

**RESEÑAS**





## La comunicación social en el espacio público\*

Jesús Evodio López

Los escritos que integran *Pensar lo público desde la comunicación* son el resultado del trabajo académico del área de investigación, Educación y Comunicación Alternativas, del Departamento de Educación y Comunicación, de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco. Este libro busca ampliar la reflexión colectiva y, a su vez, aportar conocimiento al campo de la comunicación con la finalidad de contar con más herramientas que permitan afrontar de la mejor forma posible las complejas transformaciones sociotecnológicas y culturales que hoy se experimentan en el entorno global. El hilo conductor que guía los capítulos es la noción sobre el espacio público y la aproximación a este concepto coyuntural en los territorios de la comunicación.

En el debate político-social se suele relacionar lo público con la idea de equidad, reivindicación de derechos y participación ciudadana; sin embargo, en lo público también está presente la desigualdad y el autoritarismo que en muchas ocasiones segrega a la sociedad. Hay diversos estudios académicos y políticos donde se concibe lo público como el espacio de la pluralidad, ya que es el entorno común donde conviven los diferentes actores sociales con sus múltiples necesidades e intereses (lingüísticos, étnicos, ideológicos y culturales). Por esto, pluralidad y diversidad se constituyen como sus pilares y dan cuenta de la multidimensionalidad del estudio. Es aquí donde la comunicación cumple la función de cohesionar a la sociedad, de mediar en sus consensos y disensos para mantener el sentido de colectividad y comunidad.

El primer capítulo de este libro, “Populismo y medios. El crepúsculo de la esfera pública”, abre la discusión sobre la esfera pública y la influencia del populismo en ésta al intervenir en los medios de comunicación en determinado régimen. Destaca los rasgos que caracterizan el liderazgo populista y la retórica

---

\* Reseña del libro coordinado por Sara Makowski, Patricia Ortega Ramírez y Margarita Reyna Ruiz, *Pensar lo público desde la comunicación*, UAM-Xochimilco / Ítaca, Ciudad de México, 2022.

que emplea para promocionarse en el espacio público. Para el segundo capítulo, “Veracidad, política y espacio público. El tratamiento de las mañaneras en los contenidos de Canal 11 y Canal 14”, se aborda el manejo que se le ha dado a la televisión pública federal en el gobierno de Andrés Manuel López Obrador, la estrategia de las conferencias matutinas conocidas como “las mañaneras” y el caso de Canal 11, del Instituto Politécnico Nacional, y Canal 14, del sistema Público de Radiodifusión del Estado de México que se implica en este contexto. El tercer capítulo, “Por una esfera pública desbordada. Ciudadanías comunicativas, jóvenes indígenas y radio”, hace una revisión crítica de la esfera pública con énfasis en sus limitaciones y fisuras en las actuales condiciones que ofrece el ecosistema comunicacional digital, y analiza una experiencia de radio ciudadana realizada por jóvenes indígenas universitarios de la Ciudad de México, el caso Radio Xanich. En el cuarto capítulo, “La dispersión del espacio público. Comunicación y artistas en la calle nómada”, se reflexiona sobre la relación entre la ciudad, sus calles y la creación artística como un agente móvil (calle nómada): la manera en que el artista y sus acciones colaboran al ocupar la esfera pública de la ciudad, cuando sus prácticas la transforman en un espacio de relevancia sociopolítica capaz de incidir en los cambios sociales. El quinto capítulo, “Espacios de lo público. Desafíos en el entorno digital”, cuestiona si realmente existe una democratización en la participación ciudadana ante el auge de internet y las diferentes plataformas digitales, cómo influye la alta concentración de éstos y los antiguos medios de telecomunicaciones en la propiedad privada, y los desafíos a los que se enfrenta la sociedad ante estos nuevos espacios virtuales de la esfera pública. El último capítulo, “Espacio público y campo mediático en la hipermodernidad”, a partir de la coyuntura histórica actual, hace un análisis del concepto de espacio público en relación con los medios de comunicación masiva y cómo se entiende su objetivación hacia el espacio público virtual dentro del ciberespacio y la hipomodernidad.

Este libro tiene un alto valor académico y es pertinente al momento coyuntural que se vive hoy de globalización digital, pues ayuda a ubicarnos mejor en el debate social al plantear y ampliar nuevos cuestionamientos sobre la comunicación en la era del capitalismo informal, donde lo público se ve amenazado por la concentración de poder, tecnología, información y mecanismos de vigilancia en pocas corporaciones, pero, junto a esta contradicción de lo público, también se despliega una fuerza contraria que amplía, diversifica, potencia procesos ciudadanos y nuevos repertorios de interacción, colaboración y resistencia.



ALEJANDRO XUL SOLAR | *Ciudad Lagui*, 1939

Fundación Pan Klub, Museo Xul Solar / Publicada en *Argumentos*, núm. 67, año 2011.