

Comunicación y periodismo en la era de la inmediatez

Una recapitulación histórica para pensar el hoy

Juan Daniel Montaña Rico

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Resumen: El propósito de este ensayo es situar la comunicación y el periodismo en el desarrollo histórico de la sociedad moderna hasta el actual contexto de interrelaciones entre desarrollo tecnológico y vértigo de las interconexiones que configuran la organización social contemporánea en el marco del neoliberalismo. Pretende identificar y repensar las consecuencias de los tiempos impuestos por las tecnologías de la información y la comunicación. La apuesta es desplazar (o regresar) la reflexión desde el optimismo tecnológico o la ideología técnica hacia la centralidad del sujeto.

Abstract: The purpose of this essay is to place communication and journalism in the historical development of modern society up to the current broad context of interrelations between technological development and the vertigo of the interconnections that shape contemporary social organization in the framework of neoliberalism. To identify and rethink consequences related to the schedules imposed by information and communication technologies. The betting is to move (or return) the thought from technological optimism or technical ideology towards the centrality of the subject.

La apuesta de este ensayo es desplazar la reflexión desde el optimismo tecnológico o la *ideología técnica* hacia otras coordenadas; o tal vez, regresar unos pasos y devolver la centralidad al sujeto. Como sugiere Dominique Wolton (2010: 38-39), dicha ideología representa la acción de “confiar a los instrumentos el cuidado de resolver problemas de sociedades que son ajenas a su campo de competencia [...] atribuir un poder normativo, excesivo, a las técnicas de comunicación, para hacer de ellas el elemento más importante para organizar y dar sentido a la sociedad”. Para comprender las consecuencias de los tiempos impuestos por las tecnologías de la información y la comunicación, es necesario situar la comunicación y el periodismo en el desarrollo histórico de la sociedad moderna hasta el contexto contemporáneo de interrelaciones entre el desarrollo tecnológico y el vértigo de las interconexiones que configuran y enmarcan la organización social neoliberal.

No son recientes ni pocas las voces que caracterizan a la actualidad como la era de la inmediatez, ni pocos los cuestionamientos y alertas frente a la instantaneidad, velocidad, fragmentación, vértigo y fugacidad que estructuran la sociedad y la política contemporánea, así como la experiencia cotidiana en las ciudades. Antes de la era digital, cuando reinaban

los medios electrónicos análogos en el espacio público, Marshall McLuhan (1996: 27) ya hablaba de la *Edad de la Ansiedad* como consecuencia de las sacudidas que sufren las certezas conceptuales por el vértigo de las transformaciones técnicas y las modificaciones sensoriales y sociales que imponen.

Para reflexionar sobre los fenómenos sociales contemporáneos, filósofos de la vieja guardia como Zygmunt Bauman (2017) y Alain Badiou (2012) aconsejan detenernos y mirar atrás en busca de las preguntas que dejamos de plantear para divisar lo que dejamos de hacer o ver; no perder de vista la historia, la evolución y genealogía de la modernidad, con todos sus problemas, conflictos, desplazamientos, rupturas y continuidades. Comenzaremos por mirar las evoluciones de la velocidad en el mundo social para reflexionar el presente.

Hasta antes del siglo XIII, el sol y los astros, y con ellos el amanecer, el ocaso, los periodos cíclicos de los procesos de siembra y cosecha, eran los grandes indicadores del avance del tiempo para la mayoría de las culturas y sociedades. Preguntar por la hora no representaba una cuestión de urgencia. Svetlana Boym (2001) afirma que antes de la invención del reloj mecánico, la gente vivía "en una actitud de facilidad temporal. Ni el tiempo ni el cambio parecían ser críticos y, por lo tanto, no había gran preocupación por controlar el futuro". Según la autora, desde el Renacimiento hasta el siglo XIX se dio un cambio en la concepción del tiempo. Se volvió cada vez más secularizado y su representación se fue alejando de la visión cosmológica y de figuras humanas alegóricas hasta cristalizar en el "lenguaje impersonal de los números: los horarios de los ferrocarriles, la última línea del progreso industrial" (Boym, 2001).

El incremento de la urgencia en los intercambios simbólicos y materiales globales no es producto del desarrollo tecnológico *per se*, es decir, no es externo o ajeno al desarrollo histórico, político y económico de la sociedad mundial. Al contrario, el avance de las telecomunicaciones y sus consecuencias fue exigencia de la permanente expansión, conquista y mutaciones del capitalismo, y los modos particulares de dominio que impone sobre todas las dimensiones de la vida social. Como observa Paul Virilio (1997: 20), la revolución industrial y la revolución de los transportes y la comunicación fueron producidas la una por la otra. La velocidad o los medios que posibilitan la velocidad, agrega, han sido una amenaza tiránica pues representan riqueza y conquista: "El caballo ha condicionado la historia a través de los grandes conquistadores; la armada, a su vez, ha condicionado la colonización" (1997: 16). Y la historia del capitalismo es una historia de conquista de poder político y nuevos mercados.

Para mediados del siglo XVIII, la burguesía se había erguido como fuerza política que buscaba establecer el liberalismo como proyecto de sociedad que rompiera con las trabas feudales

que impedían el libre comercio. En el Manifiesto Comunista, Marx y Engels describieron la revolución burguesa y cómo el capitalismo contagió al mundo con su inherente velocidad. Visto de esta manera, el libro no sólo representa un programa político, sino que puede ser entendido como un tratado sobre la velocidad propia de la modernidad:

[...] el comercio colonial, la multiplicación de los medios de cambio y de mercancías, *imprimieron un impulso* hasta entonces desconocido al comercio, a la navegación, a la industria, y aseguraron, en consecuencia, un *desarrollo rápido* al elemento revolucionario de la sociedad feudal en decadencia [...] El mercado mundial *aceleró prodigiosamente* el desarrollo del comercio, de la navegación, de todos los medios de comunicación. Este desarrollo reaccionó a su vez *sobre la marcha* de la industria, y a medida que la industria, el comercio, la navegación, los ferrocarriles se desarrollaban, la burguesía se engrandecía, decuplicando sus capitales y relegando a segundo término las clases transmitidas por la Edad Media. [...] La burguesía, como vemos, es también *producto de un largo desenvolvimiento, de una serie de revoluciones en los medios de producción y de comunicación* (Marx & Engels, 2000 [1848]: 26-27).¹

En ese contexto, la prensa apareció como instrumento para la oposición de las clases emergentes contra el poder autoritario de la monarquía. En su estudio sobre la historia de la imprenta, Henri-Jean Marti (1992: 38) observó que, bajo la bandera de la libertad de prensa que reclamaba el liberalismo, las nuevas gacetas, folletines y periódicos se volvieron una fuente fundamental de información y, al mismo tiempo, sirvieron a la burguesía ascendente para orquestrar sus aspiraciones liberales.

Una vez instaurado el capitalismo como eje rector de la sociedad, Marx y Engels (2000: 30) advirtieron que el proyecto político-social de la burguesía desgarró todas las relaciones sociales tradicionales y las del ser humano con la naturaleza. Resquebrajó los sistemas de creencias y formas de percibir el mundo admitidas y veneradas, y no dejó en pie más que el vínculo del interés monetario, el simple valor de cambio. Un quiebre similar ocurrió con la concepción del tiempo: “ya no fue más arena movediza; el tiempo era dinero” (Boym, 2001); principio que se incrustó en la práctica periodística desde muy temprano.

Como hija del liberalismo, la prensa abogó por su independencia económica del poder político y cualquier otra influencia ajena a su servicio informativo. Donde la democracia liberal arraigó, el periodismo se acogió al mercado como único protector para la libertad de prensa. Para el siglo XIX, la competencia desató la lucha por la exclusividad y las ventas. El lucro y la competencia impusieron al oficio periodístico su carácter de urgencia: la actualidad, novedad y periodicidad definieron su quehacer. La urgencia y el lucro dieron forma a rutinas periodísticas y valores de noticiabilidad indispensables para profesionalizar

¹ Cursivas nuestras.

el oficio y optimizar la gestión del tiempo y el espacio (Tuchman, 1983), mismas que ordenaron los criterios de selección (inclusión y exclusión de hechos), jerarquización y tematización de los acontecimientos periodísticos.

Para crecer, la prensa debió adaptarse a la lógica del mercado y buscar la rentabilidad: la noticia se encapsuló, se volvió dramática, sugestiva, breve, simple, atractiva e industrial para su consumo masivo. La temprana industria del periodismo siguió la tendencia hacia la centralización y concentración propia de capitalismo competitivo. William Randolph Hearst, magnate del periodismo, fue el ejemplo por excelencia de la voracidad sin escrúpulos en la que cayó la prensa en su sed de ganancias en este periodo. Otras expresiones informativas sin fines comerciales y contrarias a los intereses de las clases dominantes, como la llamada prensa alternativa, fueron marginadas del espacio público.

En este periodo de crecimiento, la prensa popular-comercial se insertó en el seno de la sociedad como institución legitimada cuya labor social se centró en la paulatina reducción de la incertidumbre sobre el presente y el futuro. Como observó Lorenzo Gomis (1991: 15), a través de las rutinas periodísticas se selecciona, acopia e interpreta el pasado, se trata y transforma a través de una operación lingüística en presente social. En otras palabras, crea una percepción de la realidad como un periodo consistente que nos prepara para el futuro, y da el control (imaginario, tal vez) al ser humano sobre el porvenir.

En la búsqueda de certidumbre, el acontecimiento social, entendido como los hechos de trascendencia social, funge un rol socializador de conocimiento sobre lo plausible, pues permite construir, aprehender e interiorizar la estructura y funcionamiento de la sociedad. En la era contemporánea, el periodismo, como institución legitimada, es insoslayable en otorgar el carácter de trascendencia social a ciertos acontecimientos sociales bajo ciertos valores de noticiabilidad que rigen la exclusión, inclusión y jerarquización de temas (Rodrigo Alsina, 1993; Tuchman, 1983). Las instituciones públicas, los “grandes hombres”, los personajes de Estado y del espectáculo son las voces e imágenes privilegiadas de la realidad que construyen los medios. Multitudes son excluidas del desconcierto periodístico. Cuando en masa toman las calles para ser vistas y escuchadas, sus demandas y exigencias llegan a ser tergiversadas por los intereses económicos y políticos de los dueños de las grandes empresas periodísticas.

Al tiempo que el periodismo industrial creó una autorepresentación de guardián de la democracia por ser un instrumento que, junto con otras salvaguardias, podía lograr mediante el control y la fiscalización que el gobierno sirviera a los principios del liberalismo (igualdad y libertad) y combatir el autoritarismo estatal (Siebert, 1967: 69-70), Gaye

Tuchman encontró que la construcción social en la que participa el periodismo industrial juega un papel central en la legitimación y conservación del orden establecido:

La noticia ciega la realidad social, en lugar de revelarla. Confirma la legitimidad del Estado al ocultar la íntima vinculación del Estado con el capitalismo de las grandes sociedades y su apoyo a ese capitalismo [...] la noticia se apoya en las estructuras institucionales y, a la vez, las reproduce (Tuchman, 1983: 224).

La democracia y la igualdad ante la ley choca frente a la desigualdad que genera la distribución de la riqueza social a nivel mundial y nacional con base en las reglas del capitalismo. En esa encrucijada se enmarca el periodismo.

La expansión del capitalismo propició que en el transcurso del siglo XX se inventaran y democratizaran los medios de comunicación electrónicos, hasta llegar al *smartphone*² y otros dispositivos que introdujeron otras dinámicas a las empresas periodísticas: la batalla por la inmediatez y la instantaneidad. El desarrollo de estas tecnologías se vinculó a intereses políticos y económicos, con lo cual los procesos de crecimiento y consolidación de las empresas informativas adquirieron un carácter multimedia y dieron pie al surgimiento de grupos de comunicación.

En las últimas décadas del siglo XX, los grandes centros hegemónicos occidentales aplicaron el poder de sus Estados para imponer el proyecto neoliberal, que implicaba el retraimiento de la regulación de área de servicio por parte del Estado, y propiciar la disminución de su capacidad para garantizar el bienestar social y salvaguardar los derechos sociales y ciudadanos en los territorios. El neoliberalismo redireccionó el rol estatal (del llamado Estado benefactor) para administrar en favor de las corporaciones económicas y colocar al mercado como principio organizador de la sociedad.

La desregulación económica y la apertura comercial de las naciones facilitaron los procesos de concentración mediante la convergencia corporativa. En pocos años, un pequeño grupo de seis enormes conglomerados empezó a controlar, básicamente, todos los ámbitos comunicacionales a nivel mundial, sobre todo la producción de contenido, junto a la participación de fuertes conglomerados a nivel regional que mantienen conexiones entre sí y asociaciones con los conglomerados a nivel global.

En su estudio sobre la estructura mundial de la información, Ramón Reig (2011: 68, 128-151) identificó en todas las empresas propiedad de los conglomerados mundiales y regionales, la

² En consideración que el teléfono fijo se empezó a socializar en la década 1880 y el primer teléfono inteligente se comercializó en la década de 1990.

presencia de “accionistas extraños”, grandes empresas ajenas a la industria de la comunicación como la banca, finanzas, industria automotriz, aeroespacial, alimenticia, entre otras, que tienen espacios en las empresas de comunicación, y que conforman un entramado de intereses políticos y económicos. Reig cuestiona el cómo los individuos disfrutarán el derecho a una información rigurosa y veraz si los intereses y la influencia de estos poderosos agentes económicos se imponen en las líneas periodísticas de las empresas informativas. Pocos grandes periódicos se pueden ufanar de real independencia.

Además, la agudización del proceso de globalización a partir de las desregulaciones de los Estados complejizó y ramificó el sistema global de información y comunicación. La sociedad mundial no puede ser comprendida sin las cotizaciones automáticas de las bolsas de Wall Street, de Tokio o de Londres; sin la compra-venta inmediata de acciones; el mercado de divisas y sus transacciones millonarias diarias; sin el desplome repentino de las acciones estadounidenses que causan temblores en Asia y Europa de forma inmediata.

Y así como actúa el flujo monetario derivado del comercio internacional (descentralizado, desnacionalizado, desterritorializado y sin ataduras temporales), de tal forma actúa el ejercicio del poder en la actualidad. Sassen habla de *formaciones* predatorias, que son “cada vez más un sistema complejo que combina personas, redes y máquinas sin tener un centro visible” (2015: 21). La socióloga describe estas formaciones como una combinación de elites (individuos ricos o empresas globales) y una serie de capacidades sistémicas (combinación variable de innovaciones técnicas, sobre todo informáticas, financieras y de mercado, más habilitación gubernamental) que incluyen un enorme engranaje de intermediación que va desde los organismos supranacionales hasta locales burócratas especializados que posibilitan la extracción y concentración aguda y extrema de la riqueza en un proceso que se vuelve difuso, difícil de apreciar.

En suma, el neoliberalismo es, por un lado, la era de los enormes conglomerados económicos y la supranacionalización política. Y, por otro, la era de las expulsiones, las exclusiones y las extracciones masivas, a todos los niveles y en todos los sectores. Por su extensión y diversificación, sus mecanismos son difíciles de aprehender, mas no sus consecuencias: millones de personas expulsadas de sus hogares, de sus comunidades, de sus países, y extensiones gigantes de tierra y cuerpos de agua muertos (Sassen, 2015: 21-25).

El mercado libre de cadenas regulatorias es el gran Leviatán que se yergue por encima de los derechos fundamentales y la fragilidad ambiental. En la antigüedad, la fatalidad sobrevinía por el designio de los dioses o el enfrentamiento contra el poder de la naturaleza. En la actualidad, el hombre contra el mercado es el motor de las tragedias modernas: expulsiones masivas de comunidades indígenas, campesinas, suburbanas o minorías étnicas en favor de

megaproyectos mineros, hidroeléctricos y eólicos; la agricultura de monocultivo industrial; la violencia desmedida desde el Estado o grupos criminales organizados y protegidos; exclusión martirizante del trabajo o la inclusión precaria (Young, 1999; citado en Bauman, 2017: 30) del proletariado en las ciudades.

Del otro lado de la moneda, discursos que hacen apología con un tono de optimismo tecnológico surgen de todos los lados del espectro político, desde aquellos que colocan a las TIC como herramientas que garantizan calidad de los procesos democráticos (el voto), hasta los que las conciben como las sepultureras que el propio avance del capitalismo originó al ir cavando su fosa (a través de conectar a la multitud).

La producción noticiosa se enclava entre esos procesos económico-sociales y discursos contemporáneos, y tiene un rol protagónico en las dinámicas de comprensión y construcción de la experiencia cotidiana. En la era de la inmediatez y la ansiedad, ¿qué percepción de la realidad construye el periodismo? En la era de las expulsiones legalizadas, ¿qué orden social defiende?

El periodismo convergente, sin las restricciones de espacio y tiempo de sus predecesores, ya no es el pasado el que transforma en presente social; es el mismo presente, el ahora, lo que ocurre en el momento. Antes de la era de la inmediatez, la vida transcurría en un tiempo local; ahora, las capacidades de interacción y de interactividad instantáneas de las tecnologías de la información y la comunicación desembocan en la posibilidad de la puesta en práctica de un tiempo único, “de un tiempo sin relación con el tiempo histórico, es decir, un tiempo mundial” (Virilio, 1997: 15). En otras palabras, nuestra sociedad ha “puesto en práctica los tres atributos de lo divino: la ubicuidad, la instantaneidad y la inmediatez; la visión total y el poder total” (Virilio, 1997: 19). Para el francés, estas características representan el tiempo de una historia sin historia y de un planeta sin planeta y de un tiempo reducido al presente (Virilio, 1997: 82).

Otro gran cambio cualitativo en la industria de la comunicación y el periodismo es el paso de la unidireccionalidad a la capacidad de interacción de la audiencia, así como producir sus propios contenidos, punto donde sobresale el uso de las redes sociodigitales. Con estas innovaciones del entorno digital, la oposición en el espacio público a una realidad avasalladora se hace posible. Pero, por otro lado, los valores individualistas y competitivos del capitalismo se explayan. La fiebre por la viralizar está desatada. Si el capitalismo nos vende la idea de que todos podemos llegar a ser millonarios, las redes sociodigitales nos hace desear ser *influencers*. En la era de la radiodifusión análoga, Hans Magnus Enzensberger (1981: 43) concibió de forma binomial un uso represivo de los medios y un uso emancipador. Su propuesta era que cada receptor fuera un transmisor en potencia. Llegamos al sueño de Enzensberger: cada *smartphone* y *smartwatch* está conectado a la gran red y es receptor y

también emisor de mensajes multimedia, pero nos damos cuenta de que esta capacidad no es emancipatoria ni la portadora de la justicia social tan anhelada. Al contrario, valores como la xenofobia, aporofobia, el racismo, la misoginia y la exacerbación consumista se difunden, a través del móvil, desde los sectores populares donde se han instalado gracias al consenso neoliberal e imaginario de escasez y temor de perder lo poco que se tiene.

En adición al punto de la interacción y la prosumición, muy a pesar de los discursos reiterativos sobre las bondades emancipadoras de las redes sociodigitales, un *post* o un *like* en Facebook, Twitter o cualquier otra red social privativa no es sinónimo de visibilidad, muchos menos de libertad. Las cuentas de internet han sido dominadas por gigantes corporaciones autorreguladas (Google, Facebook, Amazon, Microsoft y Apple) que se apropian y controlan el flujo de la información privada con fines publicitarios y que tienen cancha abierta para censurar arbitrariamente³. Algoritmos envuelven y toman decisiones por los individuos y se convierten en los nuevos tematizadores personalizados de los acontecimientos sociales con base en *clícs* y preferencias, pero estos son programados para una eficiencia económica en demérito de valores éticos y políticos. La “mano invisible” del mercado, nuevamente. En esta lógica, la función social de las empresas informativas, que siguen dominando la producción y circulación de contenido, se sobrepone la tendencia a desarrollar métodos “creativos” dirigidos a la optimización para motores de búsqueda y estimular el tráfico hacia los sitios web para elevar el posicionamiento y las ventas, y no desaparecer en el mar de información.

Con las cualidades mencionadas, la realidad social que construyen los medios informativos es fugaz, inmensurable e inaprehensible; se escabulle frente a los ojos y el entendimiento. La preocupación recae (o debería centrarse) en cómo la información se produce ante la exigencia de un tiempo corto, de prisa, sensual y con un frenesí inevitable. Cómo se ha vuelto un discurso rápido, inmediato, instantáneo, fragmentado, que exagera la novedad sin brindar tiempo al consumidor para estudiar la información; para evitar el tedio. Estas características que impiden su reflexión. Lo central es la emoción, el espectáculo y la dramatización que generan para lograr impactar al gran público. Además de afectar la reflexividad, apuntan a la suspensión de creación de memoria social, conllevan a la fragilidad de las identidades y la restricción de vínculos sociales de cooperación (Solís, 2007; Ramonet 2005; Mier 2000). Los medios hacen énfasis en las mutaciones a una velocidad vertiginosa y nos invitan a adaptarnos o a ser expulsados.

³ En el reportaje especial “*Facebook’s Secret Censorship Rules Protect White Men From Hate Speech But Not Black Children*” para ProPublica, fechado el 28 de junio de 2017, Julia Angwin y Hannes Grassegger detallan los mecanismos por los cuales la red social Facebook censura más las publicaciones de usuarios afrodescendientes y minorías étnicas que las de las personas blancas. Disponible en: <https://www.propublica.org/article/facebook-hate-speech-censorship-internal-documents-algorithms>

El lugar más visible de estos resultados son las metrópolis los grandes centros de consumo, sometidas a los horarios vertiginosos de la producción y la información. En la era de la inmediatez, la respuesta de la sociedad civil a las crisis políticas es, de igual manera, la inmediatez. La militancia política con miras en un horizonte utópico se desplazó al activismo de la urgencia, donde los ciudadanos preocupados por su sociedad corren detrás del acontecimiento y los acontecimientos son innumerables. La consigna creativa, el *hashtag* y la *selfie* de indignación duran hasta que aparece el próximo acontecimiento periodístico indignante. De nueva cuenta, los grandes excluidos de las notas informativas (a excepción de la nota roja) suelen ser los expulsados, los parias de la producción: desempleados, los habitantes de las periferias, los migrantes, las minorías étnicas y muchos etcéteras.

“¿Podremos encontrar una democracia del tiempo real, del *live*, de la inmediatez y de la ubicuidad?”, se preguntaba Paul Virilio (1997: 20). A pesar de la interacción digital de los usuarios, las decisiones políticas que rigen la existencia social se siguen tomando en cúpulas, en un contexto donde las fuerzas que inclinan la balanza ahora son más difusas; subterráneas como define Sassen. Ya Virilio alertaba que las nuevas tecnologías tienen grandes méritos para la publicidad de nuevos productos, pero no tanto para la política (Virilio, 1997: 14).

Es necesario abordar la realidad que construyen los medios desde otros ángulos. La comunicación, con más urgencia, no puede concebirse divorciada de la complejidad social, pero también de un pensamiento complejo que abogue con más ahínco por una interdisciplinariedad donde la antropología y la filosofía constituyan una base sólida que parta de la moral, la ética y la política para pensar la tecnología. Bajo este enfoque, el sujeto, tanto en su individualidad como en comunidad, así como la dignidad humana, deben permanecer en el centro de toda reflexión. Queda claro que la lucha por la justicia y la equidad, principios pilares de la democracia, no se encuentra en la tecnología, sino en la correlación de fuerzas sociales, la redistribución de la riqueza y la defensa cultural de la comunidad, el territorio y el respeto a la diversidad, pero donde lo local y lo cosmopolita no sea un binomio de enfrentamiento.

En el caso del periodismo, éste debe quitarse el desgastado velo de la “objetividad” e “imparcialidad” puesto que la asimetría de poder es, en sí misma, demasiado evidente y violenta. El periodismo debe cuestionar sus propias lógicas de inclusión y exclusión de miradas, actores, temas, discursos y velocidad. Debe desprenderse de sus marcos ahistóricos de análisis político y recuperar su función social contra la tiranía (antes del monarca, ahora contra las desigualdades). Pena ve necesario que el periodismo resista contra la concepción mercadológica, la lucha por el *rating* y por viralizar; habla de un *periodismo de resistencia* que sea autocrítico en la producción de su contenido y que “cuestione su interpretación de

los hechos, sus conceptos preconcebidos, sus estereotipos, sus limitaciones” (2009: 180). Y ante la tendencia individualizante y homogeneizadora del neoliberalismo, el periodismo debe “sustituir los modelos estandarizados y estereotipados de aprehensión de la realidad por estrategias simbólico-discursivas que resalten la visión de la comunidad sobre sí misma, reforzando sus identidades y valores” (Pena, 2009: 200).

El reemplazo de los estándares neoliberales no es tarea fácil tras décadas de inmersión de las sociedades en ciertos modelos informativos y de aprendizaje, ni para los periodistas noveles o experimentados luego de repetir rutinas y valores aprendidos orientados al lucro de los medios comerciales en largos años, ni por la necesidad de encontrar una solvencia económica en un escenario de competencia comercial siempre desleal. Sin embargo, es una tarea necesaria pues, en un mundo de vértigo y transformación, la estabilidad debe encontrarse no en los instrumentos que nos obligan a correr, sino en los saberes, en la ética y valores que nos animan a contemplar.

Fuentes

- Badiou, A. (2012). *El Despertar de La Historia*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Bauman, Z. (2017). *Retrotopía*. Barcelona: Paidós.
- Boym, S. (2001). *The future of Nostalgia*. New York: Basic Group.
- Enzensberger, H. M. (1981). *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Anagrama.
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo: cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- Martín, H.-J. (1992). La imprenta. En R. Williams (Ed.), *Historia de la Comunicación*, vol. 2 (pp. 9-62). Barcelona: Bosch comunicación.
- Marx, K., & Engels, F. (2000). *Manifiesto Comunista*. Barcelona: Elaleph.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.
- Mier, Raymundo (2000). “Apuntes para una reflexión sobre comunicación y política”. En Versión: Estudios sobre comunicación y política, (10), 59-104, octubre 2000. México: UAM-X.
- Pena, F. (2009). *Teoría del periodismo*. Ciudad de México: Alfaomega.
- Ramonet, Ignacio (2005). “El poder mediático”. En De Moraes, Dênis (Comp.) Por otra Reig, R. (2011). *Los dueños del periodismo*. Barcelona: Gedisa.
- Rodrigo Alsina, M. (1993). *La construcción de la noticia* (2 ed.). Barcelona: Paidós.

- Sassen, S. (2015). *Expulsiones: brutalidad y complejidad en la economía global*. Buenos Aires: Katz.
- Siebert, F. (1967). La teoría libertaria de la prensa. En F. Siebert & T. Peterson (Eds.), *Tres teorías sobre la prensa* (pp. 49-86). Buenos Aires: Ediciones de la Flor.
- Solís, Beatriz (2007). “Democracia, ciudadanía y medios”. En Mastrini, G; Loreti, D y Baranchuk, M. (Comps.) *Participación y democracia en la sociedad de la información*. Pp. 267-274. Buenos Aires: Prometeo.
- Tuchman, G. (1983). *La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Virilio, P. (1997). *El cibermundo: la política de lo peor*. (Madrid: Cátedra).
- Wolton, D. (2010). *Informar no es comunicar: contra la ideología tecnológica*. Barcelona: Gedisa.