Jair Bolsonaro, y en el caso de esos dos presidentes, como jefes de gobierno, del papel de las redes sociales en la descalificación del sistema electoral, de los resultados electorales adversos a ellos y en la movilización violenta de sus partidarios, en los episodios de la toma del Capitolio y del Palacio de Planalto.

En varios apartes del texto los autores plantean cómo la segmentación algorítmica y la personalización de la información se articulan y retroalimentan muy bien con la proliferación de *fake news*, con la desinformación y la posverdad, así como las teorías conspirativas. Este tipo de prácticas comerciales de segmentación de la información favorecerían las polarizaciones políticas y sociales que atraviesan hoy a nuestras sociedades.

El tema de las burbujas informativas, los algoritmos y las cámaras de resonancia, y cómo interactúan con emociones, percepciones políticas y necesidades individuales y colectivas de personas y grupos, resulta clave para la comprensión de la génesis de percepciones conspirativas o de adhesiones políticas a candidatos *outsiders*:

Junto a las predicciones definidas por los algoritmos están aquellas que elegimos personalmente, de esta forma se terminan de constituir las cámaras de resonancia o eco. Se produce así un aislamiento intelectual, lo que impide que nos situemos en el punto de vista de otros, pues las burbujas informativas refuerzan las propias ideologías o puntos de vista personales y por lo mismo afectan nuestra visión de la realidad. Llegando a influir o determinar nuestra idea respecto a temas de alto impacto como el tratamiento de la Covid-19 y la vacunación o los problemas medioambientales (Blanco, 2021).

Varias de las reflexiones de los autores nos invitan a una exploración investigativa a fondo de muy distintos fenómenos que están sucediendo hoy en el subsistema de las redes sociales y de sus usuarios y que están afectando radicalmente las configuraciones culturales y políticas de la especie humana:

Es más, tal como afirma Galdon (2019), parece ser que ese diseño permite y estimula la proliferación de grupos en la autoafirmación de sus principios, prejuicios e ideologías, dado que por la influencia de las cámaras de resonancia se distancian completamente de visiones o interpretaciones distintas de la realidad. Ahora bien, como señala la autora, una de las consecuencias más visibles sería la escasa visibilidad que para estos grupos de autoafirmación o tribus (Han, 2022) tienen las ideas distintas o contrapuestas, pues la estructura comunicativa que imponen los algoritmos implica que la expansión de Internet a segmentos cada vez más amplios de población, combinada con su capacidad movilizadora, de acceso a información, opinión, desinformación o propaganda, y de construcción de identidad a través de la búsqueda de otros usuarios similares, genera nuevos universos donde encontrar pares, aliados, colaboradores, o conversos (ibídem). Por lo que es más probable que nos creamos un rumor o una teoría de la conspiración si concuerda con nuestra visión del mundo (Innerarity y Colomina, 2021, p. 15; Thompson, 2017).

Fenómenos como la altísima votación por el candidato Rodolfo Hernández, en la elección presidencial de Colombia de 2022, no solamente en la segunda vuelta, cuando su votación se vio incrementada por el apoyo de los precandidatos de la derecha y de los opositores al candidato izquierdista Gustavo Petro, sino sobre todo su alta votación que le llevó al segundo lugar en la primera vuelta, son fenómenos que muy seguramente están comenzando a ser reflexionados e investigados por las ciencias sociales y los estudios políticos, en sus articulaciones con las dinámicas de las plataformas virtuales y redes sociales. Así como la nueva esfera pública híbrida y fragmentada de nuestros días.

Un importante tema que abordan tangencialmente los autores pero que merecería elaboraciones mucho más amplias y pormenorizadas dada la enorme importancia del asunto, tiene que ver con la pérdida o fuerte erosión en el nuevo ecosistema informativo y comunicativo que se ha venido configurando, en la nueva esfera pública híbrida, de la función de intermediación que ejercían los medios de comunicación tradicionales y el periodismo. La situación que se configura es compleja, porque además de la segmentación y personalización algorítmicas de la información bajo el nuevo orden político-comunicativo del capitalismo de las plataformas, con todos sus efectos de fragmentación, asistimos a la conformación de un sistema comunicativo segmentado además, por la crisis de audiencias de los medios del *broadcasting*, de la televisión, la radio y del consumo de periódicos y revistas.

Frente a la situación de los años de 1990 cuando la televisión estaba en su pico más alto de popularidad en América Latina y cuando los publicistas y analistas de medios afirmaban con total seguridad que “lo que no pasa por la televisión no existe”, hoy día la centralidad de ese medio en la vida social es un fenómeno del pasado. Pero el tema crucial es no sólo que la televisión abierta ya no tiene esas funciones de integración que se le atribuían años atrás, sino que en el actual ecosistema comunicativo hegemonizado tendencialmente

por las redes sociales, no está para nada clara la necesaria función de intermediación de los medios entre clases sociales, regiones, generaciones, etnias, géneros y diversidades sexuales, experiencias barriales y veredales urbanas y campesinas, entre otras.

Otro asunto crucial que los autores apenas mencionan pero que tiene que ser profundizado y desarrollado por nuevos estudios es todo lo relacionado con la reacción y relación del campo del periodismo con todos estos nuevos fenómenos que afectan la esfera pública contemporánea, la cultura política y la ciudadanía:

Actualmente el ejercicio periodístico está estigmatizado, se pone en duda la información entregada por los comunicadores y los nuevos usuarios prefieren buscar datos en las redes sociales, Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok generan cadenas de información donde la gente cree con más seguridad en estas publicaciones que en las noticias entregadas por un medio formal. [...] Profundizando esta problemática Innerarity y Colomina (2021) señalan que este proceso de desintermediación supuso el fin del monopolio de los intérpretes de la realidad; de aquellos que seleccionan los hechos, los combinan entre sí para crear un relato que interpreta la existencia para ser comprendida y compartida. Llevamos años de erosión del periodismo de referencia. La lógica del click, de la información alternativa, de la opinión espontánea, de la movilización a través de la red y de la amplificación de las percepciones personales por encima del conocimiento razonado han mermado la relevancia de la prensa, de los partidos políticos, los sindicatos o incluso de los debates parlamentarios como mediadores necesarios para la conformación de una opinión y capacidad de decisión informada.

Algunos periodistas, sobre todo de televisión, expresan claramente la pérdida de relevancia social de sus medios o dejan ver, muchas veces al aire, una cierta impotencia frente a la reducción del peso simbólico de sus medios y el creciente poder de las redes y plataformas digitales.

Si bien en medio de estas consideraciones críticas frente al capitalismo de las plataformas los autores reconocen también las posibilidades de las redes sociales para desarrollar procesos y escenarios democráticos, es claro que se requiere diseñar alternativas ciudadanas e institucionales para manejar los aspectos más problemáticos generados por el nuevo entorno comunicacional.

Juan David Cárdenas en su escrito “Las nueva(s) culturas(s) políticas de construcción mediática de la protesta social en Colombia. Reflexiones sobre el paro nacional, 2021”, nos presenta su investigación sobre un hecho que como el Paro Nacional del 28 de abril de 2021, evidenció como ningún otro, un proceso inédito de apropiación ciudadana por parte de los manifestantes/usuarios de medios, de recursos y herramientas de comunicación digital para construir su propia perspectiva sobre la movilización, pero de otro lado, una presencia crítica y autónoma inédita, de un amplio conjunto de nuevos medios digitales ciudadanos que le disputaron decididamente a los medios hegemónicos el liderazgo

en la construcción mediática de la realidad de lo que sucedía durante el paro en los frentes urbanos de protesta y de enfrentamiento con la Fuerza Pública.

Para el estudio de la cultura política de la protesta y del proceso de configuración de una cultura política mediática participativa, en el contexto de la convergencia digital, el autor se apoya en las elaboraciones de Henry Jenkins y otros estudiosos de las relaciones entre el mundo virtual y las movilizaciones ciudadanas:

Esta cultura mediática de la protesta se caracteriza por su naturaleza digital, colaborativa, (Jenkins, 2009) multimedia, híbrida y por la capacidad de generar unas competencias (Levy, 2000) y unos hábitos que derivan en una ciudadanía más activa, más influyente [...] (Hannah et al., 2016).

La convergencia digital tiene un impacto fundamental sobre la construcción de la realidad en términos de dos fenómenos definidos por Hanna et al. (2016) como la “digitalización” y la “realización”. La primera entendida como la “representación de hechos o situaciones reales en el mundo digital. Esto transforma un evento físico único en algo permanente y compatible en el mundo digital, trayendo así lo real a lo digital” (2016, pp. 158-159). La segunda, entendida como el ‘uso del activismo digital para tener un impacto en el mundo real’ (2016, p.159)”. Esos dos procesos se alimentan de la conceptualización de Jenkins sobre las “culturas participativas” en los entornos políticos y culturales contemporáneos:

El concepto serio planteado inicialmente por Henry Jenkins (2009) como una cultura con las siguientes características: barreras relativamente bajas para la creación artística y el compromiso cívico, fuerte apoyo a la creación y el compartir de dichas creaciones entre las personas, procesos de mentoría informativa de los más experimentados a los más novatos, miembros que consideran que sus contribuciones son importantes y miembros que sienten algún grado de conexión con otros miembros. (Jenkins, 2009, pp. 5-6)

Cárdenas vincula también las nociones de “periodismo público con funciones culturales” y de manifestante-reportero/reportero-manifestante de Pearce y Rogers que resultan muy pertinentes para el análisis del papel del periodismo digital alternativo y de los manifestantes/reporteros en las protestas ciudadanas del paro nacional en Cali y otras ciudades de Colombia:

Este fenómeno puede identificarse en prácticas definidas por Pearce y Rogers (2020) como “periodismo público con funciones culturales” que puede ser ejercido por medios nativos digitales o ciudadanos con el objetivo de “presentar ideas contrahegemónicas, proporcionar un foro de debate, representar las preocupaciones de las voces colectivas, capturar imágenes de protesta, honrar y reconocer a los mártires y recordar colectivamente movimientos pasados”.

[...] [Los autores] introducen, igualmente, el concepto del manifestante-reportero/reportero-manifestante en donde el rol del prosumidor planteado por Jenkins aflora influyendo en el proceso de construcción alternativa de la realidad, generando procesos de contra enmarcamiento de la realidad (Chong y Druckman, 2011). Este fenómeno hace confluír la presencia física con la presencia digital permitiendo el acceso directo al episodio de protesta y un margen de control sobre el mensaje “subiendo fotos y videos que capturaron las emociones de los movimientos y creando un registro de memoria para las generaciones futuras. Particularmente potentes son las imágenes capturadas de violencia contra los manifestantes, que podrían servir para una mayor legitimación pública. (Pearce y Rogers 2020)

Esa cultura participativa que está expresándose también en las movilizaciones sociales se está nutriendo de las nuevas competencias y destrezas que el mundo digital ofrece a los ciudadanos para su empoderamiento como usuarios consumidores, pero también productores de medios —“prosumers”—:

Los ciudadanos de todo el mundo crean y distribuyen mensajes a través de redes interpersonales y en línea a un ritmo rápido y cada vez más acelerado. Armados con herramientas económicas para capturar, editar y organizar, las personas tocan en un vasto océano de datos en tiempo real y contenido multimedia para promover relaciones personales y políticas intereses. Funciones antes monopolizadas por un puñado de instituciones jerárquicas —por ejemplo, periódicos, estaciones de televisión y universidades— han sido usurpados por editores independientes, videos compartidos sitios, bancos de conocimiento sostenidos en colaboración y entretenimiento generado por fans. (Delwiche y Henderson, 2013, p. 3)

Algunas de las conclusiones del autor sobre el paro nacional de 2021 en Colombia reconocen el papel informativo contrahegemónico y de denuncia de los graves abusos de la policía, jugado por los medios digitales alternativos:

Los medios nativos digitales actuaron como un conglomerado que podría definirse bajo los parámetros de la cultura participativa colaborando en distintos productos que terminaron forjando una narrativa contrahegemónica y dejando en evidencia, gracias también a la contribución de la ciudadanía presente en redes sociales y sus fotos, videos y demás contenidos, todo tipo de abusos de autoridad y situaciones anómalas que se presentaron en el marco del paro nacional.

En esos dos meses del paro nacional se produjeron avances clave en la digitalización informativa de la movilización social, en la organización y colaboración entre los medios digitales alternativos para ofrecer una información fidedigna sobre los hechos del Paro, controvertir la información oficialista y denunciar los gravísimos abusos policiales contra los manifestantes, silenciados por los medios tradicionales:

La capacidad de las personas de fungir como prosumidores y convertirse en fuente y a la vez aliado de los medios nativos digitales aceleró el proceso de digitalización (Hanna et al., 2016) de los acontecimientos del paro y la consolidación de un relato político-mediático sostenido en el uso de los lenguajes del periodismo digital y el uso de las herramientas tecnológicas multimediales que permitieron una combinación adecuada de elementos cognitivos –racionales, con el uso de estadísticas, geolocalización, bases de datos, etcétera– y emocionales –material audiovisual, testimonios, crónicas, ilustraciones– que se alimentaban de esa misma comunidad que se manifestaba y paralelamente documentaba y representaba mediáticamente su experiencia de la mano de los medios nativos digitales.

Sin duda alguna, el cubrimiento informativo por parte de los medios digitales alternativos de los sucesos del paro nacional de 2021 implicó un avance sustancial en el país en términos de un periodismo alternativo independiente, organizado, colaborativo, con nuevas competencias técnicas y comprometido con el interés público:

La protesta social en Colombia muestra un tránsito hacia una nueva cultura política de la protesta en donde el fenómeno de la digitalización, más allá de la pandemia, es una realidad que transforma los repertorios de protesta, consolida nuevos espacios para su desarrollo, hace emerger nuevos actores que influyen su desenvolvimiento y exige de quienes la contienen y quienes la mediatizan nuevas aproximaciones para entender estos cambios y abandonar los paradigmas que tradicionalmente han dominado en los ámbitos políticos y mediáticos frente a la protesta social.

El artículo de Mario Guerrero, “Discursos, narrativas de odio y reconciliación” aborda, en una perspectiva comparativa, el tema de las narrativas de odio y cómo ellas favorecen la continuidad o el relanzamiento de viejas confrontaciones políticas, étnicas o religiosas a la luz de coyunturas nuevas de conflicto o de competencia político-electoral. Guerrero presta también atención especial al papel positivo que pueden jugar las redes sociales y las plataformas digitales en la transformación de los discursos y las narrativas de odio y encuentra en el trabajo desarrollado por la Comisión de Esclarecimiento de la Verdad en Colombia un buen ejemplo de cómo elaborar y avanzar desde distintos lenguajes y recursos narrativos y simbólicos en la generación de nuevas narrativas sobre la reconciliación y en la erosión de viejos y nuevos discursos de odio.

El autor nos plantea así el porqué es clave pensar el tema de las narraciones en términos individuales y colectivos:

Así, es en las narraciones donde cada grupo encuentra sus sentidos colectivos ¿dónde, cuándo y cómo surgimos como grupo?, ¿quiénes están presentes en nuestras historias y quiénes no lo están?, ¿quiénes somos nosotros y quiénes son los otros?, ¿qué valores, creencias y principios tenemos? Es también a partir de estas preguntas que se generan los marcos de explicación de los conflictos armados como mitos sobre el surgimiento de las disputas, las razones para

mantenerla, los pecados y atrocidades del bando contrario, los inminentes peligros de ser aniquilados por los otros y en ello se sustenta la justificación para aniquilarlos primero.

Con Alicia Barbero, Jerome Bruner, Andrei Gómez-Suárez y otros autores, Guerrero elabora sobre las narrativas del odio como una de las trampas del conflicto, considerando la comunicación pública como un contexto de producción y reproducción de la violencia y la dimensión comunicativa/cultural como “un ámbito estructural del desarrollo de los conflictos internos armados y como forma de entender su persistencia en el tiempo”:

Teniendo en cuenta los casos de Irlanda y Sudáfrica, es posible ver que la eliminación o control de los discursos de odio no ha solucionado el problema del odio en esas sociedades, sin embargo, ha sido uno de los enfoques principales de las misiones de paz de la Organización de Naciones Unidas (ONU) por décadas, con resultados positivos en algunos escenarios pero también negativos como en el caso de Ruanda, y de manera reciente ha sido renovado con el United Nations Strategy y Plan of Action on Hate Speech (2019).

El autor nos recuerda la historia de la Violencia colombiana de las décadas de 1940, 1950 y 1960, con sus componentes discursivos y narrativas de intolerancia político-cultural entre liberales y conservadores, como también nuestras más recientes polarizaciones entre izquierdas y derechas, uribistas y antiuribistas y cómo se activan por ciclos o coyunturas ciertas narrativas de odio ligadas a nuestras intolerancias pasadas y presentes:

Pero los discursos de odio no son permanentes en la esfera pública colombiana, sino que la reactivación de esta imagen del enemigo, se da en fechas claves como elecciones políticas, como se puede ver gracias a herramientas de estadísticas de visualización de contenidos en internet como Google Trends. Así para el término “comunismo” se encuentran picos máximos entre febrero y mayo de 2018, y entre marzo y junio de 2022, lo que coincide con periodos de elección presidencial en Colombia, y para el término “guerrillero” aproximadamente para los mismos periodos. Cabe mencionar que la visualización de contenidos no se limita a contenidos propios del país sino a visualizaciones que se hacen desde Colombia, de modo que pueden ser contenidos que hablen de este tema sobre otros países.

Guerrero se refiere al Plebiscito por la Paz de octubre de 2016 en Colombia, a su manejo político por parte de la derecha política y a sus resultados negativos para la paz, como un ejemplo claro de la imposición de esas narrativas del odio. Guerrero observa cómo en Colombia de manera similar a otros escenarios de conflicto, la polarización produce un entorno permanente de “reactividad política basada en las emociones” – impotencia, temor, odio, etcétera–, el cual genera una constante tendencia de los públicos a seleccionar información que reafirma su perspectiva política y su visión de los conflictos y descalifica aquella información que contradice sus convicciones y puntos de vista:

En entornos de conflictos violentos, donde los discursos y narrativas generan marcos políticos maniqueos, de odio y de construcción del enemigo, y presionan a los individuos a tomar partido, esta tendencia se exagera resquebrajando la esfera pública como lugar de encuentro y desnaturalizando los espacios públicos de diálogo; de esta manera la comunicación se atomiza debido al aislamiento individual en el que cada persona escoge los medios de comunicación porque saben que se sentirán a gusto con las opiniones allí expresadas y los marcos de análisis de los hechos, generando múltiples comunidades de pensamiento similar que simulan la esfera pública pero que realmente solo son proyecciones de la propia subjetividad, el individuo se convence de que la mayoría de personas piensa como él reafirmando aún más su punto de vista.

El efecto “cámara de eco” presente en la cultura mediática contemporánea, en virtud de la conformación de esas “burbujas de información”, tematizado críticamente en varias de las contribuciones incluidas en el presente dossier, no solo favorece un cierto ensimismamiento de los ciudadanos usuarios de medios y redes sociales digitales en sus propias perspectivas, sino que al mismo tiempo desestimula el conocimiento de opiniones y puntos de vista contrarios a los propios, actitud que resulta clave para fortalecer el pluralismo político y la capacidad de generación de acuerdos y consensos básicos en una sociedad democrática.

A los radicalismos, fragmentaciones y polarizaciones propias de nuestra historia y de nuestra cultura política, se suman las derivadas de las nuevas segmentaciones algorítmicas:

Ahora bien, los nuevos medios de comunicación digitales han multiplicado las posibilidades de segmentación del diálogo público, no sólo permitiendo a las personas autoaislarse fácilmente –con un solo click– en estas cámaras de eco, sino potenciándolas de manera activa debido a la aplicación, por parte de las corporaciones de redes sociales, de algoritmos de identificación de identidades de consumo de información y bienes. Estos algoritmos de inteligencia artificial, sobre la base de historiales de búsquedas e interacciones en el mundo digital, crean perfiles sintéticos de consumo de información y bienes de las personas, promoviendo activamente que más información similar llene los *newsfeed* y los “muros” de cada usuario y descartando otra información que se supone opuesta a los intereses personales, favoreciendo el surgimiento de burbujas de información o como han sido llamadas en la literatura académica burbujas de filtro (Pariser, 2011), creadas por “algoritmos que crean un universo único para cada uno de nosotros que alteran fundamentalmente la manera como accedemos a ideas e información”. (Pariser, 2011, p. 9)

Guerrero llama la atención sobre un fenómeno subrayado también por algunos de los artículos del presente dossier, y que tiene que ver con la falta de conciencia de los usuarios de medios acerca de las mediaciones algorítmicas:

Lo más peligroso de esta segmentación es que las personas no son conscientes de ella, y no la realizan mediante actos voluntarios, sino que es establecida de manera artificial y oculta por parte de rutinas de software que obedecen solamente a intereses corporativos privados y no son validados de manera pública, aun cuando las plataformas tecnológicas se esfuerzan en defender su neutralidad. (Sharot y Sunstein, 2020)

No sobra decir que esta constatación plantea a las universidades, institutos de investigación, fundaciones y asociaciones que trabajamos en temas de educación para los medios de comunicación y ciudadanía, un nuevo frente de trabajo, adicional a los tradicionales de lectura crítica de medios y alfabetización para los medios –“media literacy”–.

Elaborando con Senehi (2002) la relación de las narraciones con la cohesión y la estructura social y con Kelly y Hamber (2004) algunas premisas básicas para la reconciliación, Guerrero aboga por “promover el reemplazo de las narrativas de odio anidadas en las sociedades, como proceso de cambio cultural profundo” y nos propone que:

Una vez identificadas las narrativas de odio ¿Cómo realizar intervenciones para reemplazarlas? A este respecto, la teoría de las narrativas transmedia (Jenkins, 2007; Scolari, 2013) [...] desarrollada en el ámbito comunicativo del entretenimiento, brinda claves para desarrollar propuestas comunicativo-culturales de amplio alcance que permitan involucrar, como agentes activos (prosumidores), a diferentes públicos en una construcción colectiva de sentido alrededor de nuevos significantes.

El artículo de Acevedo, Acosta, Maya y Crawford, “Apropiación tecnológica, subjetividades y trivialización política: campaña presidencial colombiana en Twitter de 2018”, evidencia cómo los mensajes en Twitter, a través de los “me gusta”, los retuits y los comentarios, interactúan con información audiovisual, portales de noticias, mensajes producidos por influencers, o hashtags, y usan las menciones directas –@– y los nombres de otros usuarios, configurando unas interacciones multimediales y transmediales que amplían el discurso propiamente lingüístico de los mismos tuits. Los usuarios de Twitter “se apropiaron de herramientas para la edición de imágenes, a través de sus smartphones [para] modificar e intervenir imágenes anteriormente editadas, lo que permitió su constante resignificación, transformando sus contenidos y reconstruyendo sus propósitos”.

Para los autores, la apropiación tecnológica en Twitter en la campaña presidencial de 2018, aparece como orientada a destruir la imagen del contrincante y a favorecer la propia, sobre la base de una espectacularización política y el ridículo político: “esta estrategia de marketing vende la imagen positiva de un candidato, trivializa y anula al contrario, desvía la atención de la ciudadanía lejos de un debate político y la acerca a un conflicto banal”. Se trataría de “obtener la victoria en la discusión a cualquier costo”.

La destreza en el uso y edición de las imágenes pareciera correr pareja con la manipulación de las emociones y la trivialización del debate político:

En el caso de las campañas presidenciales, esta situación estuvo desvinculada de los hechos o del conocimiento sobre los programas políticos propuestos por los candidatos, es más, muchas de las imágenes y los videos editados poco o nada tenían que ver con dichas propuestas. Más aún, estos recursos fueron logrados gracias a la apropiación y al conocimiento de la herramienta tecnológica, e implementados para aludir a la emocionalidad como estrategia de tergiversación de la información. Lo anterior se evidenció en confrontaciones en las que se opacaba al interlocutor con un meme impactante, que servía para que los demás participantes se concentraran en la imagen, mientras se invisibilizaba al emisor inicial, aunque su discurso tuviera más conocimiento o coherencia con relación a los proyectos políticos de los candidatos.

El artículo pone de presente cómo, producto de estas apropiaciones tecnológicas, se crean nuevas subjetividades como las de consumidores pasivos, las de sujetos más funcionales ligados a los Bots y los Trolls, pero también sujetos tecno políticos y ciberactivistas. Los autores subrayan cómo también:

Hay sujetos que, en la dinámica del consumo pasivo, no logran trascender hacia una crítica, son quienes comparten información mientras navegan en el inmenso mar de la red, sin poder discernir entre la basura y la información confiable. Estos sujetos no dan el siguiente paso hacia la apropiación con un propósito ni posición política, y como consumidores pasivos, pueden ser, en el mundo análogo, susceptibles a abstenerse o vender su voto.

La actuación de esos nuevos sujetos de la actividad política en la red ha producido transformaciones significativas creando tendencias e influencias en la opinión pública. Redes sociales como Twitter han permitido que muchas personas que en la época de la hegemonía de los medios tradicionales del *broadcasting* —medios de emisión abierta— no contaban con espacios de visibilidad y la sociedad difícilmente podía saber qué pensaban, ahora puedan expresar sus percepciones, opiniones y puntos de vista. Mucho más cuando esos medios tradicionales le daban voz de manera privilegiada a los partidos y a las ideologías dominantes.

Por eso mismo hay que tener en cuenta que en los actuales contextos políticos y tecnoculturales, “la opinión pública se construye en un gran porcentaje por las tendencias que circulan en redes sociales como Twitter”. Adicionalmente y gracias a su capacidad de convocatoria masiva, un medio como Twitter tiene también la capacidad de articularse a la organización de movilizaciones sociales con propósitos electorales.

Reconociendo a pesar de su efecto de trivialización, el papel de este tipo de medios digitales en la conformación de la opinión pública contemporánea, los autores llaman la atención también acerca de cómo en la red existe un gran número de seguidores que son

perfiles falsos, sobre cómo estos “oscilaron entre 2% hasta 40% de los seguidores totales de algunos candidatos” y cómo también debemos tener en cuenta “la gran cantidad de Bots diseñados para aumentar el número de seguidores y crear tendencias”.

El artículo “Prácticas de comunicación política del movimiento campesino en Colombia” de Carlos Eduardo Valderrama Higuera, plantea cómo existe una serie de situaciones propias del contexto histórico colombiano que han hecho difícil la visibilidad de los temas y problemas del campesinado. En ese sentido el autor anota como:

Una buena parte del esfuerzo de su comunicación política en el espacio de internet –redes sociales de internet y páginas web– está dirigido a legitimar ante la opinión pública su propia existencia y a validar sus apuestas políticas y sus acciones colectivas.

No puedo no recordar cómo cuando yo era niño, en mi colegio, en la ciudad de Popayán, por los años de 1967 o 1968, era común la acusación peyorativa de unos niños a otros de “tu papá que es campesino”. De ese estigma seguramente desarrollado en los entornos escolares de aquellos años por la introducción unilateral de mentalidades desarrollistas para las cuales la naciente vida urbana moderna era el paradigma de la civilización, pasamos luego a otras estigmatizaciones del campesinado, provenientes de las complejas historias de violencia rural vividas por la sociedad colombiana en los años de 1940, 1950 y 1960, pero también en las décadas posteriores, hasta nuestros días. Esas circunstancias históricas, políticas y sociales que producían unas representaciones sociales específicas sobre el campesinado es importante tenerlas en cuenta porque constituyen un insumo importante para las construcciones mediáticas sobre el campo y la vida campesina:

Histórica y sistemáticamente los sectores hegemónicos no han escatimado esfuerzos por deslegitimar e invisibilizar no solo al campesino en tanto sujeto, sino al sujeto campesino organizado. Las fuentes de sentido y estrategias desplegadas por estos sectores son muy diversas. Una primera se inscribe en una matriz dualista de carácter ontológico: las oposiciones bueno-malo, urbano-rural o ciudad-campo, civilizado-bárbaro, están en la base de las representaciones y las valoraciones éticas, estéticas y políticas del campesino y del movimiento. El campesino es para los sectores hegemónicos el aliado de la guerrilla y un mal sujeto que se opone a la “gente de bien”, es un sujeto pobre e ignorante que traba el desarrollo y el progreso y que no puede construir una propuesta política o económica que no sea otra que la de la guerrilla.

La producción de estigmas desde sectores dominantes, incluidos los medios de comunicación masiva, le ha demandado al movimiento campesino “una labor constante de deconstrucción de esas representaciones. Son muchos los trinos, post, comunicados y pronunciamientos que deben emitir para desmentir las ‘infiltraciones’ de la guerrilla o los ‘actos’ terroristas en o de las acciones colectivas”.

A los prejuicios ya anotados y al desconocimiento por parte de la opinión pública de las realidades de la vida campesina, incluso de instituciones como las “zonas de reserva campesinas” se agregan las violencias contra el campesinado:

Lamentablemente la deslegitimación por parte de los sectores hegemónicos no solo se da en el ámbito mediático. La estigmatización lleva aparejada la persecución, el desplazamiento y el asesinato. Un gran porcentaje de la actividad comunicativa en redes sociales de internet por parte de las organizaciones y colectivos que analizamos en esta investigación está orientada justamente a las alertas tempranas, a la prevención y a la denuncia de estos ataques.

Una observación importante del autor sobre nuestra historia reciente tiene que ver con como:

A partir de los acuerdos de La Habana, de los cuales no podemos olvidar que son el resultado de un proyecto político, social y armado de un grupo guerrillero de origen campesino, el movimiento campesino encuentra no solo un espacio para la ampliación de sus sentidos de lucha que abordamos en párrafos anteriores, sino un espacio para darle cuerpo a sus propios proyectos territoriales, económicos y políticos.

Con la introducción y asimilación social de las nuevas tecnologías de comunicación y las nuevas formas de interacción digital, “el movimiento campesino ha tenido que transformar sus prácticas de comunicación política tanto de cara a las esferas públicas locales, regionales o globales, como hacia adentro mismo de sus propias dinámicas organizativas”.

En cuanto a las dinámicas internas de la comunicación política, la investigación desarrollada por Valderrama encontró “formas novedosas de combinar prácticas del ‘mundo digital’ con prácticas tradicionales de comunicación popular fuertemente arraigadas en la oralidad primaria”.

Ese tipo combinado de interacciones mediáticas analógicas y digitales, pero también de intercambios cara a cara, se expresó en la campaña llevada a cabo para preparar la participación de la ciudadanía en Cabrera (Cundinamarca), en una consulta previa, para decidir si se apoyaba o no la construcción de una serie de pequeñas hidroeléctricas sobre el río Sumapaz promovida por la empresa EMGESA. En esa campaña, como también en otras acciones, se han producido alianzas.

Con grupos o “combos” de jóvenes “gomosos” de la comunicación —fotografía, producción audiovisual—, con emisoras comunitarias, con colectivos de comunicación —no necesariamente campesinos, pero sí comprometidos con sus luchas—, o con portales, medios o agencias de información, estos sí conformados por profesionales con trayectoria.

Y en la interacción del movimiento campesino hacia adentro, se ha producido la creación de corresponsalías locales para la organización campesina a través de plataformas como la de WhatsApp.

Nos parece importante y significativa la constatación por parte del autor de que:

Las tecnologías digitales de la información y la comunicación se han incorporado en la vida cotidiana de los colectivos que conforman el movimiento y están formando parte intrínseca de sus distintos repertorios. Las páginas web y las redes sociales de internet actúan como una especie de bisagra que permite la fluidez –de lo presencial a lo virtual y viceversa– de la acción colectiva y de la comunicación política que la constituye.

Pero de otro lado, hay que tener en cuenta las limitaciones estructurales para el fortalecimiento de la producción y la comunicación digital de los movimientos campesinos, relacionadas con la precariedad de la cobertura digital del territorio colombiano, donde muchas regiones rurales por su compleja conformación geográfica, por no ser rentables para el sector privado y por carecer de políticas públicas sostenibles de conectividad de calidad, se ven notoriamente restringidas en sus posibilidades de interacción comunicativa y de proyección política:

La configuración geográfica de Colombia no ha permitido por ahora una buena penetración de la telefonía celular y de la red de internet, como antes tampoco de las redes analógicas, con lo cual el uso de las redes sociales de internet y la difusión de las páginas web se ven seriamente restringidos y, teniendo en cuenta también las matrices culturales de la oralidad como constitutivas de la comunicación de los sectores campesinos, el papel de las radios locales y las radios comunitarias resulta clave en cuanto permiten dinamizar prácticas comunicativas ancladas a dichas matrices culturales.

En el trabajo de investigación “Paz y polarización en Colombia: encuadre informativo sobre las objeciones a la Jurisdicción Especial para la Paz (JEP), 2019”, Diego García Ramírez y Andrés Lombana-Bermúdez usan el concepto de encuadre sobre la base de las ideas de Ervin Goffman, quien retomando los postulados de Gregory Bateson “propuso la existencia de marcos sociales compartidos dentro de los cuales los individuos se comunican, comparten experiencias y definen actores, roles, valores e identidades [...]”.

Los encuadres se construyen dentro de contextos culturales específicos, adquieren sentido al interior de universos simbólicos compartidos. Citando a Stephen Reese (2007) los autores respaldan la idea que:

Los encuadres son principios organizativos socialmente compartidos y persistentes en el tiempo, que funcionan simbólicamente para estructurar significativamente el mundo social.

[...] Dentro de una visión constructorista, la potencia de los encuadres para influir en el público radica en el hecho de que están estrechamente vinculados con marcos culturales familiares. (Van Gorp, 2007, p. 73)

La conclusión central de la investigación presentada por los autores es que:

El tratamiento informativo de las objeciones a la Jurisdicción Especial para la Paz fue presentado por medios nacionales y regionales como una confrontación entre actores antagónicos en conflicto. [...] La preponderancia en las noticias y columnas de opinión está directamente relacionada con el marco confrontacional que ha caracterizado el cubrimiento sobre la paz, el post-acuerdo y la JEP [...] El uso de este encuadre revela que los medios de comunicación continúan interpretando e informando sobre los acontecimientos relacionados con la pacificación y reconciliación como una batalla entre enemigos, entre quienes apoyan y quienes se oponen a su implementación.

Observan también García y Lombana que:

La utilización del encuadre confrontacional para informar sobre los temas relacionados con la implementación de los acuerdos de paz, como es el caso del cubrimiento de las objeciones a la JEP en la mayoría de piezas analizadas, revela que los medios en Colombia prefieren mantener un encuadre homogéneo y estable a la hora de informar que no se ha adaptado a las necesidades que requiere la transición hacia una sociedad democrática de posconflicto y la reconstrucción del tejido social fragmentado.

La conclusión de los autores es contundente y por supuesto de una gran relevancia para la discusión de los encuadres desde los cuales estamos abordando desde el periodismo los temas de la reconciliación en Colombia:

El tratamiento informativo sobre la JEP ha limitado la discusión sobre las posibilidades de la justicia transicional, su potencial transformativo en el largo plazo y sus repercusiones en la realidad nacional. Además, ha excluido e invisibilizado a varios actores y grupos sociales, limitando la pluralidad de voces necesaria para fortalecer la democracia y facilitar los procesos de reparación y reconciliación. El marco de la confrontación, que ha privilegiado los ataques entre las elites políticas, ha limitado un tratamiento informativo sobre la JEP, reduciéndolo a un cruce e intercambio de frases y palabras beligerantes que descalifican y estigmatizan a los actores involucrados en el debate.

Si bien no estaba dentro de los propósitos de la investigación realizada auscultarlo, pareciera ser que la creación de nuevos medios digitales —medios que no constituyan simplemente una versión digital de los medios tradicionales—, tampoco ha impactado la renovación de los modelos de encuadre sobre el conflicto armado, la justicia transicional y la paz. Aunque tal vez habría que abordar ese tema en una investigación específica para confirmar o desvirtuar esta idea.

Más allá de estas importantes conclusiones políticas y mediáticas y su indudable significación para los debates sobre información, paz y reconciliación en Colombia, queremos destacar en relación con los objetivos del presente dossier, a propósito de la metodología de la investigación usada en este trabajo, cómo las nuevas tecnologías de información vienen enriqueciendo los métodos, las bases de datos y las plataformas de investigación.

García y Lombana, con sus asistentes de investigación, están usando para procesar sus datos la plataforma Media Cloud, una metodología inscrita en el estudio de la esfera pública virtual o esfera pública en red (Networked Public Sphere):

Principalmente, utilizamos Media Cloud, una plataforma y conjunto de herramientas para el estudio computacional, cualitativo y cuantitativo de ecosistemas mediáticos. Desde 2009 Media Cloud ha sido desarrollada colaborativamente por el Berkman Klein Center de la Universidad de Harvard y MIT Media Lab's Center for Civic Media [...] Esta plataforma ha sido utilizada previamente para investigaciones sobre la esfera pública en red en diferentes países y regiones tales como la influencia de los medios digitales en temas de salud globales (Roberts et al., 2017), la blogosfera árabe (Etling et al., 2010) y la difusión de información y desinformación en el ecosistema mediático estadounidense durante controversias y elecciones presidenciales. (Benkler, Faris y Roberts, 2018; Faris et al., 2016)

Los investigadores nos informan también que:

Media Cloud provee acceso a un archivo en expansión de millones de noticias publicadas en Internet por medios de comunicación de 195 países y en 17 idiomas diferentes. Además, la plataforma proporciona herramientas para buscar y analizar el texto de estas noticias, y los patrones de hipervínculos y compartición en Facebook existentes entre ellas. [...] El resultado de esta consulta nos permitió mapear la evolución de la cobertura noticiosa del tema en los 71 medios colombianos que se encuentran en Media Cloud, e identificar los picos de mayor intensidad en la publicación de noticias.

No sobra decir que la conformación de nuevos ecosistemas digitales y de nuevas esferas públicas híbridas, en tensión entre los viejos y los nuevos medios, pero también nuevas esferas públicas en red, viene jalando la innovación en las metodologías de investigación de los procesos de producción, circulación y usos sociales de la información.

Concluyendo esta presentación quisiera decir que, como ha ocurrido a lo largo de la historia de los medios de comunicación con las distintas innovaciones tecnológicas que se han producido en distintas épocas, las nuevas invenciones mediáticas y de inteligencia artificial implican riesgos como también posibilidades, frente a la democracia, la verdad informativa, las libertades, el pluralismo, la verdad científica, la participación o la justicia.

Al mismo tiempo hay que anotar que se produce una articulación compleja de todos estos procesos y fenómenos virtuales, con las realidades, contenidos y estilos de la cultura política, la cual opera en todas las sociedades, como una mediación sustancial de la comunicación masiva y de la comunicación digital.

Hay que tener en cuenta además que el ascendiente mundo digital de las plataformas y redes virtuales se entrelaza de forma compleja con los medios tradicionales de la época del *broadcasting*, que bajo la influencia del ecosistema digital y virtual se rediseñan y refuncionalizan –por ejemplo, las televisiones públicas reconvirtiéndose en “sistemas de medios públicos”–. Los medios digitales, a su vez, también incorporan de medios convencionales como la televisión y la radio, rediseñándolos, contenidos, estéticas, géneros y narrativas.

Esperamos que este dossier contribuya no solamente a pensar la esfera pública contemporánea en Colombia, América Latina y el mundo, sino también que aporte a la comprensión de cómo diversos campos y esferas de la vida social podrían interactuar hoy de manera creativa y propositiva con las nuevas tecnologías de la comunicación y la información, en el fortalecimiento del pluralismo, la cultura democrática y el interés público, y en la superación de la violencia y la consolidación de una cultura y una comunicación para la paz.

## **Nota editorial**

Además de invitarlos a consultar los contenidos del dossier sobre comunicación política, les presentamos y también les invitamos a leer los artículos de la sección de tema abierto. En esta encontrarán dos artículos, uno de autoría de Daniel Casal, “Fragmentación parlamentaria y capacidades: ¿colaboración o conflicto? Una aproximación a las relaciones gobierno-cortes generales en España (2000-2022)”, donde relata cómo se ha generado una fragmentación parlamentaria y ha transformado el sistema político español y tiene como pregunta si esta ha permitido la pérdida de las capacidades parlamentarias y gubernamentales, concluyendo que se evidencia que el congreso de diputados perdió centralidad en el sistema político de España, “a pesar de que supuestamente la opción por una representación más plural reforzaría el papel del parlamento frente al ejecutivo”. Por otro lado, está el artículo “Una visión alternativa del conflicto ucraniano: Stephen F. Cohen sobre los orígenes de la Nueva Guerra Fría” de Daniel F. Gaido, sin duda es un contenido que nos ilustra sobre la actual guerra que se vive en Europa oriental, hace un análisis sobre el concepto “Nueva Guerra Fría”, propuesto por el historiador Stephen F. Cohen, que murió en 2020; el autor señala que “el análisis de

Cohen fue vindicado por el estallido de la guerra actual en Ucrania, pero que su visión “ruso-céntrica” es demasiado estrecha, y así que su análisis debe ser colocado en el contexto global más grande dentro del cual la guerra en Ucrania tiene lugar: el conflicto entre Estados Unidos y China”.

El número cuenta además con la colaboración de la profesora Doris Gómez con un texto en la sección Documentos, que se titula “Internet en el contexto de policrisis global”, donde afirma que la policrisis pone de frente la configuración de un nuevo orden internacional y que además urge fortalecer una opinión pública global, con acceso a información de calidad para la toma de decisiones. El monográfico cierra con la reseña del libro *The Game* de Alessandro Baricco, presentada por el profesor Eric Sierra.

La revista tiene abierta varias convocatorias, les invitamos a consultar la página web y a participar como autores en las ediciones próximas <https://revistas.unal.edu.co/index.php/forum/index>

**Mary Luz Alzate-Zuluaga**  
Directora-editora