

Presentación Monográfico

Entre la Comunicación y la Filosofía

Dra. M^a Luisa Cárdenas Rica

mlcardenas@centrosanisidoro.es

Orcid: <https://orcid.org/0000-0001-6550-2544>

Dra. Lucía Ballesteros Aguayo

lballesteros@us.es

Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-1191-4070>

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/Ambitos.2019.i45.01>

El ser humano se diferencia de los animales principalmente por el carácter eminentemente intersubjetivo con el que organiza su experiencia. Para ello dispone de una estructura lingüística y comunicativa que le capacita para perfilar los errores, poder sobrevivir y, además, tener una vida plena y feliz. La relación social se sustenta en la comunicación humana a través del lenguaje.

Desde Aristóteles a Lledó, desde el Crátilo de Platón al estructuralismo de Saussure, desde Habermas a Wright, muchos son los teóricos que explícita o tácitamente supieron ver con claridad la necesidad de abordar ese carácter poliédrico del ser humano desde diversas disciplinas, y por ello explanaron -en ocasiones de manera ingenua- esa convergencia necesaria entre Filosofía y Comunicación que ha desarrollado este I Congreso de Comunicación y Filosofía.

Celebrado en Priego de Córdoba en noviembre de 2018, el Congreso ha permitido múltiples posibilidades de diálogo y trasvase del conocimiento entre investigadores que, por su cualificación y por su procedencia diversa, han aportado grandes logros fruto de los cuales es el conjunto de artículos que comprenden el monográfico que hoy presentamos. En él participan investigadores de diferentes universidades de Andalucía como son Sevilla, Málaga, Granada y Cádiz, junto a autores procedentes de centros de

Forma de citar:

Cárdenas Rica, M. L. & Ballesteros Aguayo, L. (2019). Presentación Monográfico. Entre la Comunicación y la Filosofía. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación* 45, pp. 8-11. doi: 10.12795/Ambitos.2019.i45.01

investigación internacionales como son la Universidad de Sao Paulo (Brasil) o la Universidade do Porto (Portugal). Las temáticas giran en torno a las *fake news*, la comunicación y el poder político, disfunciones informativas, los videojuegos y la concienciación feminista a través de las redes sociales.

Podríamos comenzar con el trabajo de Marián Alonso vinculado con las *fake news*, y titulado *Fake News: desinformación en la era de la sociedad de la información*. En él analiza “cómo las plataformas en línea y otros servicios de Internet han favorecido la proliferación de noticias que intencionadamente inducen a error, dando lugar a informaciones periodísticas que carecen de rigor y credibilidad y afectando a la percepción de la realidad por parte de la ciudadanía”. Su autora parte de la premisa de que el flujo constante de información aleja al Periodismo del rigor informativo y la verificación. Propone que para combatir el engaño y la mentira es preciso apostar por la alfabetización mediática de los ciudadanos y la profesionalización del periodista para garantizar una información veraz.

En esta misma línea, Nuria Sánchez-Gey escribe sobre *El aumento de las noticias falseadas y sus consecuencias en el quehacer de los profesionales de la información en televisión*. Este artículo recoge que, en un 20% de los casos, los profesionales televisivos aseguran haber dado alguna información falseada. Y, pese a que éstos consideran que poseen herramientas contra estos contenidos, la velocidad e incluso la audiencia hacen que lleguen a los medios y a los telespectadores.

También Magaly Parreira do Prado, en *La proliferación de las fake news y sus algoritmos daña la cultura democrática*, insisten en la mentira, aunque ella pone su punto de mira en la Inteligencia Artificial y en cómo contribuye a automatizar los procesos, permitiendo la creación de manipulaciones persuasivas y posibilitando desinformaciones personalizadas con eficiencia. Denuncia que el software cruza informaciones y muestra cómo navega por la emoción de los perfilados. “Los algoritmos son cajas negras sin supervisión o regulación y es imprescindible que los cuestionemos”.

Salud Adelaida Flores escribe sobre *la Comunicación en imágenes en las sociedades árabes: la caricatura y su posverdad*. Analizar cómo en estos países el humor se convirtió en arma propagandística que influye en la sociedad, al mismo tiempo que incita a tomar decisiones. Las caricaturas actúan como válvula de escape que ayudan a la sociedad a reflexionar sobre determinados acontecimientos.

El término posverdad también es tratado por Agustín Sánchez en *Sobre Verdad y Posverdad en sentido social*. En este artículo se reseña el trabajo de Lee McIntyre y

enmarca este vocablo entre los límites de lo verdadero y lo falso. Expresa que “dicha definición revela conflictos sociales en los discursos posverdaderos al estructurar la realidad mediante ciertas opiniones, prejuicios, y creencias que la totalidad de la sociedad no comparte, al mismo tiempo que ignora hechos relevantes, proceso que el autor define como supremacía ideológica”.

Otro de los temas investigados es el poder político y la comunicación, el cual se aborda desde distintos puntos de vista. Javier Bustos Díaz y Francisco Javier Ruiz del Olmo escriben sobre *Sobreabundancia comunicativa de los líderes políticos en Twitter*, donde analizan la evolución del número de tuits que los principales líderes españoles emitieron en los meses previos a las dos últimas elecciones generales de 2016.

Antonia Ceballos, también desde una perspectiva política, en *El combate por la paz de Jean Jaurès: análisis de sus textos en l'Humanité*, explora una constante en la obra de Jean Jaurès, el parlamentario más joven de la Tercera República francesa, que también fue un gran periodista, fundador de l'Humanité. En concreto, la autora analiza las ideas que defiende en el periódico que creó desde su fundación hasta su asesinato. “Creyó hasta su último aliento que la paz era posible y un siglo después sus reflexiones siguen siendo útiles”.

Mientras que Eli Borges Junior, desde una vertiente más filosófica, escribe *Sobre el problema de la objetividad: entre racionalidad, representación e ideología*. En su escrito expresa que la "objetividad" está bastante presente en la narrativa de los medios de comunicación. Intenta demostrar cómo esta noción de "objetividad" se puede reinterpretar, en el límite, como una expresión ideológica. Para ello se centra en la noción presentada por la filósofa brasileña Marilena Chaui. Concluirá con una breve discusión sobre el problema real y complejo de la verdad posterior y las "noticias falsas".

El monográfico también contempla carencias en la comunicación periodística, Aida María de Vicente, en *Disfunciones informativas en la divulgación científica de las crisis ambientales acontecidas en España*, recopilar los déficits informativos que se dan en la cobertura de las crisis ambientales. En sus conclusiones desvela, entre las principales deficiencias, “una elevada representatividad de fuentes oficiales, principalmente políticas, frente a una carencia de fuentes expertas independientes, ausencia de pluralismo informativo, fuerte credibilidad hacia los centros de investigación del gobierno, errores gramaticales y de precisión, elaboración superficial de la materia informativa prestando atención a los rasgos más atractivos o sensacionalistas y no a los riesgos para la salud humana y el medio ambiente”.

Los videojuegos también tuvieron su espacio en el I Congreso de Comunicación y Filosofía. José Enrique Ocaña, en *Videojuegos y convergencia creativa: de las redes sociales a las plataformas de libre creación*, se centra en que la difusión de Internet y el uso masivo de las redes sociales ofrecen un panorama en el que la mayoría de medios culturales y artísticos se han visto forzados a cambiar sus paradigmas internos. Expresa que “se pasa de un modelo comunicativo vertical a uno horizontal, en el cual el usuario/consumidor pasivo se convierte en agente activo y en co-creador de sus propios contenidos, los cuales, se exponen de manera masiva en las redes y en las plataformas de libre creación”. Para ello parte del estudio cualitativo de casos ejemplares de redes sociales de videojuegos como el de Assassin’s Creed Council o el del videojuego independiente Blasphemous, financiado a través de la plataforma Kickstarter.

Guillermo Paredes-Otero también participa con esta temática con *El uso del rumor en la prensa digital de videojuegos. Análisis de contenido de los medios especializados: Hobby Consolas, Vandal y 3DJuegos*, y demuestra que las publicaciones especializadas tienen en común comunicar las novedades de futuros lanzamientos y crear expectación entre los usuarios.

Otro de los temas abordados es *La metodología de la concienciación feminista en la época de las redes sociales*, su autora, Tasia Aránguez, indaga en las similitudes entre el feminismo de la segunda ola y el de la cuarta ola (actual). Su objetivo es dilucidar si las redes sociales posibilitan el desarrollo de la “concienciación”, dando lugar a nuevos conceptos explicativos de la realidad política de las mujeres. La concienciación es una metodología feminista cuyo nombre se originó en los grupos de mujeres que se formaron en Estados Unidos en la década de los setenta (segunda ola feminista).

Por último, Êmili Adami profundiza en los procesos de interacción social a través de los medios digitales en *Paradoxo no sistema: o mundo de porteiras abertas, mas fronteiras fixadas no Facebook*. La autora parte de la idea de que esta plataforma social puede ser vista como una posibilidad de expansión de las vivencias del sujeto en el espacio y el tiempo, teniendo como base el paradigma de la complejidad y la fenomenología de la percepción.

Los trece artículos que componen este monográfico dejan patente el diálogo entre Comunicación y Filosofía. El estrecho vínculo entre ambas disciplinas ha permitido profundizar en los fenómenos comunicacionales desde una óptica filosófica. Los autores así lo expresan a través de sus reflexiones científicas en una interacción comunicativa-filosófica que representa la mayor aportación de este monográfico.