

# Volver a los clásicos

Teorías de la comunicación  
y cultura pop

Sergio Roncallo-Dow  
Enrique Uribe-Jongbloed  
Edward Goyeneche-Gómez



Universidad de  
**La Sabana**



# VOLVER A LOS CLÁSICOS

Teorías de la comunicación  
y cultura pop

Sergio Roncallo-Dow  
Enrique Uribe-Jongbloed  
Edward Goyeneche-Gómez

2016



Universidad de  
**La Sabana**



Roncallo-Dow, Sergio

Volver a los clásicos: teorías de la comunicación y cultura pop / Sergio Roncallo-Dow, Enrique Uribe-Jongbloed y Edward Goyeneche-Gómez ; prólogo Camilo Tamayo Gómez. -- Chía: Universidad de La Sabana, Uniediciones, 2016.

194 p. ; cm. (Colección Estudios. Facultad de Comunicación ; 08)

Referencias bibliográficas: páginas 175-191

ISBN 978-958-12-0387-1

e-ISBN 978-958-12-0388-8

1. Comunicación – Aspectos sociales 2. Comunicación audiovisual 3. Comunicación social 4. Medios de comunicación de masas I. Roncallo-Dow, Sergio II. Uribe-Jongbloed, Enrique III. Goyeneche-Gómez, Edward IV. Tamayo Gómez, prólogo V. Universidad de La Sabana (Colombia), Uniediciones. V. Tit.



Universidad de  
**La Sabana**



#### RESERVADOS TODOS LOS DERECHOS

© Universidad de La Sabana, Facultad de Comunicación, 2016.

© Uniediciones

© Sergio Roncallo-Dow

© Enrique Uribe-Jongbloed

© Edward Goyeneche-Gómez

© Camilo Tamayo Gómez

#### EDICIÓN

Dirección de Publicaciones

Campus del Puente del Común

Km 7 Autopista Norte de Bogotá

Chía, Cundinamarca, Colombia

Teléfono: (57-1) 8615555 Ext. 45001

[www.unisabana.edu.co](http://www.unisabana.edu.co)

[publicaciones@unisabana.edu.co](mailto:publicaciones@unisabana.edu.co)

Uniediciones

Carrera 69 Bis N° 36-20 Sur

Teléfonos: 2300731 - 2386035

Librería: Calle 12 B N° 7-12 L. 1

Tels.: 2835194 - 2847524

Bogotá, D.C. - Colombia

<http://webmail.grupoeditorialibanez.com>

Marzo de 2016

ISBN: 978-958-12-0387-1

e-ISBN: 978-958-12-0388-8

Número de ejemplares: 1 000

#### CORRECCIÓN DE ESTILO

Eduardo Franco

#### MONTAJE DE CUBIERTA

Kilka Diseño Gráfico

#### ILUSTRADOR IMAGEN DE CUBIERTA

Boris Greiff Tovar

#### DIAGRAMACIÓN

Juan Pablo Rátiva González

#### DIAGRAMACIÓN ELECTRÓNICA

Alejandra Ibáñez N.

#### IMPRESIÓN

Grupo Editorial Ibañez

#### HECHO EL DEPÓSITO QUE EXIGE LA LEY

Queda prohibida la reproducción parcial o total de este libro, por medio de cualquier proceso reprográfico o fónico, conocido o por conocerse, sin previo permiso escrito del autor y del editor.

Esta edición y sus características son propiedad de la Universidad de La Sabana.

# CONTENIDO

<b>PRÓLOGO: COMMUNICATION WILL TEAR US APART</b>	
<b>O SOBRE CÓMO ANALIZAR EL CAMPO DE LA COMUNICACIÓN</b>	
<b>DESDE DISPOSITIVOS DE ÉPOCA .....</b>	<b>7</b>
<b>A MODO DE INTRODUCCIÓN: LAS POTENCIAS</b>	
<b>DE LA EXPERIENCIA .....</b>	<b>17</b>
<b>ALIENÍGENAS .....</b>	<b>21</b>
Por una ecología mediática (alienígena) .....	23
De regreso a Marte: el alienígena es el mensaje .....	39
El alienígena es (aún) el mensaje .....	42
<b>VIDEOCLIPS .....</b>	<b>57</b>
Mitos y videoclips: la entrada .....	58
Íconos, mitos y medios .....	59
Del signo a la función: de la función al videoclip .....	65
Videoclips y funciones semióticas .....	70
Mitos, medios, MTV: amor y revolución .....	78
Y el MTV Video Music Award es para... .....	80
<i>People of the sun</i> (Chistopherson, Eisenstein	
y Alexandrov, 1996) .....	81
<i>Take On Me</i> (Barron, 1985) .....	87
<b>YOUTUBE .....</b>	<b>95</b>
En el principio .....	95
Algunas indicaciones previas .....	96
El medio .....	101
Artes y auras .....	107
Por una ecología aurática .....	112

<b>MARADONA, ZICO, SELFIS Y LATAS DE SOPA .....</b>	<b>121</b>
El álbum del Mundial .....	121
Fotografía e ideología: la rima no es en vano .....	124
Bienvenidos al desierto de lo (casi) real .....	136
Polaroids de locura ordinaria .....	145
<b>INVESTIGADORES CRIMINALES Y CIRUGÍAS PLÁSTICAS .....</b>	<b>153</b>
¿Será porque aquí no hablamos inglés? .....	155
Supercalifragilísticoexpialidoso aunque al decirlo suene un poco enredoso .....	157
Los mil capítulos de <i>Manimal</i> y <i>Automán</i> .....	159
Todo por la plata .....	161
Una audiencia que escoge, no que exige .....	167
El (medio)ambiente en el que vivimos .....	172
<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>175</b>

# PRÓLOGO

## ***Communication will tear us apart* o sobre cómo analizar el campo de la comunicación desde dispositivos de época**

Camilo Tamayo Gómez

El 4 de junio de 1976 es una fecha que en la historia de la cultura popular tiene mucho significado. Ese día, en el pequeño auditorio Lesser Free Trade de Manchester en Inglaterra, la banda The Sex Pistols realizó una de sus primeras presentaciones fuera de Londres. La audiencia fue de alrededor de 42 personas, las cuales pagaron 60 peniques de la época para ver por primera vez tocar a Johnny Rotten (nombre artístico de John Lydon, el carismático líder de la banda) y su naciente grupo de punk. La importancia de este aparente inofensivo concierto musical radicó en las personas que asistieron a ese evento, las cuales años después cambiarían para siempre la escena musical del mundo occidental. Steven Morrissey, quien fundaría junto con Johnny Marr en 1982 la banda The Smiths; Mark Smith, fundador de The Fall; Tony Wilson, presentador de televisión y creador del sello musical independiente Factory Records y de la discoteca The Hacienda en Manchester; y Martin Hannett, futuro productor musical de bandas, como The Happy Mondays, The Stones Roses o A Certain Ratio, fueron algunos de los asistentes presentes ese 4 de junio. Sin embargo, hubo dos personas en la audiencia que provocarían años más tarde un cambio sin precedentes a la escena musical del momento, me refiero a Peter Hook y Bernard Summer, quienes en años siguientes, junto con Ian Curtis y Stephen Morris fundarían en Salford (área del llamado Greater Manchester) una de las bandas más interesantes de la segunda mitad del siglo XX: Joy Division.

Esta banda, que inicialmente fue bautizada como Warsaw, construyó el puente que generaría la transición entre dos corrientes musicales fundacionales de la música independiente moderna: por una parte, tomaría el espíritu contestatario, sombrío y antagonista del punk para combinarlo, mezclarlo y endulzarlo con sintetizadores, *samplers* y *beats* propios de lo

que tiempo después se etiquetaría bajo el rótulo de “música electrónica”. En otras palabras, Joy Division fue la primera banda independiente contemporánea que logró crear y ubicarse en una transición, en un lugar difuso, en una arena movediza o “no lugar”, que identificaría claramente que los tiempos estaban cambiando, remarcando la idea (desde lo *underground*) que cada producto estético responde claramente a la sensibilidad de una época. Este grupo solo duró cuatro años, de 1976 a 1980, debido a que su vocalista, Ian Curtis, a la edad de 23 años, se suicidara días antes de que la banda emprendiera su primera gira a los Estados Unidos. Cuatro años de existencia, dos álbumes de estudio (*Unknown Pleasures*, 1979, y *Closer*, 1980), ser los padres del movimiento postpunk y enseñar a generaciones enteras que el sonido puede resaltar no solo malestar o energía, sino también expresión y formulación, podrían ser los elementos más importantes de su legado.

Este libro que el lector tiene hoy en sus manos comparte, a mi modo de ver, dos características fundamentales con esta banda británica. Primero, este texto se ubica en las arenas movedizas contemporáneas (“no lugares”, espacios de tránsito) por donde se construyen actualmente las categorías sociales que invitan a pensar los estudios de comunicación desde perspectivas o dispositivos de época. Para expresarlo de otra manera, este documento genera ese puente entre un ritmo musical “clásico” (llámese el punk o los tradicionales campos desde donde se han analizado los procesos comunicativos: funcionalismo, estructuralismo, teoría crítica), para entenderlos desde lógicas, artefactos, prácticas y usos a-temporales que responden a la sensibilidad de un momento histórico particular (narrativas de videoclip, YouTube, Facebook). La segunda característica que comparte el presente libro con Joy Division es el énfasis que realiza (tanto este texto como las dimensiones performativas de las canciones de la banda inglesa) en elementos expresivos y significativos para hacer visibles las maneras como la sociedad (en particular la occidental) está reconfigurando los usos y las funciones de los aparatos y circuitos de información en momentos sociales precisos. Este texto para la mitad de la segunda década del siglo XXI o Joy Division para los finales de los años setenta a través del uso de “nuevas máquinas” para producir sonidos. Es decir, la expresión, la estética y la figura

como andamiaje crucial para comprender la totalidad de la dinámica social desde lugares no tradicionales.

Teniendo como telón de fondo estas dos características, este prólogo busca, principalmente, poner de manifiesto dos aspectos importantes que el lector encontrará a lo largo de este libro y que son cruciales para poder entender la relevancia y significación contemporánea de estudiar (una vez más) los procesos sociocomunicativos desde perspectivas no tradicionales. El primer aspecto que quiero poner de manifiesto es hacer visible cómo este libro realiza un acento en el carácter ideológico de la relación estructura social, medios de comunicación y poder, y cómo su operacionalización en ecosistemas comunicativos emergentes es a su vez una lucha por el sentido, la significación y la definición de estructuras simbólicas hegemónicas para contextos sociales particulares. El segundo aspecto es llamar la atención sobre el hecho de que en este libro gravita implícita y explícitamente la idea de que nos encontramos frente a unas agendas teóricas y metodológicas inconclusas, y que el interesante desafío que tenemos actualmente los investigadores en ciencias sociales es lograr re-definir adecuadamente los objetos de estudio de este campo, que se presentan (como lo manifiestan los autores) por momentos bastante opacos o ambiguos debido a las interrelacionadas complejidades sociales que vivimos contemporáneamente. Exploremos a continuación brevemente estos aspectos.

Como se muestra a lo largo de este libro, no cabe duda de que vivimos un momento sociocomunicativo y político bastante particular. Manifestaciones contemporáneas puntuales, como la tercera fase del proceso social de la globalización (Sassen, 2007), la crisis del Estado-nación (Held, 2008), la consolidación de la sociedad en red (Castells, 2009), la profunda crisis del modelo neoliberal (Beck, 2009), la nueva sociedad de la información (Stevenson, 2012) y el advenimiento de una sociedad líquida (Bauman, 2013) han permeado las distintas dimensiones de la estructura social, creando un nuevo marco para pensarse la ideología y el poder desde entradas focalizadas en la acción política y los ecosistemas comunicativos emergentes. En este contexto, y siguiendo la línea de pensamiento de algunos académicos sociales (Vertovec, 2009; Rinke, 2012; Stevenson,

2012), es posible argumentar que la relación estructura social, medios de comunicación y poder ha cambiado totalmente, y ahora esta relación conlleva nuevos significados en diversos espacios sociocomunicativos, que proveen a los ciudadanos con nuevas significaciones de pertenencia política y cultural, transformando las estructuras sociales, los roles y las responsabilidades públicas en la arena social de estos ciudadanos. En otras palabras, es posible decir que asistimos ahora a la “explosión” de nuevas formas y dispositivos para comunicar, de nuevos actores sociales y de nuevas formas expresivas y performativas que buscan reivindicaciones políticas y ciudadanas que no estaban en la tradicional agenda académica, pública y política de años atrás, debido, entre otros factores, a los cambios geopolíticos y socio-culturales que han afectado el significado tradicional de lo que representa “usar” o producir narrativas mediáticas.

De la misma manera, valores liberales fundacionales, como la equidad, la diversidad, el respeto, la solidaridad y la libertad, están siendo expresados ahora a través de diferentes narrativas sociales, políticas y mediáticas, afectando con ello las mentalidades y las representaciones de dichas ideas liberales en la opinión pública. Estas nuevas expresiones nos remiten directamente al vínculo entre la relación estructura social, medios de comunicación y poder y los nuevos dispositivos para comunicar que están siendo afectados hoy en día por la simbólica centralidad de las tecnologías del ser y la segregación socioespacial (Whitehead, 2009). Lo anterior permite (como lo muestran diferentes apartados de este libro) que las audiencias y los ciudadanos tengan un rol más activo en la conformación de las esferas públicas y en la creación de ecosistemas sociocomunicativos emergentes más incluyentes. Como resultado directo, en algunos contextos socioculturales particulares, los ciudadanos/audiencias/productores cuentan ahora con más recursos comunicativos con los cuales generar acciones expresivas donde la performatividad y las emociones son el motor o “agencia” fundamental para realizar actos públicos de producción comunicativa y reproducción simbólica. Este nuevo contexto ayuda al campo de la comunicación a reconsiderar críticamente una vez más diferentes perspectivas del “concepto ideal” de esfera pública en las democracias liberales (Taylor, 2005; Koçan,

2008; Keane, 2009; Sicakkan, 2010), piedra angular de la relación estructura social, medios de comunicación y poder, y comenzar a construir procesos sociales, políticos y simbólicos donde los ciudadanos/audiencias/productores puedan demandar más contundentemente nuevas formas expresivas que afecten (y den cuenta) de los cambios estéticos contemporáneos.

Siguiendo esta misma línea de interpretación, considero que este libro realiza dos aportes significativos al campo de los estudio de la comunicación social para la región. Primero, resalta la contemporánea centralidad de los ecosistemas comunicativos emergentes en proveer diferentes narrativas a más complejas audiencias, abriendo la puerta para pensar (y re-pensar) tópicos, como la construcción de identidades, los nuevos derechos emergentes (comunicativos por ejemplo), y la apropiación y el consumo cultural en un mundo más conectado-desconectado desde escalas argumentativas y performativas diferentes. Segundo, problematiza el emergente rol de una alfabetización mediática y narrativa para poder entregar a los ciudadanos/consumidores/productores nuevas habilidades para acceder, analizar, evaluar y crear contenidos mediáticos, que les permita configurar un fuerte lazo entre las dimensiones expresivas de los nuevos relatos mediáticos y su inclusión en las esferas públicas.

Así las cosas, los autores de este libro nos dejan claro, entonces, que nos encontramos frente a unas agendas teóricas y metodológicas inconclusas para el campo de la comunicación, pues, precisamente, el desafío que tenemos en la actualidad en las ciencias sociales es lograr definir y demarcar adecuadamente los objetos de estudio de este campo que se presentan (por algunos momentos) bastante opacos o porosos como consecuencia de las interrelacionadas complejidades sociales que vivimos contemporáneamente. Vale la pena reiterar la imperante necesidad de crear nuevas categorías y dispositivos investigativos que busquen dar cuenta del actual momento histórico que vivimos. Este libro nos da una pista: cómo reconfigurar y analizar procesos socioculturales de las últimas décadas desde las tradicionales (y ya no tan tradicionales) categorías desde las cuales se han intentado analizar y dar cuenta los procesos sociocomunicativos. Los autores endulzan con sus sintetizadores conceptuales (al mejor estilo de Joy Division) las tradicionales

formas de concebir y analizar los procesos sociocomunicativos, pero lo que realmente realizan ellos es dar cuenta de un momento histórico, estético, conceptual, performativo desde los estudios en comunicación, el cual nos ayudará sin duda alguna a crear puentes y transiciones para responder las actuales y futuras preguntas que nacen de este nuevo cambio de época.

## REFERENCIAS

- Bauman, Z. (2013). *Culture in a liquid modern world*. Cambridge: Polity Press.
- Beck, U. (2009). *World at risk*. Cambridge: Polity Press.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford y Nueva York: Oxford University Press.
- Held, D. (2008). *Cultural politics in a global age: Uncertainty, solidarity, and innovation*. Londres: Oneworld Publications.
- Keane, J. (2009). Civil society, definitions and approaches. En H. Anheier y S. Toepler (eds.), *International encyclopedia of civil society*. Nueva York: Springer Verlag.
- Koçan, G. (2008). Models of public sphere in political philosophy. *Eurosphere Working Paper Series*. Working Paper N.º 2. University of Bergen: EUROSPHERE.
- Rinke, S. (2012). *Memories of the Nation in Latin America: Transformations, reconfiguration and current uses*. Berlín: Universidad Libre de Berlín.
- Sassen, S. (2007). *Una sociología de la globalización*. Barcelona: Katz.
- Stevenson, N. (2012). Localization as subpolitics: The transition movement and cultural citizenship. *International Journal of Cultural Studies*, 15(1), 65-97.
- Sicakkan, H (2010). Foreword. En K. Wahl-Jorgensen y S. Cushion (eds.), *Diversity and the European Public Sphere. The Case of United Kingdom. Eurosphere Country Reports – Country Report N.º 17*. University of Bergen: EUROSPHERE.

Taylor, C. (2005). *Philosophical arguments*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Vertovec, S. (2009). *Transnationalism*. Abingdon: Routledge.

Whitehead, A. (2009). *Memory, the new critical idiom*. Nueva York: Routledge.



*Escuchando radio  
Vamos al estadio  
Nos gusta el Julio Iglesias y el rockabilly  
Tenemos la cultura de la basura  
Tenemos la cabeza dura  
Comemos pan con pan  
Leemos historietas  
La tele nos da sueño  
pero de noche  
conservo un afiche de Raphael  
y me peino como él*

Los Prisioneros



## **A MODO DE INTRODUCCIÓN: LAS POTENCIAS DE LA EXPERIENCIA**

Este libro nace, esencialmente, de la intuición. Durante algún tiempo nos preguntamos si era más adecuado explicar ciertos fenómenos sociales leyendo a Foucault o yendo a un Comic-Con. Nos lo preguntábamos, sobre todo, porque cada vez resultaba más difícil entender el modo en el que nuestros estudiantes comprendían la realidad. El ejercicio de la exégesis de textos “clásicos” resultaba cada vez más estéril, pero, a la vez, la pura alusión a los fenómenos propios de la vida contemporánea dejaba escapar toda la riqueza del análisis que, desde las teorías de la comunicación, se había hecho durante el siglo XX.

Muchas veces sentíamos que la distancia entre los elementos históricos y las teorías que fueron desarrolladas entonces nos dificultaba presentar los aspectos más interesantes de la obra de estos pensadores. El desarrollo de los medios de comunicación, como un entorno del cual todos ya somos parte, nos llevó a tomar una nueva aproximación que surgió en unas charlas informales en una cafetería. La experiencia de dictar asignaturas, como Teorías de la Comunicación, en diversas universidades nos permitió comprender que las situaciones actuales y los referentes contemporáneos nos permitían aclarar más fácilmente las propuestas teóricas, que referirnos a circunstancias mediáticas tan ajenas a nuestros estudiantes. Esta revisión no solo está enmarcada en esa temporalidad cercana, sino también en experiencias sensibles más acordes con nuestra realidad mediática. Está inscrita en el entorno mediático de ovnis y alienígenas, láminas autoadhesivas que llenan álbumes sobre eventos futbolísticos, pantallas omnipresentes de YouTube atestadas de videos musicales y series televisivas que salen de la pantalla plana del Smart TV a ocupar repositorios digitales casi infinitos y ser consumidas a través de teléfonos móviles o tabletas portátiles.

Nuestro objetivo es simple y a la vez provocativo, y busca servir de insumo a cualquier nivel de estudio académico sobre las teorías de la comunicación, conectadas entre ellas por ese hilo invisible de la ecología de medios.

Las definiciones de comunicación y los análisis y estudios de los fenómenos comunicativos dependen estrictamente de los aparatos conceptuales que se activen en los procesos de conocimiento y de cómo se conciben las sociedades en su presente histórico. Esto significa que las teorías de la comunicación son, en su génesis, representaciones abstractas y discursivas de las prácticas comunicativas que, por supuesto, las explican y las determinan, pero que, también, las interpretan desde posiciones sociales, políticas y culturales específicas, que están vinculadas a sistemas ideológicos históricamente situados. El análisis de las teorías clásicas de la comunicación, en este sentido, resulta fundamental por la relación tan estrecha que se ha presentado entre los conceptos clásicos del campo de la comunicación y los grandes esquemas de interpretación de la sociedad moderna propuestos por los padres fundadores de las ciencias sociales modernas. Comprender la comunicación desde los clásicos es, en gran medida, comprender la esencia de la modernidad.

El retorno a los clásicos desde la observación de la cultura pop implica, además, un ejercicio epistémico, que muestra la fuerza y el poder de las teorías para determinar la interpretación de un fenómeno comunicativo. La explicación y comprensión del funcionamiento, el impacto o el valor de un producto comunicativo cambia sustancialmente dependiendo del filtro conceptual que se utilice para interpretarlo y analizarlo. Este libro trata de recordar, en parte, que la teoría no se puede asimilar de manera directa a la realidad y mucho menos a la verdad. Eso no significa que el uso social de la teoría tenga un impacto significativo en la vida humana o incluso transforme permanentemente a las sociedades, pero sí indica que la historicidad de la vida social no se puede reducir a esquemas de conceptualización teórica, cuya validez siempre resultará parcial en el universo inacabado del conocimiento.

El primer capítulo, dedicado a los alienígenas, revisa los conceptos de base del funcionalismo recurriendo a autores clásicos, como Cantril y Wright, y actualizando la discusión desde los fenómenos pop, como el cine y las series de televisión que han dedicado buena parte de sus esfuerzos a pensar en los visitantes del espacio exterior, convirtiéndolos en uno de