

*Los medios masivos de comunicación son interpelados y con-movidos por lógicas de producción y de consumo que parten de dos matrices antagónicas y complementarias. La primera definida por las demandas de una globalización que exige enfoques homogenizadores que -sin negar la diversidad- se re-dinamizan con la inclusión de actores sociales, de imaginarios y de tradiciones o perspectivas históricas que amplían los discursos y las estéticas con las cuales y desde las cuales se desarrollan hoy las industrias culturales.*

*La segunda matriz se halla estrechamente ligada al efectivo ejercicio de una ciudadanía que desde distintos núcleos de la sociedad civil reclama -con más insistencia- espacios de expresión que procuran ir más allá de las formas habituales de participación reconocidas o asumidas por los medios masivos. En América Latina podemos encontrar hoy testimonios que dan cuenta de los diversos modos como las instituciones de base ensanchan el propio concepto de lo que se define como comunicación masiva al colocar en la agenda no sólo el debate sobre los contenidos dominantes en los medios, los equívocos sustentos en que se basan y las obligaciones sociales sistemáticamente ignoradas, sino también al rescatar o promover formas comunitarias de comunicación que, ya sea por el volumen de la cobertura o bien por el impacto social, se constituyen en referentes novedosos de una otra comunicación masiva que empieza a articularse con características propias en la región, alejándola de lo que se enunciaba no hace mucho como una "comunicación marginal". Dan testimonio de ello un sorprendente número de radios comunitarias diseminadas en toda la región (y no sólo en ella), nuevas expresiones de prensa masiva trabajadas desde experiencias de bases organizadas, un creciente número de canales de cable o de alcance local o regional y un cine independiente que procura alejarse de una factura artesanal que sorprende no sólo por sus bajos costos sino también por sus niveles estéticos y expresivos y sus notables capacidades para identificarse con diversas realidades e identidades latinoamericanas, lo que ha revertido en no pocos impactos sobre audiencias usualmente acostumbradas a los patrones, ritmos y hábitos impuestos por las industrias hegemónicas norteamericanas. Proceso similar podemos encontrar en diversas formas de la fotografía y de la expresión gráfica y, más especialmente, en la música de varios de nuestros países que se abre espacios inéditos no desde las bondades o soportes de las industrias culturales, sino desde la sintonía alcanzada en base a una creciente identidad con que interpretan y conquistan a públicos verdaderamente masivos.*

*Es en el contexto anterior que se insertan los textos elegidos para esta ocasión en nuestra revista Diálogos de la Comunicación. Esperamos que los valiosos aportes aquí reunidos contribuyan a incentivar la reflexión en torno a los nuevos escenarios de la comunicación masiva.*