

**El movimiento *Slow* y la comunicación: orígenes, iniciativas y prácticas más allá de organizaciones y etiquetas.
Respuesta social y sostenibilidad medioambiental.**

Efraín Alberto Isaacs Triana

Trabajo de grado para optar por el título de Magister en Comunicación

**Sergio Roncallo Dow
Director de Tesis**

**Pontificia Universidad Javeriana
Facultad de Comunicación y Lenguaje
Maestría en Comunicación
Bogotá, D.C.
Agosto 19 de 2016**

Índice

	Pág.
I. Introducción	I.
CAPITULO 1. Fast food versus slow food	
1.1 Nacimiento del fast food	12
1.2 Hacia la estandarización	17
1.3 ¿El que come solo muere solo?	22
1.4 Del fast food al slow food	23
1.5 Slow food, movimiento slow y comunicación lenta	26
1.6 Fast Food a la Colombiana	28
CAPITULO 2. Movimiento slow, despacio pero no lento	31
2.1 Lo slow como modus vivendi	32
2.2 Lo slow y la sostenibilidad	43
CAPITULO 3. Lo slow y la comunicación	
3.1 Pioneros y activistas	51
3.1.1 Un “no so fast” desde el periodismo	52
3.1.2 Desde las comunidades digitales	53
3.1.3 Desde la academia	56
3.2 Alfabetización y dieta digital	59
3.3 Medios y periodismo slow	63
3.4 Hardware, pos venta y obsolescencia programada	67
II. Conclusiones	72
III. Bibliografía y referencias	82
IV. Adjunto No.1 - Entrevista - Profesor Alejandro Barranquero Carretero	88
Adjunto No.2 - Entrevista - Profesor Javier Serrano Puche	90

I. Introducción

En la actualidad el mundo experimenta la época de la rapidez y velocidad. Vivimos afanados desde diferentes ámbitos y contextos. En un trancón, en el andén, almorzando, trabajando, frente a un computador o simplemente navegando desde un teléfono móvil. Nos toca comer rápido porque se pasa la hora del almuerzo; ya no se comparte una cena porque chateamos sin cesar; el jefe nos respira en la ‘nuca’ pidiéndonos resultados y pasamos largas jornadas conectados a internet o navegando en cientos de pagina a la vez, sin establecer la veracidad de la información a la que accedemos.

Lo anterior como consecuencia de un modelo económico donde la productividad, la competitividad y la eficiencia han generado prácticas perversas al interior de la sociedad, con graves consecuencias sobre la salud de las personas y del planeta.

Uno de los graves impactos se ha dado sobre la seguridad alimentaria y el mercado mundial de alimentos. Dicho mercado hoy, manejado por unas cuantas multinacionales, se ha adueñado de los procesos de producción y comercialización de semillas y de la cadena global de distribución. Ha estandarizado el sector agrícola al punto de usar pesticidas, fungicidas e insecticidas, y hasta hormonas, para producir más y más. Situación que ha afectado directamente al campesino (agricultor), al consumidor y al planeta. Actualmente se penaliza el uso de semillas propias, el consumidor recibe un producto plagado de veneno o sobre ‘hormonado’. Sumado a lo anterior, los precios los fijan los intermediarios que se llenan los bolsillos a costa de la sostenibilidad del planeta.

Con el advenimiento del internet y las redes sociales, el consumo digital va por el mismo camino de cualquier otro tipo de consumo. Además de tener a disposición todos los medios de comunicación en la red con sus respectivos *sites*, tenemos diferentes Redes Sociales que nos alimentan sin parar de información muchas veces descontextualizada, superficial y sosa. Es tal el flujo informacional que la comunidad en general está poco o nada ‘preparada’ para recibirlo, filtrarlo o simplemente ignorarlo. Nos hemos convertido en autómatas a la hora de *retwittear* sin acceder al enlace, en cambiar el iphone año a año para estar a la última moda o en escudriñar en la vida de los demás, a pesar de que a muchos les encanta exponerla.

Este contexto evidencia que el afán consumista, y el culto a la velocidad que nos imprime el sistema hoy, es nefasto para las personas y el medio ambiente. Si el mundo continúa por esa senda de ‘progreso’ en pocos años no tendremos fuentes hídricas que alimenten los acueductos de los diferentes asentamientos humanos, habrá una epidemia de estrés, depresión o ansiedad y, lo peor, estaremos nadando literalmente en aparatos electrónicos discontinuados, en desuso y peligrosos.

Como una respuesta a lo anterior, ha surgido el *Movimiento Slow* el cual busca fundamentalmente que el hombre domine su tiempo y no viceversa. El *Slow Movement*, tendencia, actitud o movimiento, ha sido un fenómeno poco explorado pero que hoy incide de manera valiosa incluso en el diseño de políticas públicas. Los *slow* proponen generar conciencia sobre la actividad humana y un cambio radical en los modos de producción/consumo en pro de las personas y el planeta.

Hoy se puede afirmar que a través de lo llamado *slow* se están cambiando patrones sociales y culturales que se verán reflejados en próximas generaciones. Para el 2006 existan más de 100.0000 activistas en el mundo, sin contar las personas que asumen actitudes de este tipo ignorando la existencia del movimiento. Paradójicamente las redes sociales han ayudado a promover estos razonamientos y, como afirman algunos teóricos, no se trata de ir en contra de la corriente. Se trata de usar herramientas de nuestra era en pro de estas propuestas.

Entender un movimiento como este nos ayuda a visualizar alternativas frente a la evidente decadencia del medio ambiente, la ‘asocialización’ a partir del consumo digital, y la salud mental y física de las personas. No sabemos a ‘ciencia cierta’ si es un movimiento cultural o una respuesta social sólida y de largo aliento, pero sí conocemos su accionar positivo con perspectivas prometedoras. La pregunta entonces es, ¿el Movimiento Slow es una práctica cultural o respuesta social a la producción y consumo desenfrenado, o sencillamente es una moda pasajera?

Bajo este panorama, sumado al aumento de fenómenos naturales catastróficos y al agudizamiento de otros como la pobreza, el hambre o la corrupción, surge el interés por entender cuáles son las causas, y las posibles consecuencias de la sacudida en la que se encuentra la humanidad. En ese sentido, fue esencial encontrar reacciones de todo tipo, y movimientos u organizaciones que hoy en día ‘combaten’ el culto a la velocidad y el ritmo desenfrenado de producción/consumo. Alternativas de vida que, a su manera, aspiran a disminuir sus efectos nocivos. Un movimiento global creciente con base a una actitud sustentable.

Desde el punto de vista académico y de la comunicación nuestro objetivo era adentrarnos a un campo del conocimiento hasta ahora poco explorado y que, sin duda, tiene un largo camino por recorrer teniendo en cuenta las actuales circunstancias. La meta era sentar los primeros pasos hacia indagaciones más profundas y específicas sobre temas como la revolución digital y sus efectos cognitivos, y como la alfabetización en ese sentido puede hacer frente al problema. También desde el medio ambiente y la llamada *obsolescencia programada*, y como tales procesos tecnológicos han traído graves consecuencias por el abuso en el uso de recursos naturales en sus procesos de manufactura, y, peor aún, en su disposición final. Estamos frente a una catástrofe ambiental, sin que la ciudadanía esté en la disposición y la capacidad de contenerla.

Desde el punto de vista profesional, con obvias implicaciones en lo personal, hoy nos encontramos en proceso de desarrollo y consolidación de un proyecto, inicialmente comercial, que busca la promoción e impulso de la producción y el consumo de productos saludables y agroecológicos desde la perspectiva de la salud de las personas y el planeta. Para ello nos basamos en conceptos como agricultura familiar, soberanía alimentaria y el comercio justo, que a nuestro parecer se identifican con una tendencia como la *slow*. Advirtiendo el contexto actual vimos la necesidad de plantear una alternativa sostenible desde el consumo, lo que finalmente está relacionado con la producción y el comercio. Este proyecto nos ha mostrado otra perspectiva, fundamental a la hora de entender lo que pasa hoy en términos de comunicación, en cuanto a la sostenibilidad del planeta y nuevas formas de cotidianidad.

Para desarrollar esta investigación de tipo documental, y teniendo en cuenta que el abordaje académico de este movimiento desde diferentes ámbitos ha sido relativamente reciente, decidimos concentrarnos en la recopilación de información a partir de libros, textos, revistas, legislación y material audiovisual y radiofónico disponible, pero tratando de acceder a la información más reciente. Nos tomamos la libertad de indagar desde múltiples fuentes, tal vez algunas no formales, pero que consideramos pertinentes a nuestros objetivos. Asimismo, nos basamos en ciertos antecedentes pero, sobre todo, en casos de estudio concretos los cuales abordamos e identificamos como parte de los que denominaremos aquí *slow*. Esa posibilidad nos permite apreciar acontecimientos reales frente a un contexto, insistimos, poco examinado.

En cuanto al manejo de la información nos apoyaremos en los datos y contenidos a partir de las referencias recolectadas. Con el abordaje y análisis de estos se pretende profundizar en los trabajos ya realizados, intentado aportar elementos adicionales, contribuir con nuevo conocimiento frente a lo que se ha y se está investigando pero, sobre todo, poner en el mapa una temática que progresivamente deberá hacer parte activa dentro de la agenda académica.

De igual forma, se emplearon y aplicaron entrevistas a académicos/expertos quienes han abordado la temática y que sus conocimientos y trasegar profesional han dado las primeras luces para dilucidar un fenómeno reciente y poco examinado. Sumado a lo anterior, recurriremos a estudios y análisis estadísticos tanto de organizaciones no gubernamentales como de entidades públicas, con el fin de acceder a las cifras correspondientes las cuales nos dieron datos importantes en temas como consumo, producción y comercialización de Tics.

Para ello nuestro objetivo general era verificar y establecer si el Movimiento Slow, visto desde Slow Food, el Slow Communication y sus otras vertientes, es hoy una moda pasajera o una práctica cultural y/o una respuesta social ‘trascendente’, frente a la producción y consumo desenfrenado actual. Sin duda una situación que vale la pena ser trabajada desde los programas de comunicación tanto pregrado como posgrado con el fin de dar luces sobre un fenómeno que nos toca a todos. Con base a esta propuesta, a su origen, desarrollo y actualidad, se recopiló información apuntándole al *Slow Food*, al *Movimiento Slow* en general, y las implicaciones del *Slow Communication* en el ámbito de la comunicación.

El tema del siguiente trabajo es el movimiento denominado *slow* el cual, desde la gastronomía, ha ido permeando otras esferas de la cotidianidad (arte, educación, vivienda). Esta ‘nueva’ corriente surge como reacción frente a la velocidad y al ritmo desenfrenado que ha tomado la humanidad a partir de la revolución industrial y los nuevos procesos de producción. Desde entonces, cambiaron los referentes sociales y empezó una carrera hacia una mercantilización *non stop*, incluso de la mano de obra, lo cual zanjó la línea divisoria entre la vida personal y la vida laboral. Este trasegar ha traído consigo niveles inauditos de consumo y producción, tanto de bienes y servicios como de información y contenidos.

Para entender cómo surge el movimiento *slow* desde la alimentación (*Slow Food*), inicialmente mostraremos como fue la expansión descontrolada de las grandes cadenas de *Fast Food* en los Estados Unidos (EEUU) y, posteriormente, alrededor del mundo. Proceso que iniciaría a partir de las 1ras décadas del siglo XX con el nacimiento de los restaurantes *self service* pero, sobre todo, con la posterior aparición de la hamburguesa a la postre símbolo de una nueva forma de vida. Lo anterior, no solo en términos alimenticios sino de la experiencia misma de consumirla en los lugares donde la sirven. También examinaremos cómo a través de las grandes multinacionales de las comidas rápidas, se promovieron nuevas formas de expansión económica, y cómo todo este proceso de masificación trajo consigo nuevas formas de comunicar a través de, por ejemplo, el mensaje publicitario.

Posteriormente, nos adentraremos en los procesos de estandarización a partir del auge de los alimentos procesados y congelados, y desde la expansión del *fast food* a través de la venta de franquicias. Ejemplos como el de la misma McDonald’s, cadena que ostentaría tal nivel de poder que su influencia insidia el proceso de toma de decisiones en el órgano legislativo estadounidense. Asimismo, captaría el monopolio de la oferta de productos incluidos en su cadena de producción, a costa de los productores locales que no lograron contrarrestar su efecto avasallador. En la estandarización jugaría un papel fundamental la industria de los sabores, que introdujo los sabores artificiales, y la de la tecnología con la fabricación y comercialización del horno microondas.

En ese sentido, estableceremos un paralelo entre estos lugares y el concepto de Marc Auge sobre los *No Lugares*, entendidos estos como espacios sin identidad, e historia. Espacios de alguna manera ‘artificiales’ de Sociabilidad.

De otro lado, se examinará como fue el andar histórico de las comidas rápidas y su paso a una época de presión y cuestionamientos por sus prácticas perversas. El ‘agotamiento’ social produciría la conformación de *Slow Food*, movimiento creciente con cientos de miles de adeptos alrededor del mundo. Por tal razón miraremos como tal iniciativa lucharía contra la tiranía del tiempo, llegaría a incidir en la política pública de países como Alemania, y fundaría una universidad gastronómica que rescata, entre otros, la mesa como punto de encuentro.

El objetivo es indagar cómo, a partir del ‘triumfo’ de slow food, surgieron movimientos hermanos desde diferentes ámbitos como reacción frente al culto a la velocidad y a la producción/consumo ilimitado. Revisaremos hechos históricos donde se incorporarían tecnologías como el reloj o conceptos como eficiencia o productividad. Desde de allí haremos un recuento de cómo surge dicha inquietud desde la comunicación y lo digital, y cómo sus mismos usuarios vieron el potencial daño que implicaría la revolución de la TICS. Abordaremos conceptos como *slow media* y *desconexión*, *maximalismo digital* y *obsolescencia programada*.

Entre tanto, miraremos como fue el proceso de ascenso del negocio de las comida rápidas en Colombia, y como ha sido su expansión con la llegada de varias de las cadenas internacionales. Sumado a lo anterior, el surgimiento de negocios a nivel local y el caso de una pequeña cadena bogotana de hamburguesas que, desde lo barrial, lanzó una oferta novedosa a partir de productos frescos y de origen agroecológico.

Posteriormente examinaremos como el *slow food*, más allá de ser un movimiento, puede considerarse un modo de vida a partir de los diferentes ámbitos desde donde surgen iniciativas de todo tipo que propenden fundamentalmente por una nueva forma de abordarla a partir de prácticas sostenibles. Trataremos la propuesta de Carl Honoré que se basa en el concepto de *slow* y su aplicación a la vida cotidiana y a la vida de las grandes organizaciones y el Estado. Desde esta visión, el autor insiste en el trabajo colaborativo en red como la base fundamental.

Por su parte, analizaremos cual es la relación entre este nuevo movimiento, y la sostenibilidad del planeta, a partir de acciones ciudadanas. Asimismo, sí realmente es desde el capitalismo global y la revolución industrial donde se inicia en firme el culto a la velocidad. De esta manera se hace indispensable pensar en el concepto de Riechmann sobre el choque de tiempos. Para él, la crisis actual es esencialmente temporal en cuanto al tiempo que el hombre tarda en producir residuos de todo tipo y la tierra en asimilarlos. A lo que muchos medioambientalistas se refieren como la *hecatombe de la biodiversidad*.

Como consecuencia nacen nuevos grupos que ejercen, de alguna manera, presión sobre el sistema promoviendo prácticas sostenibles de vida. Por eso es importante considerar si los *slow* son un movimiento de resistencia cultural, en cuanto defienden la vida y el medio ambiente, y/o movimiento de resistencia, ya que contradice los principios que rigen hoy a la sociedad y a la política.

A partir de esa reacción miraremos tendencias como la de la educación lenta, que lucha contra un ‘monstro’ gigante como lo es la educación tradicional y religiosa, para nuestro caso, y que tiene propuestas ‘alternativas’ a las metodologías rígidas y ‘homogenizantes’ que rigen hoy la educación. Por ejemplo, esta vertiente aboga por la individualidad, el manejo de las emociones en un mundo plagado de inputs, y la calidad sobre la cantidad, entendiendo esta ultima como superficialidad.

También echaremos un vistazo sobre cuál es la responsabilidad de las ciudadanía en la protección, por ejemplo, de la fuentes hídrica recurso ambiental altamente amenazadas hoy. Esto lo enlazaremos con 3 ejemplos para nosotros de tendencia *Slow*; proyecto de viviendas y habitat sostenibles, organizaciones que luchan contra la mano de obra infantil e industrias mega poderosas como la de la moda, y colectivos que rescatan artística y funcionalmente materiales que normalmente van a parar a los botaderos.

Por otra parte, miraremos como permea el concepto de *slow* la comunicación, a partir del slow food. Teniendo en cuenta el alto consumo y producción de contenidos (en su gran mayoría

digitales) surgen dos documentos en forma de manifiestos que fueron la base de los análisis de hoy. Dichos documentos reclamaban fundamentalmente bajar el ritmo y repensar la velocidad que le estábamos imprimiendo a nuestras actividades cotidianas. De esta forma descubriremos cómo desde tres ámbitos se abordó el ‘nuevo’ fenómeno sociocultural de la sobre producción e hiper consumo de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (Tics).

Inicialmente desde la labor periodística con el manifiesto del periodista John Freeman publicado en *The Wall Street Journal* en el 2009 y que insiste en la importancia del mundo físico, de las relaciones sociales cara a cara, y en el des-contexto del mundo digital/virtual. Posteriormente, desde la misma web con la proclama de los ciberactivistas y blogueros alemanes Köhler, David y Blumtritt quienes en 2010 proponen que la revolución digital debe abordarse desde las dimensiones política, cultural y social. Reclaman la calidad, y la responsabilidad del sistema frente a la sostenibilidad del planeta. Este segundo manifiesto, ha sido altamente divulgado alrededor del mundo.

Finalmente desde la academia a partir de nuevos conceptos como *desconexión* o *maximalismo digital*. Y desde la inquietud por estudiar a los *slow* desde la comunicación, y el ejercicio del periodismo y los medios. También es importante incluir la iniciativa de abordar el fenómeno desde la disposición final de aparatos o hardware, proceso que ha ido de la mano del hiperconsumo. De hecho hoy la ausencia de normas efectivas de reciclaje o reutilización de estos elementos está afectando la salud de las personas y del planeta.

De esta forma miraremos como desde la academia se empiezan a trabajar conceptos como el de la *Infoxicación*, que define la generación de problemas de salud a nivel cognitivo debido al sobre-flujo de información. A partir de ahí examinaremos la propuesta de *Dieta Digital* que plantea el académico español Javier Serrano-Puche donde formula, entre otros puntos, la desconexión como herramienta esencial para luchar contra dependencia emocional de lo digital.

Con base a la creciente tendencia de abordar lo *slow* desde el periodismo, es importante ver el rescate del tiempo, la calidad, la profundidad, el cara a cara y sobre todo la des-estandarización de contenidos, y cómo estos elementos se vuelven fundamentos de una ‘nueva’ forma de

ejercerlo; luchan contra las grandes corporaciones noticiosas con una propuesta de periodismo de investigación, narrativo o de autor, el cual brilla por su ausencia en el panorama actual de los medios masivos.

Para ello nos adentraremos a una investigación sobre medios *slow* en Iberoamérica donde se identificaron medios de este corte a partir de 4 elementos: narrativas digitales, agenda propia y ritmos lentos, periodismo investigativo y extensión de contenidos. De esta forma se lograron identificar 42 proyectos periodísticos los cuales comparten características similares/trasversales; una estrategia digital fuerte en redes sociales y web, modelos colaborativos con proyectos similares e independencia de las grandes corporaciones. Miraremos el caso colombiano con variedad de propuestas, pero ahondaremos especialmente en el caso de La Silla Vacía y su gran acogida como referente informativo del contexto político y las relaciones de poder.

Por último nos enfocaremos en la pos venta de aparatos, equipos y hardware, y la llamada *obsolescencia programada* como estrategia mercantilista de programar el desuso de aparatos incitando la re-compra inmediata del siguiente modelo. Dicha ‘estrategia’ pone en desuso millones de toneladas de Residuos de Aparatos Electricos y Electrónicos (RAEE), sin metodologías ni políticas claras para sus disposición final. Mostraremos cifras y estadísticas alrededor del consumo, y la disposición del RAEE en el mundo, la región y Colombia. Y cómo a pesar de eso, algunas de las grandes vendedoras de tecnología en el mundo contemplan en su planificación la reutilización de materiales. Así veremos cómo tales esfuerzos son incipientes frente a la debacle que han generado.

CAPITULO 1

1. Fast food versus slow food

1.1 Nacimiento del fast food

Qué pensarían o sentirían nuestros antepasados cuando se dieran cuenta cómo se desarrolla la línea de “ensamblaje” que desde hace casi 100 años utilizan las grandes cadenas del *Fast Food* en el mundo para estandarizar procesos, abaratar costos, rotar rápidamente clientela y producto y, sobre todo, generar grandes utilidades. Y es que dichas cadenas, que nacen a principios del siglo pasado en los Estados Unidos, adaptaron el modelo fordista al sector de los alimentos y desde entonces las líneas de ensamblaje a las que hacemos mención, similares a las de las grandes fabricas de carros, siguen siendo las mismas. Con algunos cambios e innovaciones tecnológicas, pero iguales a las que operaban en sus inicios McDonald's o Carl's Jr.

El “éxito” progresivo y avasallador de este modelo de negocio va sin duda de la mano con el contexto actual que experimenta la humanidad que, con el paso de los años, vive paulatinamente más acelerada y afanada. Las personas del común ya no tienen tiempo suficiente para desarrollar plenamente sus actividades cotidianas, su trabajo, su recreación y esparcimiento, y mucho menos para alimentarse. Almorzar, por ejemplo, se convirtió en un ‘viacrucis’ donde se dispone de máximo una hora para luego volver a pasar por el torniquete y marcar tarjeta. Este sería el punto de referencia de donde parte el dominio en términos económicos, sociales y/o culturales del Fast Food, comida rápida y barata para personas afanadas.

Se pensaría que la aparición y ostentación del poder de las grandes cadenas de comidas rápidas es reciente. Sin embargo, el origen se remonta a 1902 en la ciudad de Filadelfia con la instalación del 1er local del restaurante “The Automat” (Hughes, 2001). Un espacio con maquinas traga monedas dispensadoras de postres, ensaladas, sándwiches o café. La novedad radicó en que fue en el 1er modelo de autoservicio y, por supuesto, en las maquinas traga monedas en una época de poco desarrollo tecnológico.

Posteriormente en 1912 *The Automat* abre su segundo local en la ciudad de Nueva York, más exactamente en Manhattan, dando inicio a la 1ra y más grande cadena de comidas rápida de

Norte América que llegó a servirle a 800.000 personas al día (Hughes, 2001). Fue el 1er intento de la industria ‘restaurantera’ en emular una línea de ensamblaje.



Tomado de <http://www.cristina-ampatzidou.com/automat-dialogues/>

No obstante lo novedoso y exitoso, a principio de ese siglo aparece la Hamburguesa. Básicamente un plato de carne picada o molida que se cocinaba y se metían entre un pan. Carne que salía de los restos de los cortes que le sobraban a las carnicerías y que muchos usaban de manera provechosa para no desperdiciar. Para otros (la mayoría) era lo que en su época denominaron “Food for poor”, comida para pobres (Schlosser, 2002). Conforme a su mala reputación su venta se limitaba a pequeños puestos ubicados cerca a fábricas y donde los principales comensales eran obreros y, en general, clase trabajadora. Asimismo, la comunidad en general tenían la percepción de que era inseguro comer este tipo de carne y en un principio fue altamente estigmatizada.

Ya para 1920 aparece la primera cadena de hamburguesas en los Estados Unidos. *The White Castle* surgió en escena para romper los estigmas alrededor de este plato. Para ello dispusieron sus cocinas y parrillas a la vista de los comensales, establecieron cadenas de provisión dos veces al día para acceder a carne fresca, e incluso patrocinaron investigaciones en universidades sobre el consumo del nuevo ‘alimento’ y así evidenciar sus beneficios. De hecho, experimentaron con

estudiantes a los que mandaban a comer hamburguesas por x número de días. Asimismo, y como dice Schlosser, “escogieron un nombre que denotaba pureza...” (Schlosser, 2002, p.72).

La cadena tuvo tal éxito que pronto lo vio recompensado con más sucursales. No obstante, el público objetivo nunca fue amplio y en su mayoría los clientes de los restaurantes eran hombres de ciudad y de la clase obrera.

Para los 1950's el auge de los *Drives Ins*, o servicio en el carro, cambia radicalmente la forma de ver a las hamburguesas. Contrariamente, a principios de ese siglo para los americanos la carne de cerdo era más popular que la de vaca (Schlosser, 2002). Es así como el auge de estos restaurantes de comida rápida cambia las prácticas sociales y la cotidianidad, y convierte a un pan con carne picada el plato nacional para los estadounidenses.

Uno de los pioneros de las comidas rápidas fue Carl N. Karcher, un joven campesino de Ohio que llega a California en busca de oportunidades y que después de trabajar en varios frentes decide emprender una aventura que lo traería a estos días, con una de las cadenas más importantes de Norte América. Carl advirtió el auge del automóvil en el occidente del país y el apogeo en la oferta de perros calientes en pequeños vehículos móviles que se repartían al sur del estado. En ese sentido, decide comprar un carro de *Hot Dogs* a través de un préstamo bancario y del apoyo económico de su esposa. Al principio siguió trabajando como repartidor de pan en el oeste de Los Ángeles y en sus ratos libre atendía su negocio. Para 1944, Carl ya tenía 4 puestos y para el año siguiente abriría su primer Restaurante Drive In (Schlosser, 2002).

En ese proceso un día escucha que muy cerca operaba un negocio similar y que vendía casi sus mismos productos pero más económicos. Se trataba de McDonald's que tenía su local más exitoso en el poblado de San Bernardino, en el sureste de California (CA). Este negocio nacería de la mano de los hermanos Richard y Maurice McDonald quienes en 1937 montan su primer Restaurante Drive In en Pasadena CA. Inicialmente vendían perros calientes y trabajaban solo con 3 empleados. Para 1940 se mueven para San Bernardino y aperturan *McDonald's Brothers Burgers Bar Drive-In*. A pesar del éxito, los hermanos se cansan de la rotación de empleados, de

los clientes poco cuidadosos con sus instalaciones y utensilios, y en general de los gastos extras que la operación les generaba (Schlosser, 2002).

Para 1948 deciden cerrar y replantear el negocio. En el proceso de recomposición, instalan largas parrillas, establecen una línea de ensamblaje donde cada empleado cumplía una función específica, implementan menús cortos y baratos, eliminan cubiertos y empiezan usar vasos y platos de papel. El objetivo principal era aumentar la velocidad en el proceso, disminuir costos e incrementar utilidades. En ese sentido, McDonald's es uno de los pionero en implementar el modelo fordista a sus procesos de preparación, lo cual revolucionaria el negocio de los restaurantes y la Industria Alimentaria para siempre.

Al ver esta “revolución” Carl entiende por donde debe ir el negocio y en 1956 monta *Carl's Junior Restaurant*. Paralelamente, en las décadas siguientes empiezan a surgir nuevas cadenas fundadas por personas del común que buscaban su 1er gran éxito (Schlosser, 2002).

William Rosemberg, telegrafista que en 1948 abre una pequeña tienda de donuts que la postre se convertiría en Dunkin' Donuts; Glen W. Bell, veterano de la guerra, abre Taco Bell; Keith G. Cramer dueño de un restaurante en la Florida, copia el modelo McDonald's y en 1953 apertura Burger King; Dave Thomas, un joven emprendedor y huérfano funda Wendy's. Y tal vez uno de los casos más representativos es el de Harland Sanders, hombre que se desempeñó en diferentes labores y que con 60 años a costas funda Kentucky Fried Chicken. Cadena que, con su receta secreta, se convertiría en uno de restaurantes más grande de los Estados Unidos para la década de 1960.

Bajo ese boom de las comidas rápidas, aparecen también muchos restaurantes y pequeñas cadenas con nombres extraños que duraron poco y que terminarían desapareciendo. Al igual que hoy, para la época las preocupaciones de los entonces dueños pasaban por minimizar costos a través de procesos tecnológicos sin importar la mano de obra ya empleada. El objetivo, como siempre, era efectivizar la operación para generar mayores utilidades. Bajo ese modelo entre 1960 y 1973 McDonald's pasa de tener 250 sucursales en USA a tener más de 3.000. Es decir, lo

que fue un negocio meramente local y regional pasó a ser una industria y uno de los más grandes componentes de la economía estadounidense (Schlosser, 2002).

El gran responsable de dicho boom, liderado por una cadena como McDonald's, fue en su momento Ray Kroc. Kroc era un vendedor de máquinas para hacer malteadas que, al escuchar sobre el éxito de los hermanos, decide visitarlos. Ya estando en terreno y viéndolo por sí mismo decide proponerles la representación exclusiva de la marca para ofertar franquicias. Kroc sería el responsable, entre otras cosas, de la estrategia de mercadeo que le apuntó a niños y niñas como target principal. Aprovechando el *Baby Boom* posterior a la II Guerra Mundial, los niños le garantizaban el arrastre de toda la familia, es decir más clientes. Era la sinergia perfecta; grandes campañas publicitarias en medios que los atrajeran, un payazo que los recibiera y mini parques en sus locales que los acogieran. Posteriormente, aparecería el menú infantil que profundizaría aun más la “devoción” que muchos niños y niñas en el mundo le tienen.

Para los 1990's McDonald's ya tenía algo así como 3.000 restaurantes en el mundo y para la década de los 2000's la cifra de sucursales llegaba a 17.000 aproximadamente. En su momento estaban presentes en 120 países y las estadísticas decían que se abrían cinco locales cada día.

Este fenómeno tiene que ver con lo que Benjamin R. Barber llamó en su momento *McWorld*, refiriéndose a cómo la globalización y su despliegue avasallador, busca integración y uniformidad en detrimento de la democracia misma. Cómo esas fuerzas poderosas, “buscan ‘hipnotizar’ el mundo con música rápida, tecnología rápida y hasta comida rápida (MTV, Macintosh y McDonald's) para propiciar una red de comercio global, homogénea pero a la vez excluyente...” (Barber, 1992). Para Barber, el *McWorld* está unido por la tecnología, la ecología, las comunicaciones y el comercio. Lo que paradójicamente evidencia que el mundo se fragmenta desde lo físico y lo social, pero se ‘une’ bajo dicha red mundial digital.

Actualmente las tradicionales cadenas de *Fast Food* siguen dominando el mercado de comidas a nivel mundial. Entre estas compañías se siguen disputando la torta general de consumidores sin que se vislumbren nuevos competidores que les den la talla en cuanto a número de restaurantes y utilidades. Se estima que la cadena del payazo puede llegar a casi 32.000 restaurantes en los 5

continentes, también está Subway con más de 27.000 sucursales, Burger King con 12.000 aproximadamente, Pizza Hut con más de 12.000 y KFC con algo así como 13.000 restaurantes en el mundo. Sin contar cadenas como Wendy's, Taco Bell, Domino's Pizza, Dunkin' Donuts que también hacen presencia global y generan grandes utilidades (Las 2 orillas, 2015).

Paralelamente a este fenómeno, hoy las grandes cadenas empiezan a incorporar opciones “saludables” para acaparar nuevos públicos pero sobre todo para cambiar su pésima reputación en cuanto a la calidad de la comida que sirven. De la misma manera que lo hizo *The White Castle* en los años 1920's en Estados Unidos. Es así como, por ejemplo, McDonald's en algunos de sus locales ofrece papas fritas freídas en una mezcla aceite de canola saludable, o contratan chefs reconocidos para crear nuevas opciones alimenticias en sus menús. En Colombia la cadena se alió con los hermanos Rausch para crear tres ‘platos’ preparados con ingredientes de McDonald's, los que a la postre se ofrecieron en todos los restaurantes de la cadena en el país.



Tomado de http://blogs.elespectador.com/coma-cuento-cocina-sin-enredos/files/2014/12/249560_404693389584148_1086461267_n.jpg

1.2 Hacia la estandarización

En todo este proceso de desarrollo, expansión y ostentación de poder en lo que tiene que ver con el negocio de las comidas rápidas en el mundo, no solo se trata de la hamburguesa con papas fritas, nuggets y gaseosa que sirven regularmente sobre una bandeja plástica. Hay una infraestructura poderosa detrás que alimenta el acaparamiento de, por ejemplo, cadenas de provisión y comercialización claves para la industria de los alimentos y los procesados. Desde un principio con el ofrecimiento de Kroc a los hermanos McDonald de representarlos, se consolidó

una formula llamada *franquicia* la cual fue ‘vendida’ como la oportunidad perfecta para que una persona del común empezase su propio negocio (Schlosser, 2002). Sin embargo, las personas que decidieran invertir en su restaurante debían estar dispuestas a trabajar bajo el control total del franquiciador o dueño de la marca.

En el caso de McDonald’s, una de las más grandes franquicias del mundo, su modelo funcionaba distinto; claramente el restaurante lo operaba quien compraba la franquicia pero este debía cederle el 40% de las ganancias. Del mismo modo, casi siempre la cadena compraba el terreno donde se abriría la nueva sucursal y se lo arrendaba al nuevo operador. De esta manera, la cadena del payazo inició el proceso más grande de estandarización de todos los aspectos del negocio. Desde las cadenas de provisión hasta la propiedad de los terrenos donde operaban sus sucursales. Según Schlosser, “controlaban el negocio en su totalidad de adentro hacia afuera...” (Schlosser, 2002, p.30),

Finalmente no todo fue color de rosa para los nuevos inversionistas que destinaban los ahorros de toda su vida a una oportunidad de éxito e independencia. En su momento, había franquiciados que se quejaban porque sus franquiciadores propiciaban la apertura de sucursales cerca de ellos perjudicando la consolidación de clientela y fraccionando las utilidades inicialmente proyectadas. Del mismo modo, el negocio se movió alrededor de las comisiones las cuales iban desde porcentajes para proveedores por la apertura de una nueva franquicia (terminaban siendo los mismos para el resto de restaurantes de la cadena), como primas para personajes ajenos a la organización que vendían a diestra y siniestra el modelo. Sin mencionar otras prácticas perversas que perjudicaban a los nuevos ‘empresarios’.

Evidentemente se generaban serias desventajas para la gente que le apostara a un nuevo restaurante invirtiendo todo su capital, pero la ley tampoco los protegía. Para 1978, se da un pequeño avance para controlar a las grandes cadenas con respecto a su modelo de franquicias. Sin embargo, dicha ley era efectiva previo a la firma del contrato, pero para los atropellos posteriores no establecía controles.

De hecho el franquiciado debía obediencia total e inversión total. Prácticamente las cadenas no invertían recursos en esa nueva sucursal. Básicamente su nombre o marca era la garantía de expansión homogénea. Para finales de los 1990's se radica un proyecto de ley en el congreso de los Estados Unidos donde se busca un control previo, durante y posterior al negocio de las franquicias, pero el proyecto fracasa a causa, entre otras razones, por el lobby de las ya poderosas cadenas que obstaculizaron su aprobación en los pasillos del congreso (Schlosser, 2002).

Pero el proceso de estandarización no solo rige para los locales, los uniformes, la metodología de servicio. También rige para las cadenas de provisión y, sobre todo, para los procesos de elaboración de los alimentos. Todo nace a partir de los años 1950's, para muchos es la edad de oro en el nacimiento y consolidación de los alimentos procesados (Schlosser, 2002).

Esencialmente corresponde a comidas congeladas que debían ser calentadas a través del uso de un nuevo aparato electrónico que 'revolucionaría' el mundo, el Horno Microondas. A la par con los congelados, y a finales de la década en mención, nacería esta nueva máquina la cual en su primera versión pesaría algo así como 750 libras. Al principio, se utilizarán exclusivamente en restaurantes, vagones de ferrocarril y grandes barcos. Básicamente lugares donde se debían calentar grandes cantidades de alimentos previamente cocidos.



Tomado de http://www.quo.es/var/quo/storage/images/ciencia/quien-invento-el-microondas/683088-1-es1-ES/quien-invento-el-microondas_ampliacion.jpg

Con base a la relación costo/utilidad uno de los primeros procesados que impulsaron aun más este tipo de negocios fueron las papas fritas, que nacieron del concepto de papas a la francesa de los años 1920's pero que hacia 1953 se empiezan a hacer freídas convirtiéndose en una componente no solo 'rico' sino rentable para las cadenas del Fast Food. Una década después, McDonald's ya tendría la exclusividad de una planta procesadora para la elaboración de sus papas fritas. Además de la gran demanda del producto, y el "match" perfecto con las hamburguesas, dicha exclusividad generaba precios bajos a la hora de proveerse y, lo mejor para la cadena, que se sirvieran papas iguales en todos sus restaurantes. El final este producto sería el más rentable del menú y cambiaría de alguna manera los hábitos alimenticios del país del norte (Schlosser, 2002).

En su momento aparecerían las papas congeladas como producto manufacturado y procesado, proveniente de plantas ubicadas en zonas agrícolas de los Estados Unidos como, por ejemplo, el estado de Idaho. Dichas plantas se proveían fundamentalmente de pequeños agricultores de las zonas rurales circundantes. No obstante la gran demanda, y de un negocio que empezó con varios oferentes, se terminó convirtiendo en un oligopolio de tres o cuatro compañías (Lamb Weston-McCain-Simplot) que lo dominarían a su voluntad, manejando el mercado, presionando la baja de precios de la materias primas, fertilizantes y agroinsumos, y finalmente propiciando la quiebra de pequeños agricultores. Esas mismas compañías terminarían siendo dueñas de grandes extensiones de tierra y cultivarían sus propias papas, adueñándose de la cadena en todo su recorrido (Schlosser, 2002).

Pero las papas por si solas, y ya con el poder de la provisión exclusiva, no enriquecerían el negocio de las *fast food*. De hecho McDonald's le apostó al sabor como factor de atracción de comensales. De este modo, la preparación de sus papas (fritura) se hacía en 7% de aceite de semilla de algodón y 93% en sebo de vaca, lo cual trae un "delicioso" sabor pero va en detrimento de la salud de las personas (Schlosser, 2002). De hecho en su momento sus *french fries* poseían más grasas saturadas que sus hamburguesas.

Posteriormente las cadenas le apostarían a los sabores artificiales y a la industria que los manufacturaba. Para el momento, esta operaba bajo el encargo de volver 'sabrosas' las comidas procesadas y hacerle creer al comensal que sus sabores provenían de una elaboración meticulosa

procedente de las cocinas de los restaurantes. De esta manera las cadenas de comidas rápidas se convertirían en su principal cliente. Luego, y viendo el rechazo científico y social frente a lo artificial, y especialmente con relación a los alimentos, la industria empezaría a incluir el texto *Sabor Natural* en sus productos, lo que a la postre se limitaría a una etiqueta a pesar de la duda siempre presente sobre su trazabilidad.

Por su parte, el proceso de provisión de carne sería similar al de las papas. Inicialmente una cadena como McDonald's en Estados Unidos (1968) le compraba su carne a 175 proveedores locales. Décadas después reduciría la provisión a cinco, buscando finalmente control y uniformidad del producto. Desde un principio el objetivo era vender 'exactamente' el mismo producto en cualquier de sus restaurante en el mundo. Del mismo modo, y al igual que con la industria papera, las cadenas a través de las corporaciones que las manejan, empezaron a presionar la baja de precios para 'quebrar' a pequeños productores y así quedarse ellos con el negocio para manejarlo a su manera (Schlosser, 2002).

Para la década de 1980's aparecería un producto que se sumaría a los combos, con base a su política de bajos costos y grandes utilidades. Aparecen los *Nuggets* de pollo, un componente aparentemente saludable por su carne magra fuente de proteína pero que en realidad sería una mezcla de pollo, cartílago, huesos, nervios y venas, según estudio de la Universidad de Mississippi. De acuerdo con el doctor Richard D. de Shazo del Centro Médico de esta universidad, "en realidad es un derivado del pollo rico en calorías, sal, azúcar y grasa que es muy poco saludable. Hasta tiene buen sabor y los niños lo adoran...". (Diario ABC, 2013).

Como con la carne, el pollo se convertiría en el laboratorio de experimentos para generar productividad y eficiencia a la hora de buscar ganancias. De hecho, los nuevos Nuggets parecerían saludables. Sin embargo, poseen el mismo nivel de ácidos grasos que la carne de vaca, eran freídos en aceite animal como las papas, contienen el doble de grasa de una hamburguesas, y cuando se deciden cambiar a un aceite vegetal, le añaden sabores artificiales para aumentar su "sabrosura" (Schlosser, 2002).

Para las décadas de 1990's y 2000's la industria ganadera y avícola norteamericana consolidan sus procesos de industrialización. Proceso que se basó en bajos salarios y explotación laboral, sobre todo para población ilegal inmigrante. En el uso de hormonas y esteroides para acelerar el crecimiento de los animales y, como el sector papero, las grandes corporaciones apabullaron a los pequeños competidores para adueñarse del negocio.

Al final casos como el de ConAgra, empresa productora de procesados y alimentos empacados para diferentes marcas que opera desde las 1ras décadas del siglo pasado, tiene el antecedente de altos directivos presos por especulación, fraude y explotación laboral y graves denuncias por los problemas ambientales, sociales y políticos que generaron sus plantas en las zonas de influencia donde desarrollaban su actividad (Schlosser, 2002): Estos hechos evidencian el talante de este tipo de negocios no solo en detrimentos de la salud humana si no de la sociedad en general.

1.3 ¿El que come solo muere solo?

No solo detrás del mostrador se evidencia que la productividad y la eficiencia son la premisa en esta industria. La experiencia del comensal del común que acude día a día, y de manera masiva a estos restaurantes, muestra el empobrecimiento en el que ha caído la experiencia de comer. En cuanto a tiempos, mobiliario, cubiertos y menaje (que no los hay). En cuanto a la atención y al servicio, al encuentro con los 'otros' y, sobre todo, a lo que se come, cómo se come y de dónde proviene. Es como lo afirma Marc Auge cuando habla de la *sobremodernidad* como una aceleración de la modernidad, lo que ha traído consigo lo que denomina *No Lugares*, entendiendo estos como espacio carentes de identidad, de un componente de relaciones sociales y de historia. Como dice el mismo Auge, espacios NO antropológicos (Augé, 1992).

En el mundo de hoy donde se multiplican los espacios de tránsito o circulación, sumado a ocupaciones temporales, se ha generado una individualidad solitaria y se ha instaurado una cultura de lo provisional, de lo rápido y lo efímero. Tales espacios temporales, o *No Lugares* como un avión, un bus de transporte público o un metro, un aeropuerto, un terminal o una estación de tren, un hotel o un supermercado, son espacios donde hoy el individuo entra en contacto consigo mismo y con la imagen de sí mismo muchas veces vista a través de los 'otros' que transitan por dichos espacios y de la misma manera.

Para Auge, los *No Lugares* se podrían dividir en dos elementos: los espacios conforme a sus fines, y su relación práctica frente a dichos fines. En los espacios destinados al transporte se viaja, en los destinados al comercio se compra o vende y en los destinados al ocio, por ejemplo, se descansa. Es precisamente allí, en esos No Lugares donde se mediatizan las relaciones propias a esos fines, lo que al autor denomina *Contractualidad Solitaria* (Augé, 1992).

Un ejemplo evidente de estos *No Lugares* son los espacios de consumo de hoy, espacios como los restaurantes de comidas rápidas. Sin duda espacios de paso, de afán, rapidez y productividad. Hoy la gente acude a estos porque tiene prisa para que le tomen la orden, para que le sirvan y de comer y así continuar con su atareada cotidianidad. No hay tiempo para nada y estos espacios se acomodan perfectamente a esa realidad. De hecho, a los No Lugares se accede en estado de ‘inocencia’ y esto se evidencia al pagar con dinero plástico, o cuando el cliente se identifica con documento de identidad o cédula (Augé, 1992).

Es por esto que el autor habla de este tipo de espacios como los correspondientes a la circulación, al consumo y a la comunicación. Hoy un McDonald’s busca la circulación rápida de sus comensales adecuando sus locales a un consumo eficaz y masivo (barato-rápido) y una comunicación mercantilista que rota mensajes rápidos y contundentes (promociones, novedades). En cualquier restaurante del fast food del mundo, aunque hoy traten de modificar sus locaciones, el individuo entra y prácticamente no tiene contacto con los demás (cada uno por su lado), no negocia precios y se atiene a la carta. Obedece los códigos y pautas impuestas por el *No Lugar* para llegar a su objetivo final que es comer de prisa. Seguramente el afán hoy de una cadena como McDonald’s es convertir en Lugar sus ya consolidados No Lugares.

1.4 Del fast food al slow food

En la actualidad hay más de 30.000 restaurantes de McDonald’s en más de 120 países alrededor del mundo. Una cifra alarmante si se tienen en cuenta las recientes revelaciones del chef británico Jamie Oliver, uno de los más visibles del mundo, cuando en 2013 denunció que la cadena de comidas rápidas utilizaba un sistema de lavado de hamburguesas con hidróxido de amoníaco. Mezcla utilizada normalmente en la industria metalúrgica para disolver metales

reactivos como el aluminio y el zinc. Es decir, que básicamente su producto estrella no era apto para el consumo humano.

Pero no solo este aspecto, con respecto a McDonald's y otros grandes de las comidas rápidas, atenta contra la salud humana y del planeta. Sumado a lo anterior, hoy nos encontramos frente a la estandarización e industrialización de la producción de alimentos, a la indiferencia frente a los orígenes y lo local, al afán de consumir rápido pero, sobre todo, al divorcio de lo social a la hora de compartir una mesa y los rituales que esto conlleva (Honoré, 2013).

En ese sentido, McDonald's es el gran reflejo de lo que algunos autores llaman Turbocapitalismo (Barranquero-Carretero, 2012). De hecho dicha aceleración, como lo describe Honoré, dio como resultado procesos industriales que además de desarrollar procedimientos estandarizados, agregó el uso de hormonas, pesticidas y hasta modificaciones genéticas para producir más rápidamente productos que al final de la cadena son los que se sirven a la mesa cadenas como la del payazo.

Frente a estos excesos han surgido reacciones sociales y culturales que, sin ninguna pretensión más allá de contrarrestar tales efectos adversos, pusieron un pare en el camino y dijeron "basta". Fue precisamente en Italia a mediados de la década de los 80 del siglo pasado donde nació Slow Food, movimiento liderado por el crítico gastronómico Carlos Petrini que, guiando un grupo de personas, reaccionó y se opuso a la instalación de una sucursal de McDonald's en uno de las plazas emblemáticas de Roma (Honoré, 2006). De hecho para Petrini, el nacimiento del movimiento y sus principales fundamentos van en contra de todo lo que es McDonald's. En ese sentido, y como finalmente lo ha venido logrando, el movimiento busca empezar su tarea desde la mesa pero trascender a otros ámbitos. Fundamentalmente pretenden contrarrestar la locura universal por la vida rápida.

A pesar de lo valioso de su labor existen detractores y obstáculos en el camino. Para unos es una moda pasajera, para otros un movimiento insignificante o simplemente la oda a lo lento.

No obstante, más que ser pausados buscan ostentar el dominio individual sobre el tiempo y no que el tiempo domine al individuo. De hecho Slow Food es un movimiento creciente, con una

labor diaria importante: distribuye boletines alrededor del mundo con cientos de miles de lectores, tiene una guía de restaurantes muy consultada y asesora gobiernos, como el alemán, en el diseño de políticas públicas alimentarias. Hoy por ejemplo tienen una universidad de gastronomía que mas allá de formar cocineros busca que estos incorporen los saberes originarios, la producción y los mercados campesinos, y los productos orgánicos a sus prácticas culinarias (Honoré, 2006). Lo que ellos mismos denominan la articulación entre productores, tiendas/restaurantes y comensales.

Si bien el movimiento no pretende ir en contravía del contexto actual del planeta en cuanto al mercado y a su condición mercantilista, en palabras del propio Petrini, Slow Food promueve la ‘Globalización Virtuosa’ (Honoré, 2006), que no es más que utilizar las plataformas existentes para acercar a productores y consumidores locales alrededor del mundo, incluidos cocineros y/o chefs, con el fin de comercializar de manera justa sus productos y hacerlos llegar a cualquier punto del planeta.

El punto de partida para Slow Food es sin duda la mesa. Por ejemplo, según estudios desde el ámbito social, los niños que comen junto a sus familias de manera frecuente tiene mayor tendencia al éxito y menos a sufrir desordenes emocionales como estrés. En términos de salud, otras investigaciones indican que el cerebro necesita de al menos 15 minutos para recibir la orden de llenura de un comensal. Siendo que hoy la gente come frente al Tv o sobre el escritorio de trabajo, el cerebro no alcanza a recibir dicha orden y las personas terminan comiendo más de la cuenta inconscientemente (Honoré, 2013). Es decir que la gordura y/u obesidad, incluso concebido como un problema de salud pública, no solo se genera por la cantidad si no para la calidad del tiempo empleado para alimentarse.

Muchos detractores dirán que ese tipo de consumo es más costoso. Sin embargo, los entusiastas de Slow Food insisten que en términos económicos puede que lo sea, pero la gente se acostumbró a comer barato, sin pensar en la trazabilidad y, mucho menos, la calidad de los productos. Según cifras descritas por Honoré, la gente en Europa hoy por hoy solo gasta el 15% de sus ingresos en alimentación cuando hace 50 años era casi del 50% (Honoré, 2006). Lo que

quiere decir que los procesos agroindustriales y de estandarización acostumbraron a la población a comer cada vez más barato pero a la vez a consumir alimentos de menor calidad.

En términos de seguridad alimentaria, el movimiento cree firmemente en que las pequeñas parcelas con cultivos temporales son el camino ideal para atacar el hambre y alimentar a la población del planeta. Sobre todo por el respeto al medio ambiente, contrario a la agroindustrialización del campo, donde el uso de pesticidas día a día empobrecen la calidad de los suelos que a la postre terminarán siendo poco o nada productivos.

Hoy la tendencia es una y se hace cada vez más difícil luchar contra la industria global de alimentos, los gigantes de las cadenas de comida rápida, las grandes del marketing y la publicidad, los supermercados y la industrialización del campo. Y lo más difícil aun, contra los sistemas de subsidios y cadenas de suministros que dominan el mundo y su provisión. Sin embargo, como dice Honoré, no todo está perdido. Hoy movimientos como Slow Food empiezan a hacer contrapeso, no solo en la producción y el consumo, sino en la conciencia de la sociedad que día a día despierta frente a los graves efectos de esta industria sobre la salud humana y del planeta.

1.5 Slow Food, Movimiento Slow y Comunicación Lenta

Hoy el planeta y sus habitantes viven una fiebre superlativa por la rapidez y la urgencia. Actualmente, como lo afirma Victoria Camps, la humanidad se autoexige de tal manera que toca pensar, innovar y comunicar rápido sin importar el proceso y las condiciones para llegar a ello (Camps, 2003). Hoy se “debe” hacer absolutamente todo rápido; desde caminar, comer, trabajar, navegar en internet y hasta educar(se). No obstante, no nos estamos dando cuenta de que a medida que el culto a la velocidad se hace más y más fuerte, los recursos que empleamos para ello, empezando por los naturales, escasean progresivamente y, a futuro, de manera definitiva. Sumado a lo anterior, la salud de las personas empieza a deteriorarse a causa de trastornos como ansiedad, depresión o estrés. Aspectos no menores que esencialmente afectan nuestra calidad de vida.

Estudiosos del tema le atribuyen históricamente esta condición a la Revolución Industrial y al Capitalismo, bajo sus principios de rentabilidad, competitividad y productividad, como los culpables del ritmo desenfrenado en el que vivimos (Barranquero-Carretero, 2013). Sin embargo, históricamente periodos como la Edad Media y en su momento la invención del reloj mecánico, donde se implementan por primera vez los minutos y segundos como medidas exactas del tiempo, es el antecedente inicial para que empecemos a fijarnos en éste con exactitud y especial fijación.

Ahora bien, en la época del Renacimiento, la Revolución Científica y la Ilustración, se empieza a relacionar la velocidad con la razón, la eficacia y el progreso. De hecho comunidades religiosas católicas empiezan a hacer uso de esta herramienta para medir labores, la eficiencia en el desarrollo de estas y para acaparar la agenda de sus miembros con el temor de que “perdieran el tiempo” o se distrajeran (Barranquero-Carretero, 2013).

A pasar que el poder avasallador de la velocidad parece inexpugnable, surgen reacciones de personas y grupos los cuales abren sus ojos sobre las nefastas consecuencias del afán en cuanto a la salud y al planeta. Dichas reacciones no son recientes. Por el contrario, y como lo describe Carl Honoré, desde hace siglos se busca frenar la llamada tiranía del tiempo (Honoré, 2006). Desde el romanticismo, pasando por el periodo industrial donde se configuraban huelgas en pro de tiempo libre, existe la inquietud de contrarrestar sus devastadores efectos.

A partir de esa perspectiva nace *Slow Food*, movimiento de origen italiano que más que buscar la lentitud como estilo de vida, busca rescatar lo local, las relaciones sociales y el tiempo como aliado y no como tirano. A partir de allí nacen respuestas desde otros ámbitos como *Slow Media*, *Slow Cities* y *Slow Work*, entre otros. Lo que finalmente dio origen a lo que se puede denominar *Slow Movement* con más de 100.000 miembros activos alrededor del mundo en más de 170 países (Honoré, 2006).

En ese sentido, no se ha hecho esperar el análisis desde la comunicación sobre esta respuesta social. Existen intentos pioneros de aproximarse de manera crítica al tema por parte de blogueros, periodistas y los llamados Ciberactivistas. Periodistas como John Freeman y su

Manifiesto por una Comunicación Lenta de 2009 o *El Manifiesto a los Medios Lentos* (2010) de los blogueros alemanes Sabria David, Jörg Blumtritt y Benedikt Köhler son los primeros pasos hacia un debate más profundo acerca de las ansias de rapidez y sus perjuicio, y en acercar esta realidad a la opinión pública.

Ya en el ámbito académico se han dado abordajes iniciales. Por ejemplo, sobre el concepto de *Slow Media* se destacan los escritos de la estadounidense Jennifer Rauch donde se entiende dicho concepto como la propuesta *slow* de determinados medios frente al contexto de sobre información. Para Barranquero medios como “Revue XXI, The Atavist, The New Yorker, El Marcapasos, Jot Down, etc...” son ejemplos de ese tipo de iniciativas (Isaacs, 2016). Asimismo aparecen abordajes paralelos sobre conceptos como *desconexión* o *maximalismo digital* vistos como parte de un discurso alfabetizador y pedagógico de lo digital propuesto por algunos académicos que avizoran las futuras consecuencias al ritmo actual (Serrano-Puche 2014).

Desde el punto de vista del *Slow Communication*, es evidente que el torrente de información deja a un lado la posibilidad de una producción y consumo analítico, profundo y a largo plazo. Asimismo, la visión cortoplacista nos está haciendo caer en la llamada *Obsolescencia Programada* o fecha de defunción predefinida de los productos tecnológicos, lo que tiene funestas consecuencias sobre el medio ambiente en cuanto a su disposición final y/o reciclaje (Barranquero-Carretero, 2012).

De esta manera es pertinente abordar el movimiento *slow* como una respuesta social frente a los ritmos desenfrenados de hoy, no solo por sus efectos negativos sobre el planeta, también sobre las personas y su salud. No se trata de una iniciativa tecnófoba sino más bien de una tendencia, que muchos llaman de manera crítica *moda*, que puede alivianar el planeta, generar pensamiento crítico, acercar más a las personas y estrechar los vínculos sociales, hoy tan perdidos en el espectro digital.

1.6 Fast Food a la Colombiana

Nuestro país ha sido tocado por la ‘fiebre’ de las comidas rápidas y por la llegada de las grandes cadenas, la cuales se pelean la torta de comensales junto a cadenas locales que gozan de prestigio

y tradición. Con nuevas propuestas buscan en la calidad de sus ingredientes cambiar la pésima percepción negativa que se tiene de la comida chatarra. No obstante, en Colombia las ganancias que obtienen año a año este tipo de propuestas crecen proporcionalmente a lo que acontece en el resto del mundo. Según un estudio de la Universidad Jorge Tadeo Lozano de 2013, los hogares colombianos gastan en comida más de 21 billones de pesos anuales, de ese total gastado, el 25% (casi unos 3,6 billones de pesos anuales) corresponden a restaurantes de comida rápida (Bejarano, Fernández, Gallego y Rangel, 2013).

En el año 2013 la cadena más importante en términos de ventas fue la colombiana El Corral, la cual fue adquirida recientemente por el Grupo Nutresa, con ventas netas estimadas por más de 130 millones de US\$. Para ese año, se estima que El Corral llegaba a tener más de 100 sucursales solo en Bogotá. Es importante destacar que en el top 5 de las más importantes a nivel nacional la única franquicia internacional es McDonald's en el segundo lugar con 77 locales y ventas superiores a 100 millones de US\$. Es válido indicar que en Colombia, el pollo frito y asado hace parte del segmento de comidas rápidas. En ese sentido, Frisby y la Brasa Roja son top 3 y 4 respectivamente con más de 30 locales en Bogotá y ventas superiores a los 70 y 30 Millones de US\$ respectivamente (Bejarano, Fernández, Gallego y Rangel, 2013).

Dicho éxito está relacionado concretamente con el creciente consumo de los hogares sobre este segmento de comidas. Cada año los colombianos gastamos un porcentaje mayor de nuestro presupuesto en *Fast Food*. Según un artículo publicado en la Revista Dinero el cual replica un estudio de la firma Raddar sobre el negocio de las comidas fuera de casa, "...del total de las compras de los hogares colombianos, solo los ingresos correspondientes a hamburguesas para todo el año 2014 fue de \$3,1 billones, mientras en 2013 sumaron \$2,8 billones, lo que representa un crecimiento de 11%. Esto indica que el gasto per cápita en el año 2014 correspondiente únicamente a hamburguesas fue de \$65.683..." ("Lluvia de hamburguesas", 2015).

Paralelo a este negocio multimillonario que día a día atrae mas y mas cadenas internacionales como Taco Bell, Fuddruckers, Johnny Rockets y la pionera Carl's Jr., también se da un fenómeno peculiar a nivel barrial y localizado. Si bien es una porción poco analizada, tiene un porcentaje de comensales importante y busca, en general, darle alternativas económicas y hasta

sanas a su potencial clientela. Uno de los casos es el de la ya cadena Sierra Nevada, negocio meramente de hamburguesas que hace especial énfasis en sus ingredientes; carne 100% de res molida a diario, pan fresco artesanal y horneado al momento, vegetales orgánicos y salsa *in house*. También enfatiza en su cadena de provisión cuando certifica que ésta esencialmente se compone de pequeños agricultores y artesanos.

Sierra Nevada busca cambiar la percepción y el estereotipo de la comida chatarra. Su relativo éxito ha generado que la marca ya tenga 5 sucursales en Bogotá con gran acogida. Si bien pasará un tiempo para que este proyecto compita de tú a tú con las grandes cadenas, o puede que nunca pase en vista que los colombianos nos acostumbramos a comprar barato, es hoy una alternativa “saludable” en un panorama donde dominan los procesos industriales y estandarizados, y donde el poder corporativo apabulla a los más pequeños. El Corral tal vez era un ejemplo de una cadena 100% nacional, de origen emprendedor, pero que hoy pasa a manos de una de las más grandes multinacionales de alimentos del continente. A pesar de lo anterior, en el mapa de consumo nacional siempre seguirán las comidas rápidas punteando, lo cual incluye en nuestro caso hamburguesas, pollo, sándwiches, pizza, parrilla y típica.

CAPITULO 2

2. Movimiento slow, despacio pero no lento

Tal vez Carlo Petrini nunca imaginó que con la manifestación que lideró ese año de 1989 contra a McDonald's y su afán expansionista, iba a desencadenar una especie de efecto dominó despertando la inquietud general sobre la relación hombre/tiempo y el dominio que hoy ejerce el segundo sobre el primero. Esta influencia desplegada no solo desde la comida y/o los hábitos alimenticios, sino también desde otros contextos, hacen del movimiento en su conjunto una realidad palpable que aborda diferentes tramas de la vida humana y la sostenibilidad del planeta.

Pero más allá de un movimiento *slow* se trata de un estilo de vida, un *modus vivendi* que se extiende no solo a los contextos de las organizaciones que se han formado con los años, sino a formas de actuar y pensar que no se suman a ninguna estructura, y que incluso empiezan desde ámbitos tan íntimos como la familia. Actualmente gente alrededor del mundo toma acciones y decisiones de tipo *slow* sobre muchos aspectos de su vida sin siquiera saber que existe una tendencia o un movimiento como tal. En las circunstancias actuales bajo un contexto de ritmo desenfrenado y presiones externas de toda índole, y en un mundo complejo donde se presentan todos los días crisis y nuevos retos que abordar, lo *slow* propone un tratamiento a profundidad, consensuado, colaborativo, sostenible, pausado y pensado a corto, mediano y largo plazo.

De hecho el movimiento no escapa a la realidad actual y en voz del propio Petrini, es el punto medio entre el placer y la era de la información. Es decir, que aplica lo que Carlo conceptúa como la *Globalización Virtuosa* donde se aprovechan las ventajas que dan los avances tecnológicos de hoy para extender y visibilizar estas ideas sin caer en el abuso, ni en el beneficio propio (Comunicación Slow).

Para muchos críticos esta nueva manifestación cultural y/o social es tan solo una moda pasajera. Para otros simplemente la consecución de hábitos de vida de elite que no todos pueden asumir. Sin embargo, y como lo afirma Carl Honoré, una de los personajes que más ha investigado sobre lo *slow* a nivel global, se trata de movimiento social porque cumple con tres elementos para ello: genera la simpatía popular, corresponde a un proyecto que busca una nueva forma de vida, y día a día suma gente y acciones tendientes a concienciar a las personas de llevar una vida sostenible,

colaborativa y pausada (Honoré, 2004). Sumado a lo anterior, lo *slow* rescata lo local, las relaciones personales, las experiencias básicas de la vida como caminar, cocinar, leer o meditar, lo que finalmente no cuesta nada.

Hoy el Movimiento más que una organización visible, a diferencia de la súper famosa Slow Food creada por Petrini, es la suma de efectos cruzados o lo que Honoré llama *polinización cruzada*. Es decir que surgen nuevos sub grupos que toman lo mejor de cada uno para enfatizar su ámbito y crear su propia versión de lo *slow*, o de su movimiento *slow*. Desde Slow Sex, Slow Fashion, pasando por Slow Art, Slow Travel, entre otros, en este capítulo abordaremos la *Educación Slow* que, como ellos mismos lo afirman, buscan reivindicar un modelo alternativo, alejado de estructuras rígidas y de la prevalencia de la cantidad sobre la calidad. La Educación Slow pretende ofrecer una metodología que genere la conexión necesaria entre conocimiento y aprendizaje. Y porqué desde la educación? porque a partir de allí se puede generar el cambio cultural, y derribar los tabúes sociales sobre lo que es concebido como *lento* pero desde una perspectiva inequívoca y sostenible.

2.1 Lo slow como modus vivendi

Desde el punto de vista de la cotidianidad hoy todo se hace cada vez más complejo frente a épocas anteriores. En la edad de piedra, por ejemplo, el hombre tenía hambre y comía, tenía sueño y dormía. A causa del inmediatez actual y el ‘acelere’ pareciera que esa cotidianidad se complicara aun más y que la mano del hombre fuera cada vez menos eficaz a la hora de abordarla. El medio ambiente, la pobreza y la corrupción, por nombrar algunos de los grandes problemas que nos aquejan, tienden a empeorar y en muchos casos parecen crónicos. No obstante, cada vez hay más personas en el mundo que se alejan de la solución rápida (Honoré, 2006). Algunas de ellas sin ser militantes expresos o conocer el movimiento, aplican prácticas y coinciden en los planteamientos de lo considerado *slow*.

Visto desde el funcionamiento del cerebro el ser humano tiene dos tipos de mecanismo para resolver los problemas que se le presentan: (I) un mecanismo rápido e intuitivo que era el que se usaba en la edad de piedra (cuando tenía hambre comía, o cuando tenía sueño dormía) y (II) uno lento y deliberado que corresponde al pensamiento consciente (Honoré, 2013). A partir de allí

parten muchos de los principios y elementos constitutivos de lo *slow*, los cuales han sido recopilados por Carl Honoré, en su libro *La lentitud como método: como ser eficaz y vivir mejor en un mundo veloz*. En este texto el autor hace un repaso de casos reales que, a pesar de ser conflictivos en su momento, salen avantes a partir un abordaje de tipo *slow*.



Fabula - Carrera entre la liebre y la tortuga

(Tomado de <https://microficion.org/tag/carrera/>)

Para Honoré el primer ingrediente hacia la una solución lenta es el *admitir errores* (Honoré, 2013). Hoy en día los Estados, los políticos y hasta los ciudadanos no admiten fallas tal vez por orgullo o, a lo mejor, por esa tendencia generalizada al menor esfuerzo. El hecho es que la aptitud de reconocer para retro-alimentar hace parte de una serie de elementos que el autor propone con el fin de evolucionar situaciones y generar perspectivas positivas frente a cualquier limitación o crisis. En ámbitos como la ciencia, industrias como la aeronáutica, o la misma medicina existen metodologías de evaluación y retroalimentación que si no son asumidas y aplicadas pueden llegar a ser fatales.

También existe el criterio *slow* de *pensar mejor las cosas*. Es decir, a tomarse un respiro y analizar con el debido tiempo cualquier tipo de situación. Surge el ejemplo de uno de los consultores organizacionales más importantes en el mundo, Geir Berthelsen, con más de 20 años de trabajo en grandes corporaciones a nivel global. Berthelsen es el fundador del Instituto Mundial de la lentitud. Su trabajo se ha centrado en organizaciones con una visión cuantitativa de los asuntos más allá de la cualitativa y en demostrar que las mejores ideas surgen a partir de

“andar” por lo que denomina *slow lane* o *carril lento*ⁱ. En resumidas cuentas, Geir Berthelsen diagnóstica, establece y, muchas veces, implementa la *solución lenta* para organizaciones en crisis.

Para él hay dos pasos esenciales a la hora de abordar crisis empresariales u organizacionales. Primero hay que bajar el ritmo de la organización y visualizar una imagen de esta en lo que llama “cámara lenta”. No hay crisis a superar si no se visualiza su funcionamiento con el tiempo suficiente para establecer los pasos a seguir. Y segundo, hay que buscar el tiempo adecuado para implementar y seguir dichos pasos. Esta concepción de temporalidad bajo estos dos escenarios marca la pauta de la visión lenta en la solución de problemas de este tipo.

Otro de los ingredientes para el desarrollo de la solución lenta es el *Pensamiento Holístico*, es decir, abordar los asuntos de una manera panorámica teniendo en cuenta todos los puntos de vista pertinentes para su articulación en pro de una salida apropiada, pausada y sin prisa. Para Honoré es ver los contextos desde su conjunto (Honoré, 2013).

Asimismo, la *visión a largo plazo* se hace fundamental. El típico “encare hoy el mañana”. Esto no quiere decir que vivamos en pro del futuro, se trata más bien de vivir el presente con perspectiva, construyendo y proyectando. El mejor ejemplo es Noruega y su sistema penitenciario el cual está rompiendo paradigmas en cuanto a la resocialización de sus reos. En contraste a las políticas carcelarias “cortoplacistas” donde los reclusos una vez salen de cumplir sus penas son aun más peligrosos para la sociedad. En este país nórdico, entre otros, propician el aprendizaje de nuevos oficios para que su estancia en la cárcel no sea en vano y facilite su re-ingreso a la sociedad. En Colombia, por ejemplo, las cárceles se han convertido en un caldo de cultivo para la delincuencia y el delito. No solo por el hacinamiento y las deficientes instalaciones, sino porque se busca llanamente castigar (solución rápida) y no resocializar (solución lenta).

En Noruega optaron por la solución lenta y abordaron el sistema desde un enfoque humanista, eliminando los ambientes represivos y creyendo firmemente que el trato afable a los prisioneros aumenta sus posibilidades de re-socialización. Muchos las llaman prisiones de lujo, otros insisten

en los grandes presupuestos y la capacidad de organización de estos países, pero en el fondo es ver cómo generando las mejores condiciones posibles, a largo plazo se reincorporarán a la sociedad “mejores” ciudadanos y no “peores” maleantes.



Prisión Halden - Noruega

(Tomado de <http://www.businessinsider.com.au/tour-of-halden-prison-2014-10>)



Cárcel La Modelo – Colombia

(Tomado de http://www.eltiempo.com/Multimedia/galeria_fotos/bogot6/GALERIAFOTOS-WEB-PLANTILLA_GALERIA_FOTOS-12848578.html)

De otro lado, otro de los elementos esenciales para seguir el camino lento en la solución de problemas es *pensar en los detalles*, en lo pequeño. Según Honoré, lo detalles mínimos marcan

la diferencia. Hay muchos casos donde este elemento sale a relucir. Por ejemplo, en los años 70's del siglo pasado las audiciones para conformar orquestas de música clásica dieron un giro trascendental. Tal vez en ese momento el machismo predominante hacía que se subestimara al género femenino como intérprete. Muchas veces por el simple hecho de ser mujer, y por un concepción meramente visual, no les daban siquiera la oportunidad de hacer una audición (Honoré, 2013). A partir de allí estas audiciones se hacen a “ciegas” y con un telón en medio entre intérprete y jurado.

Hoy por hoy hay más mujeres en estas orquestas y, en muchos casos, estas mejor capacitadas a la hora de interpretar un instrumento. Sumado a lo anterior, se entiende que en ese solo detalle de valorar el sonido sobre la imagen, cambió ese ámbito musical para siempre.

También el *estar preparado* o dispuesto para cualquier situación hace parte de la perspectiva *slow*. De hecho como lo afirma Honoré, “en condiciones adecuadas encarar los problemas con gran velocidad puede ser realmente beneficioso para nosotros...”. Por ejemplo, los mecánicos de Formula 1 y el momento de entrada a boxes de los monoplazas durante una carrera. En este escenario la preparación y las condiciones óptimas son esenciales para desarrollar metodologías rápidas que al final hagan la diferencia. Sumado a lo anterior, hay una serie de acciones desde la cotidianidad que se realizan casi sin pensar (lavarse los dientes o manejar). Existe para ellas una base de datos personal desde la experiencia que permite estar “preparado” para cualquier tipo de eventualidad (Honoré, 2013, cap7). Imprevistos siempre van a haber, lo importante es la respuesta adecuada en el momento justo y esa respuesta se fundamenta sobre dicha base de datos.

La *colaboración* bajo un contexto tan complejo como el actual, es esencial para los *slow*. Para ellos 4 ojos ven mejor que 2 haciendo alusión a la perspectiva de transversalidad a partir de la cual se sumen aportes desde diferentes ámbitos y/o disciplinas para un fin común. Es lo que llama Honoré las *Coaliciones Creativas*. Desde esas perspectivas se enriquece el discurso y se llega a soluciones sostenibles en el tiempo. De hecho mezclarse con personas de diferentes orígenes enriquece nuestras ideas. Si nos fijamos en la propia experiencia podemos ver que en la

gran mayoría de los caso llegamos a ser más creativos cuando ‘resolvemos’ los problemas de los demás.

Por un lado, nuestro *sistema concreto* normalmente aborda situaciones cercanas, lo cual le hace más difícil pensar más allá de los hechos. Cuando se trata de situaciones externas funciona nuestro sistema abstracto. Pero este punto también hace referencia al egocentrismo y a cómo algunas personas presas de este no acuden ni propician tales encuentros creativos. El deber ser para los *slow* es tal cual lo afirma Carl Honoré, “...deja tu ego en la puerta, prepárate para compartir el crédito y deja que la creatividad empiece a fluir...” (Honoré, 2013, cap8).

La visión *slow* también acude a las mayorías y las consulta como mecanismo de retroalimentación y colaboración. A eso Honoré lo denomina *Crowdsourcing*, que básicamente se trata de convocar a un grupo amplio de personas para que aporten con trabajo y/o ideas sobre un asunto específico. Casos como el de Islandia y su crisis de gobernabilidad de 2008 hizo que el gobierno convocara a la ciudadanía a nivel local, regional y nacional para que a través de mesas abiertas aportara en el diseño de políticas públicas, y de un nuevo sistema de gobierno. En una mezcla de expertos y ciudadanos del común, bajo el concepto de *inteligencia colectiva*, se llegaron a acuerdos. Muchas de las propuestas, incluso locales, fueron tomadas en cuenta en un proceso literal de construcción colectiva.

Evidentemente el *Crowdsourcing* no es perfecto y tiene ciertos límites a tener en cuenta. Por ejemplo, wikipedia siendo una plataforma abierta de contenidos, también hay entrada indiscriminada de personas que quieren sabotear la información allí consignada generando, de alguna manera, un manto de duda sobre la veracidad de ésta. Asimismo, hay problemas de tal nivel de complejidad que muchas veces la gente del común no tiene las habilidades y competencias para abordarlos, mezcla sentimientos y raciocinio, y finalmente no llega a ser válido su aporte. Por último, no hay que llevar este elemento al extremo en el sentido que hay situaciones que pertenecen al ámbito privado que no ameritan exponerse en el público. De este modo, los de visión *lenta* proponen que primero nos preguntemos si es pertinente recurrir a la multitud ante cualquier situación, “que nos fijemos en la mejor forma de hacerlo y liderarlo, y, por último, no poner todas las esperanzas en ello...” (Honoré, 2013, cap9).

También el hecho de *Catalizar* las situaciones y, como el autor lo propone, ser el 1ro entre iguales, hace parte de la solución *slow*. Es decir, que en todo este proceso de abordaje se hace fundamental un líder que, con base a todas estas ideas, dirija la orquesta. Para ello tal líder se debe caracterizar por tres elementos: inspirar a su equipo y a las personas que los rodean, persuadirlos y no imponerles pero, sobre todo, pensar en grande y a largo plazo. Honoré alude expresamente el paso de Muckus y Peñalosa por la alcaldía mayor de Bogotá en un momento crítico durante la década de los años 90 del siglo pasado. Más allá de lo exitoso o no de sus gestiones estos dos personajes impulsaron cambios importantes alrededor de temas como la cultura ciudadana, el espacio público o el uso de medios alternativos de transporte.

Pero no solo el catalizador es el “poder” omnipresente. También debe se deben generar procesos de delegación y autoayuda. Es decir que no todo tiene que quedar en cabeza de una persona u organización. Y como lo dice Honoré cuando habla del concepto de *Subsidiariedad*, y como los problemas los debe resolver la persona más próxima al asunto. Es el caso de los caficultores en Costa Rica, lo cuales estuvieron siempre supeditados ser proveedores de los grandes molinos y que después de una grave crisis asumieron el reto y pasaron a liderar y operar toda la cadena productiva. A partir de sus propias marcas y sus pequeños molinos, algo que se llamó en su momento *La Revolución de los Molinos*, relanzaron el café tico posicionándolo hoy en el mundo como uno de los mejores.

En ese sentido, darle el ‘poder’ a los más próximos al problema genera procesos de empoderamiento, creativos y motivacionales que permiten sortear dificultades de la mejor manera. Hoy existen organizaciones que incluso tienen como política que sus empleados sean dueños de una porción de estas con la idea de que hagan parte activa en sus procesos de desarrollo y evolución, y para que sus coequiperos asuman como dueños tanto en épocas de bonanza como de austeridad.

Sentir y ajustar el termostato emocional es otro de los componentes de la solución lenta. De lo que se trata aquí es de tomarse el tiempo de comprender y canalizar emociones. La visión *slow* propone contextualizarnos y relacionarnos con nuestros interlocutores como ‘iguales’. Por

ejemplo, en fútbol la relación entre el Director Técnico y su plantilla de jugadores es fundamental en términos de encauzar las emociones de 25 personas hacia el objetivo siguiente de ganar un partido, un torneo o una copa.

Si bien es una tarea compleja se trata entonces de establecer conexiones emocionales con las personas. Eso hace Richard Branson, amo y señor de Virgin Group, multinacional global con más de 50.000 empleados en 50 paísesⁱⁱ, quien tiene una relación abierta con su personal al punto de darle a cada uno su número telefónico e email. Para Branson lo importante es comunicarse, estar en contacto y retroalimentar constantemente en pro su equipo y organización. De hecho Branson ‘revolucionó’ las políticas laborales otorgándoles cierta libertad a sus empleados para escoger sus periodos de vacaciones. Para él, el tiempo libre consensuado y consciente propicia mejores profesionalesⁱⁱⁱ. No se trata de libertad total, para él, “la *No Política de Vacaciones* trabaja bajo el supuesto que el empleado solo tomará una pausa en sus labores cuando se sientan cómodos con el hecho de que su ausencia no perjudique el negocio, el equipo y sus carreras.



Richard Branson y sus empleados(as)

(Tomado de <https://www.virgin.com/entrepreneur/richard-branson-three-ways-keep-employees-happy/>)

Por su parte, las emociones encaminadas a través lo lúdico permiten resolver los problemas de uno en uno. Más aun teniendo en cuenta que existe una clara predilección humana hacia el juego (Honoré, 2013). Visto desde la sociología, el ser humano genera motivaciones a partir del elogio

de sí mismo. Fijémonos cuando hacemos deporte competitivo. Estamos constantemente midiendo los tiempos con el fin de superar marcas pero también de sentirnos orgullosos y hasta ‘engreídos’ frente a los demás. Desde el punto de vista de la Neurología, hay estudios que muestran que frente al juego se produce dopamina en el cerebro estimulando el pensamiento creativo, la sensación de bienestar, y la concentración y voluntad de aprender^{iv}. Para los *slow* se trata también de equilibrio. No todo juego tiene un impacto positivo, depende de los contextos y las personas.

El concepto de *Evolucionar* está muy marcado en estas ideas. Cada situación trae su eventualidad, cada objetivo trae otro nuevo y así sucesivamente reto tras reto. También se trata de reconocer que hay problemas in-solucionables. Por ejemplo, la corrupción o la pobreza, no queriendo decir que a través de todos los medios no trabajemos por combatirla o disminuirla a lo más mínimo. De hecho para los *slow* los abordajes parciales a diferentes situaciones son mejores que nada. Incluso los casos exitosos desde el punto de vista de la visión *lenta*, no se quedan en punto muerto o llegan a un fin. Dicho abordaje y sus consecuencias, que no siempre son las deseadas, prevé una constante redefinición y readaptación. Nunca la solución a un problema ha sido 100% triunfante. Puede que traiga consigo grandes avances, pero nunca la solución definitiva. De hecho no existe la seguridad absoluta de superar un problema al afrontarlo (Honoré, 2013).

Así ha sido, por ejemplo, la evolución del cepillo de dientes la cual evidencia que todo requiere de un proceso paulatino muchas veces basado en el ensayo/error. El cepillo dental nació cuando un emperador chino incrustó cerdas de cerdo a un mango de hueso en el siglo XIII. También ciertas comunidades árabes utilizaron el Miswak, una rama del árbol de Arak el cual contiene flúor natural y se mastica hasta deshilacharse. Posteriormente, apareció el nailon, en la década de los años 30 del siglo pasado, y su evolución sigue siendo una constante al punto de tener hoy a disposición cepillos de dientes electrónicos de última tecnología. Proceso basado en la práctica, ensayo y error.



Miswak Egipcio - 3.000AC

(Tomado de <http://blog.vitaldent.com/evolucion-cepillo-de-dientes/>)



Cepillo de Dientes Chino – Siglo XIII

(Tomado de <http://interoralia.com/conoces-la-historia-del-cepillo-de-dientes-te-la-contamos/>)



Cepillos de Dientes de Nailon o Eléctricos - Hoy

(Tomado de http://www.bbc.com/mundo/noticias/2015/10/151023_salud_dental_cepillo_electrico_o_manual_ig)

Sumado a lo anterior, para la visión *Slow* el *proceso* es más importante que el resultado final, o como dicen los mochileros, “el viaje es mas enriquecedor que el destino...” Evidentemente en el contexto actual las presiones de la publicidad, los medios y la industria con la reproducción de modelos de consumo, no propicia el aprecio por el aprovechamiento de los procesos. Por el contrario, los resultados son hoy la prioridad. Sin embargo, si se logra al menos equilibrar las dos posturas (proceso vr. resultado final) se estarán dando pasos gigantes hacia lo *slow* como *modus vivendi*.

Finalmente la solución rápida no es obligatoria ni siquiera hoy. De hecho hay cada vez más personas que deciden abordar la vida y los problemas de manera consciente hacia una solución sostenible. Como lo dice Honoré cuando afirma que nunca habíamos estado tan preparados como hoy. Tenemos avances tecnológicos extraordinarios que generan una excelente caja de herramientas y una poderosa arma de comunicación y visibilidad. Bajo el contexto de la globalización, pero la virtuosa como la llama Petrini, se estimula el trabajo en equipo, el compartir ideas y trabajar en forma de red (Honoré, 2013).

Bajo esa perspectiva el movimiento *slow* día a día gana adeptos. Se ha convertido en un escape al culto a la velocidad. Hoy existen sub movimientos bajo los mismo principios como; Slow Food, Ciudades Lentas, Trabajo Lento, Slow Sex, Slow Media, Educación Lenta, Moda Lenta, Viajes Lentos y hasta Arte Lento: en algunos casos son organizaciones formalmente constituidas y, en la mayoría, son personas o pequeños grupos que le aportan a cada uno de estos enfoques desde sus propia experiencia y accionar. Evidentemente se hace complejo adoptar esta visión desde el contexto actual, mas aun teniendo en cuenta nuestra fisiología y características humanas, pero para los ‘militantes’ y entusiastas hay que empezar el cambio cultural desde la primera infancia a través de herramientas pedagógicas que muten lo que Honoré llama *tabú cultural*^v, lo cual estereotipa lo *Lento* y lo relaciona con la pereza, la inoperancia o la incapacidad.

Lo cierto es que si seguimos en este proceso de mega-consumismo, de sobre población y choque de tiempos, se hace fundamental cambiar nuestra manera de vivir. Cambiar las formas universales que nos han pautado a lo largo del último siglo con graves consecuencias para la sostenibilidad del planeta. Para los *slow* no hay lista o pasos predeterminados hacia una visión

lenta, lo cual no significa que tener una fórmula sea perjudicial. Como los panaderos que saben las medidas e ingredientes exactos, los tiempos apropiados, pero también que las condiciones climáticas son cambiantes y ante ellas deben adaptarse. Para llegar a una solución lenta de los problemas la experiencia es fundamental, pero adquirirla hace parte del proceso.

2.2 Lo slow y la sostenibilidad

Probablemente los ritmos acelerados y la velocidad iniciarían su trasegar en el siglo XVI con la formación del mundo moderno, el desarrollo de la ciencia y el capitalismo global. Sumado a la Revolución Industrial y su fase fordista, se han generado una de las aceleraciones más intensas que ha sufrido el planeta y su biodiversidad. La cual, como afirma Riechmann "...a excedido todo limite en la larga historia de coevolución entre los seres humanos y su entorno, su biosfera..." (Riechmann, 2003, pp21). Adicionalmente, el hipercapitalismo que experimentamos, entre otros, por los múltiples canales de comunicación y conexión digital/global, ha permitido la multiplicación de modelos de consumo que perpetúan la cultura de lo rápido, lo efímero, la productividad y el éxito basado en el dinero.

La medición del tiempo ha sido una obsesión humana de siempre. Los egipcios empezaron calculando el día de 24 horas por 365 días al año. Posteriormente, los babilonios estimaron los 12 meses por año. Luego los romanos los 7 días de la semana^{vi}. Pero es en la sociedad industrial, más allá de las herramientas técnicas de medición cada vez más exactas, donde se estalla esa "bomba" de tiempo cuando se articula el factor tiempo con el trabajo, y cuando el trabajo remunerado se traduce en salarios y en dinero. A partir de allí se convierte en una obsesión la productividad y el rendimiento. Hoy gran cantidad de personas asalariadas no están satisfechas con su empleo. Su jefe acosa laboralmente por "mejores" resultados, el tiempo cada vez es más corto a pesar de trabajar 15hrs al día, y el salario es bajo con respecto al esfuerzo y las ganancias de la compañía.

Todos lo anterior, que tiene origen en el individuo, han llevado a lo que el politólogo español Jorge Riechmann denomine *Choque de Tiempos* (Riechmann, 2003). En su libro, *Tiempo para la vida. La crisis ecológica en su dimensión temporal*, el autor español pone sobre la mesa la relación entre los seres humanos, la sociedad industrial y su *biosfera*^{vii}.

Para Riechmann la crisis medio ambiental que vive hoy el planeta se basa en el elemento temporal en cuanto al choque entre el tiempo que tardamos en producir residuos o contaminantes como sociedad pos-industrial que somos, y lo que tarda la tierra o la biosfera en asimilar dichos residuos. De hecho, bastaron más de 300 millones de años para que la biosfera capturara el carbono atmosférico que quedó depositado en combustibles fósiles como el carbón, el petróleo o el gas, para que en tan solo 300 años lo retornáramos a la atmósfera quemando tales combustibles por energía (Riechmann, 2003). Energía para alimentar el modelo de consumo ilimitado.

Hoy vivimos lo que muchos autores denominan como *hecatombe de la biodiversidad*. Entendiendo esto como el desequilibrio radical que vive nuestro ecosistema y como dicho desequilibrio lo desregula generando impactos negativos y consecuencias nefastas. Consecuencias sobre el clima, el abastecimiento de agua, y los cada vez más drásticos y frecuentes fenómenos naturales. De hecho hoy las Naciones Unidas hablan de *Crisis Global de Extinción de Especies* (UN-Gobierno de Bolivia, 2009). No solo la caza, o el tráfico ilegal de animales la generan, también la usurpación de territorios y la extracción de los recursos naturales contenidos en estos.



Lago Calima (Valle del Cauca) – Fenómeno del Niño 2016

(Tomado de <http://www.eltiempo.com/multimedia/fotos/colombia10/sequia-en-el-lago-calima/16497518>)

Pero no solo este choque de tiempos, o la crisis de temporalidad que hoy se padece, apuntan al contexto ambiental. También se da una afectación de la dimensión personal del ciudadano común con la ruptura temporal entre el trabajo y el ocio, y entre el tiempo local y el global (Riechmann, 2003). El nivel de exigencia del ámbito laboral, mas los modelos impuestos han ejercido tal presión que generó problemáticas de salud pública. El ciudadano del común sufre de enfermedades que antes no lo afectaban. Sintomatologías como el estrés, la ansiedad o la depresión, son alteraciones hoy frecuentes y comunes. Actualmente la ‘felicidad’ radica en los bienes y el dinero que se pueda acumular, y no en el pensamiento colaborativo y comunitario.

Hoy vivimos en lo que Gilles Lipovetsky llama el *Individualismo Hipermoderno*^{viii}, el cual aboga, entre otras cosas, por el aquí y el ahora sin importar el futuro. Se ha generado un individuo que consume conforme a la moda, y donde los modelos de consumo generan un individualismo radical y narcisista.

El mismo Lipovetsky lo ejemplifica cuando se refiere al radicalismo yihadista de estos días y se pregunta, “¿cómo explicar que jóvenes nacidos en Francia o en Inglaterra decidan muy rápidamente, en unos meses, convertirse al islam?” Para él corresponde al concepto de *individualismo hipermoderno* caracterizado por, “...la pérdida de identidad y búsqueda de formas de valorización y de legitimación de su propia vida para justificarse ellos mismos...” (Alarcón, 2016). Concluye ratificando, “a nosotros nos puede parecer horrible, pero no a quien lo hace. El sacrificio no importa porque es un sacrificio escogido...”. Para el autor francés el consumo le ha dado la felicidad a la humanidad, pero también la infelicidad porque cada vez hay más estrés, suicidios y adicciones. La gente sufre más enfermedades y es más desdichada.

Se evidencia entonces una crisis tanto ambiental y del entorno, como del individuo. Lo cual hace aun más compleja la sostenibilidad del planeta. Estamos acabando con la poca biodiversidad sin prever consecuencias futuras. La postura del *aquí* y el *ahora* de los individuos *hipermodernos*. El consumo desenfrenado, atendiendo patrones impuestos, está llevando al planeta a la ruina.

A pesar del panorama gris existen personas, familias y comunidades que le están apostando a demarcarse de esa línea y están proponiendo alternativas de vida. Como lo afirma Petrini en

muchas de sus entrevistas cuando dice que no se trata de cambiar del mundo como fin último de su movimiento. Para él se trata de proponer y promover un nuevo modo de vida. Un nuevo modo que empuje hacia la sostenibilidad al planeta. A partir de ese postulado han surgido otras organizaciones *slow* que, desde el arte hasta la ciencia, buscan rescatar los referentes históricos, lo local, las relaciones sociales, la familia y la biodiversidad. Desde una perspectiva sostenible.

Los sub movimientos *slow* tienen características transversales que los vinculan. Por ejemplo, todos buscan el tiempo adecuado para cada labor e insisten en la calidad sobre la cantidad. Todos buscan trabajar en el presente, basándose en lo pasado y pensando a futuro. Abordan de manera crítica a la sociedad actual. De hecho sus posiciones son propias de un movimiento de resistencia cultural porque están basadas en la defensa de la vida y el medio ambiente como elementos constitutivos de la sostenibilidad del planeta. Como lo dice Joan Domènech cuando propone pasar de la urgencia a la prioridad, de la velocidad a la lentitud, del dinero a la vida (Domènech, 2009).

Actualmente, el movimiento *slow* se ha convertido en una corriente alternativa bajo el contexto actual. Los que siguen, aplican o promueven esta visión no están adscritos necesariamente a un grupo o ala política, pero si representan una corriente crítica a la situación actual y al sistema imperante. Para muchos es un movimiento de resistencia porque aborda y contradice los principios que rigen hoy a la sociedad. Evidentemente hay un componente ecologista, pero en esencia el movimiento, como lo afirma Domènech, ataca el corazón del sistema hegemónico, la velocidad y el consumo descontrolado (Domènech, 2009). Sin embargo, ya los tiempos biológicos han sido modificados por los ritmos del reloj, tanto digital como mecánico (Riechmann, 2003). A través de tales ritmos, ahora impuestos y de alguna manera tecnificados, opera la sociedad en estos días.

Uno de los ámbitos trascendentales para el impulso de este nuevo *modus* de vida es la educación. Como decía Lipovetsky en su entrevista a El Tiempo, “estoy convencido de que la educación tiene un papel fundamental. Hay que ofrecerles una educación digna a los jóvenes, que incluya otras perspectivas diferentes a ganar dinero y consumir...” (Alarcón, 2016). A partir de ideas como estas surge el movimiento de la *Educación Lenta* el cual lucha por desarrollar procesos

non tempo de aprendizaje, a diferencia de la educación convencional que aplica procesos rígidos y homogéneos. Hoy el pensamiento occidental rechaza la idea del aprendizaje profundo y consiente favoreciendo la velocidad en el proceso. La idea de los *Slow Schooling* es educar sobre la comprensión de procesos y su aplicación a diferentes contextos.

Para esta propuesta lo importante es respetar el ritmo, pero aplicado con flexibilidad y al momento educativo que lo requiera (Domènech, 2009). También pretende la no homogenización de las metodologías pedagógicas y las actividades concernientes ya que cada individuo tiene características únicas que marcan su desarrollo cognitivo. Estos *slow*, buscan una educación para toda la vida, a partir de un ciudadano e individuo feliz. Más contenidos y objetivos educativos no necesariamente se traducen en más y mejores procesos de aprendizaje. Para ellos la cantidad se convierte en superficialidad. En ese sentido, irónicamente los que hoy proponen aumentar la presión de los programas educativos, son los que advierten que los estudiantes están cada vez peor preparados. Una contradicción contante del sistema educativo.

Para él memorizar no significa aprender, aprender no significa saber y saber no significa comprender. La cultura de los aprendizajes cuantitativos puede implicar confusiones (Domènech, 2009). Hoy la cultura del *zappin* prevalece con base a muchos estímulos y poco tiempo para asimilarlos y disfrutarlos. Por ejemplo, si un adolescente hoy no aprende a manejar sus emociones, por muy inteligente que sea, los conocimientos adquiridos le servirá de poco a la hora de aplicarlos. Por eso cuando hablamos de educación para toda la vida, también hablamos de sostenibilidad.

Hoy el planeta experimenta un deterioro inusitado que sin duda afectará la calidad de vida de los que lo habitamos. Por ejemplo en el manejo de la fuentes hídricas se evidencia el desastre y se vislumbran los graves escenarios que les esperan a las generaciones venideras.

Es tan así que en un hecho sin precedentes, las autoridades debieron militarizar la cuenca alta del Rio Bogotá. En el Blog del Rio de El Espectador, espacio del que participan organizaciones como DeJusticia (centro de estudios jurídicos y sociales), y Patrimonio Natural (fondo colombiano que trabaja por la conservación de las áreas naturales del país) indican que en un

trabajo liderado por la Corporación Autónoma Regional de Cundinamarca (CAR) se tomó la decisión de instalar un Puesto de Mando Unificado integrado por el Ejército Nacional, la Policía, la Armada Nacional, la Defensa Civil y la misma CAR. Esta es la primera vez en la historia del país que se militariza un afluente con el fin evitar que se extraiga de manera irregular el recurso para fines privados^{ix}. También hay que señalar las graves afectaciones de fuentes hídricas a causa de la minería ilegal principalmente en los Departamentos de Chocó y Cauca.

La Unesco indica en su informe de 2003 sobre el desarrollo de los recursos hídricos en el mundo *Agua para todos, agua para la vida* que a mediados del presente siglo 7.000 millones de personas en 60 países sufrirán escasez de agua en el peor de los casos, y en el mejor de los casos la cifra llegaría a 2.000 millones de personas en 48 países. Sin embargo, la escasez no es la única dificultad, la contaminación de las fuentes hídricas ahonda aun más la problemática. Aunque para la agencia internacional los datos sobre la gravedad de la contaminación de este recurso aun son incompletos, estima que "...la producción global de aguas residuales es de aproximadamente 1.500 km³. Asumiendo que un litro de aguas residuales contamina 8 litros de agua dulce, la carga mundial de contaminación puede ascender actualmente a 12.000 km³..." Según el informe, las poblaciones más pobres serán las más afectadas ya que un 50% de este segmento en países en desarrollo están expuestas a aguas contaminadas^x.

No obstante, para algunos no todo está perdido. Hoy surgen progresivamente iniciativas de corte *slow*, no necesariamente anexas al movimiento, que buscan desde diferentes ámbitos desarrollar prácticas sostenibles que ayuden a la conservación del planeta. Proyectos como Villa Mahia en el municipio de Silvania a 1 hora de Bogotá, ofrece una alternativa de vivienda que podría fácilmente definirse como Arquitectura o Vivienda *slow*. Basados en la *permacultura*, la *bioconstrucción*, la *zootecnia* y la *agroecología*, este proyecto busca ofrecerle a las personas alternativas sustentables y, sobre todo, calidad de vida^{xi}. De esta manera se evidencia que la sostenibilidad o lo *slow* se pueden desarrollar desde cualquier ámbito de la vida. A partir de la renovación y reutilización de cualquier recurso, o desde de la misma protección del medio ambiente y los ecosistemas.

En Barcelona, por ejemplo, existe una iniciativa pionera en la reutilización de la madera o como ellos se definen, “nos dedicamos únicamente a prolongar el uso de la madera...”. Depalet es un taller que reutiliza estivas de madera que, después de cumplir su función de soporte para grandes contenedores repletos de mercancías, son convertidos en instrumentos de altísima calidad, muebles y hasta Gadgets como candelabros. De hecho en Depalet utilizan estivas que no cumple con los estándares definidos por el mercado lo cual impide su re inserción y reutilización por parte de la industria. Maderas que terminan destinadas a los hornos para obtener energía. Depalet tomó la decisión de apoyar una causa medioambiental con el fin de, como ellos dicen, “Contaminar un poquito menos...”



Guitarra eléctrica personalizada

(Tomado de <http://shop.depalet.com/es/guitarra-electrica-personalizada/44-guitarra-electrica-personalizada.html>)

Del mismo modo, uno de los grandes problemas que nos aquejan hoy es la explotación laboral y, aun peor, la explotación laboral de niños y niñas. Según cifras publicadas por el Ministerio del Trabajo en Colombia en 2015 había 1.039.000 niños y niñas que trabajaban ilegalmente en el país. De acuerdo con este ministerio son cinco las actividades económicas donde más casos de

trabajo infantil ilegal hay: comercio con un 38% del total de los casos, agricultura con un 34%, industria manufacturera con un 11.4%, la industria de servicios con un 6.8% y el sector transporte con un 4.9%^{xii}. Un problemática global ya que, según la OIT, 168 millones menores de edad trabajan ilegalmente en el mundo. En ese sentido, la industria de la moda ha sido una de las más señaladas por sus prácticas laborales. Inditex y sus fábricas y mano de obra empleada en Asia es un ejemplo de ello.

A partir de allí surgen iniciativas que buscan contrarrestar las tendencias perniciosas que nos ha generado el sistema actual. En eso se enfoca el trabajo de Child Labor Free, organización fundada por diseñadores Neozelandeses, con el apoyo de Unicef, con el fin de crear una etiqueta que certifique que esta industria y sus proveedores no utilizan mano de obra infantil en sus procesos productivos. Muy seguramente será un primer paso en la lucha contra esta problemática o tal vez, siendo una poderosa industria, nunca se erradique. Lo cierto es que este tipo de iniciativas buscan a largo plazo implementar una visión sostenible y consciente sobre una producción inmensa a nivel mundial y, sobre todo, en pro de la protección finalmente de los derechos humanos.

Es evidente que el planeta hoy exige retos enormes para su conservación y sostenibilidad. Si tenemos en cuenta el camino recorrido hasta el momento se puede dilucidar el desastre en el que nos encontramos, y evidenciar la ruina a la que estaremos abocados en poco tiempo si seguimos por la misma vereda. No obstante, ha surgido, más allá de un movimiento, una tendencia global hacia la sostenibilidad y la conservación medio ambiental. Día a día mas y mas personas en el mundo asumen este tipo de posturas denominadas aquí *slow*. No solo a nivel individual, sino también familiar y grupal se ha venido generado una mayor conciencia sobre los hábitos de vida imperantes y la necesidad imperiosa de modificarlos en pro del planeta. Si bien el capitalismo global y la producción industrial son ‘monstros’ inmensos, la consciencia social está haciendo mella previendo alguna esperanza.

CAPITULO 3

3. Lo slow y la comunicación

3.1 Pioneros y activistas

La importancia del movimiento *Slow Food* radica en el hecho de permear diferentes esferas de la vida cotidiana (*Educación Slow*, *Arte Slow*, *Slow Sex*, entre otros). Desde sus distintas versiones cada una de estas atiende su postulado de combatir la ‘tiranía’ del tiempo y empezar el dominio individual/personal del mismo. Bajo esa misma perspectiva se dio paso a lo que hoy algunos denominan *Comunicación Slow*. Una reacción, entre otros, frente a la insostenibilidad de los actuales niveles de consumo y producción de contenidos. (Barranquero, 2013). Lo cual incluye tanto el simbólico y discursivo como el material/físico (Hardware), elementos detonantes de la peor crisis de salud (estrés, ansiedad, depresión etc.) y medioambiental de la historia.

Ante el panorama, y frente a la voz activa de un movimiento global en crecimiento, se genera la inquietud, sobre todo en periodistas y algunos blogueros, frente a la potencial crisis. Alejandro Barranquero-Carretero, doctor en periodismo y profesor que ha trabajado por años el fenómeno del tiempo en la comunicación, reitera que era previsible que se abordara lo *slow* desde la perspectiva de los medios ya que el movimiento había penetrado otros campos del saber con logros significativos como en el urbanismo, la gastronomía o el turismo. Para él, “era una reacción lógica a la aceleración del flujo informativo, la multiplicación de tecnologías fast como el Twitter y la consecuente degradación de cierta información por usos incorrectos de estas TIC...” (Isaacs, 2016). Conforme a las causas del nacimiento de *Slow Food*, *Slow Communication* surge como una reacción frente al *torrente mediático*, la estandarización y la mercantilización de la información, y como un llamado a la conciencia.

El primer acercamiento de la visión *slow* a la comunicación y a los medios fue a final de la década del 2000 con dos textos, que a la postre se convertirían en manifiestos, los cuales adquieren importancia a través de Internet: *No so fast* de 2009 del periodista estadounidense John Freeman y *The Slow Media Manifesto (2010)* de los blogueros alemanes Benedikt Köhler, Sabria David y Jörg Blumtritt. La aparición de estas primeras manifestaciones, “constataba cómo la

creciente aceleración de la vida, que se manifiesta también en el ámbito de las comunicación, reclamaba la necesidad de bajar el ritmo y repensar la velocidad de las actividades cotidianas...” (Isaacs, 2016)

3.1.1 Un “no so fast” desde el periodismo

En el primer manifiesto Freeman plantea, entre otros, el hecho de que existe un límite mental y cognitivo ante el flujo creciente de información. Para él un flujo progresivo y sin límite. Afirma que a la gente en tanto se encuentra dominada por la “tiranía del tiempo”, no se da cuenta de que la mente humana tiene una capacidad límite de recalentamiento (Freeman, 2009). En su manifiesto, el autor plantea tres preguntas básicas que nos deberíamos hacer bajo el contexto actual de inmersión en las TICS, ¿qué queremos hacer? ¿Qué queremos decir? ¿Quién y qué nos preocupa? y ¿cómo queremos manejar nuestros tiempos?

No es un texto radical frente al uso de las Tics. Por el contrario exalta su capacidad de propiciar el trabajo en forma de red, la eficacia de la comunicación y la posibilidad de divulgación y visibilidad. De hecho Freeman lo reitera cuando dice que el progreso nos tiene que enseñar a decidir qué funciona y qué no. Haciendo una clara alusión a que el progreso no son solo las redes, el internet o el hardware sino la educación que debe preceder al uso masivo y descontrolado de este tipo de tecnologías. En el manifiesto, por ejemplo, determina que “el email es bueno para muchas cosas pero debemos aprender a usarlo cuando sea necesario, con mucha menos dependencia si vamos a mejorar nuestra vidas...” (Freeman, 2009).

Pero su preocupación pasa además por el bienestar de las personas cuando habla de cómo la velocidad invade partes de nuestras vidas que deberían ser sagradas. Cuando lo escribe Freeman concluye que en las 2 décadas anteriores (90’s y 2000’s) hay un rompimiento de la línea divisoria entre la vida laboral y la vida personal, lo cual para él tiene un origen histórico en la Gran Bretaña Victoriana, la cúspide de su Revolución industrial, donde se da un cambio significativo frente al concepto de *ocio* (Freeman, 2009).

En el texto del manifiesto Freeman posa 3 aspectos fundamentales. Primero que *la velocidad es importante* en cuanto al uso racional de esta, pero es tal su alto nivel que se pierde información y

atención, se comenten errores a nivel de las organizaciones y se toman decisiones inconscientes frente al mar de información y contenidos. Segundo que *el mundo físico es importante*, y que la comunicación digital y electrónica aleja a las personas de dicho mundo. Se crea un *mundo virtual* que las aísla y del cual nos volvemos dependientes. En ese proceso se pierde el cara a cara, y el trabajo en equipo y colaborativo. Por último, para el manifiesto *el contexto es importante* por cuanto las nuevas tecnologías no nos lo proporcionan. “El contexto nos quitaría la idea de asociar progreso con velocidad...”, (Freeman, 2009).

3.1.2 Desde las comunidades digitales

En el segundo documento, *The Slow Media Manifesto*, Köhler, David y Blumtritt ponen su atención en la década del 2000 y cómo esta trajo cambios fundamentales en términos de la comunicación. Particularmente, a partir de sus nuevos canales y herramientas tecnológicas. Para ellos las palabras clave que describen estos cambios son *redes, internet y medios de comunicación social* (Köhler, David, & Blumtritt, 2010). En ese sentido, plantean el inicio de una revolución mediática y cómo ésta debería abordarse a partir de la articulación de las dimensiones política, cultural y social. Asumen el concepto *slow* como lo hace *Slow Food* y no como ralentización. Al igual que sus ‘pares’ en la gastronomía, los medios de comunicación lentos (*Slow Media*) no se basan en el consumo rápido, sino en la escogencia a conciencia de los ‘ingredientes’ para procesarlos con atención y concentración.

De esta manera establecen una serie de postulados que sintetizarían la labor de los medios y los periodistas bajo el concepto de *Medios Lentos o Slow Media*:

- Los *Medios Lentos* deben contribuir a la sostenibilidad, entendida esta en términos de la organización como la base en la producción de contenidos, y a partir del consumo consiente y responsable.
- Los *Slow Media* deberán ser *monotasking*^{xiii} puesto que exigirán una concentración total de sus usuarios para consumirlos, y un disfrute pleno para ello.
- Los *Medios Lentos* aspiran a la ‘perfección’ en cuanto a sus contenidos, pero también en la mejora continua de las interfaces haciéndolas más robustas, accesibles y adaptables,

independiente de su mercadeo y el factor comercial. Dicha mejora continua hace que los *Slow Media* hagan la calidad evidente.

- Los *Medios Lentos* fomentan los “prosumidores”, buscando personas que decidan conscientemente qué, y cómo quieren consumir y producir.

Al final este nuevo tipo de audiencia sustituirá a los consumidores pasivos. Para ello, pretenden que su huella perdure en el tiempo fomentando el diálogo doble vía. De esta manera buscan interlocución y contacto con sus públicos de una forma respetuosa y accesible. Es así como intentan convertirse en medios de comunicación sociales donde sus entornos se constituyan con base a comunidades o grupos activos. Por esta razón, “los *Slow Media* son respetuosos de sus usuarios entendiendo su alto grado de complejidad e ironía. Por eso no los subestiman pero tampoco se acercan a ellos de forma sumisa...” (Köhler, David, & Blumtritt, 2010).

Este tipo de medios visibilizan su producción a través del vos a vos y no mediante su comercialización. Para ellos el éxito de los medios lentos no se basa en la presión publicitaria sino en recomendaciones de amigos, colegas, familiares y círculos sociales. Por eso son atemporales ya que gozan de vigencia “tras años y décadas...” (Köhler, David, & Blumtritt, 2010). Así generan la sensación de que el contenido pertenece a un momento preciso de la vida del usuario. Para los blogueros alemanes los *Slow Media* deberán ser progresistas y no reaccionarios en cuanto a que se basan en los desarrollos tecnológicos y en la manera de vivir de la sociedad/red. Sin embargo, no buscan ejercer contrapeso a la velocidad y a la simultaneidad, “sino una actitud y una manera de usarla...” (Köhler, David, & Blumtritt, 2010). Finalmente, insisten en que su accionar se basa en la calidad, tanto en la producción como en la recepción de los contenidos.

Finalmente Köhler, David y Blumtritt le piden a la sociedad confianza frente a estas alternativas, y la necesidad de darles tiempo para ser creíbles y asumibles. Insisten en el hecho de que detrás de la operación de los medios de comunicación lentos hay personas, de carne y hueso, y no máquinas re-productoras de información.

A pesar de que este manifiesto empezó como una discusión casual entre colegas y amigos sobre medios online e impresos, los autores lo concibieron como una herramienta para generar un cambio de visión sobre la sociedad y los medios en una época fundamentalmente de transición y revolución mediática. Basados en el concepto *slow* impulsado por Petrini, buscaron estimular el uso de los medios como herramientas valiosas de trabajo, consulta o visibilidad. A partir de su divulgación el manifiesto empezó a adaptarse y adoptarse a nivel global. Es lo que Sabria David, uno de sus autores, califica como fenómeno intercultural e interdisciplinario (David, 2015). Para 2010 el texto ya estaba traducido al inglés y al francés. Posteriormente al Italiano, Ruso, español e incluso al catalán. Hoy está traducido a varias lenguas más.

Según Sabria para 2015 más de 30 países ya se habían referido al documento a través de la web a pesar de que se nota una clara división entre hemisferio Norte y Sur en cuanto a la apropiación del texto. Una hipótesis que maneja Sabria frente tal división le apunta a una fase más avanzada de desarrollo tecnológico. En dicha fase las personas son conscientes de que el progreso tecnológico es ambivalente y tiene aspectos negativos que deben ser re-considerados. El gráfico a continuación muestra con negrilla los países que han accedido al texto. Se evidencia aquí la gran rotación de este en el hemisferio norte, independiente de las diferencias culturales entre los EE.UU., Europa, la Federación Rusa y China, en contraste con el poco acceso al mismo en el hemisferio sur (David, 2015).



Graph 1. Global response to the Slow Media Manifesto

3.1.3 Desde la academia

Para finales de la 1ra década de 2000 los avances desde el ámbito académico, específicamente sobre el concepto de *Slow Media*, seguían siendo incipientes destacándose en su momento el trabajo del mismo John Freeman y los textos de la profesora norteamericana Jennifer Rauch quien empieza a rastrear el origen del concepto, y propone algunos elementos para abordarlo (Barranquero, 2013). Asimismo hay aproximaciones desde el concepto de *desconexión* frente a lo que varios autores denominan *Maximalismo Digital*^{xiv}. Desde Iberoamérica ha habido avances en investigación, aunque aún no se inserta de manera transversal a las demás disciplinas académicas. En Hispanoamérica se destacan los trabajos de Javier Serrano-Puche de la Universidad de Navarra, y Gloria Rosique y Alejandro Barranquero de la Universidad Carlos III de Madrid. Estos últimos apuntándole a la insostenibilidad del sistema como el punto de inflexión.

Precisamente para un académico como Barranquero-Carretero era lógica que la reacción *slow* a la hiperaceleración de las TIC surgiera inicialmente desde la propia Internet, y de los mismo profesionales de los medios, y no desde la ‘academia’. Para él, “en el ámbito de la comunicación emprendedora, para el cambio social, crítica, etc. es común que la práctica anteceda a la teoría...” (Isaacs, 2016). En ese sentido, Serrano-Puche cree que el ámbito académico no está pegado a la actualidad con tanta inmediatez como la profesión periodística, el cual “necesita más tiempo para detectar tendencias, reflexionar sobre ellas, poder ofrecer un diagnóstico, posibles soluciones, etc...”. Para Serrano, el tiempo de la vida universitaria es de por sí más pausado -por la propia naturaleza de la actividad intelectual- que el de la vida profesional (Isaacs, 2016).

Las diferentes iniciativas impulsan una serie de “valores” comunicativos y tecnológicos *slow*, como la *desaceleración* y *desconexión*, a partir de que cuestionan la producción y el consumo inconsciente y progresivo de información. En ese sentido, coinciden con el hecho de que la relación entre un movimiento *slow* y la comunicación pasa por rechazar los diferentes formatos, soportes o canales que le apuesten a la brevedad y a la superficialidad pero, sobre todo, a la mercantilización de la primicia (Barranquero, 2013). La profesión periodística abordada desde lo *slow* va encaminada a promover al rescate de antiguos formatos y un consumo pausado y

reflexivo de los contenidos. Formatos que no pierden vigencia como la crónica, el reportaje o el ensayo.

Asimismo impulsan la *autocontención* y la *sostenibilidad* desde el punto de vista del consumo masivo de productos (aparatos/información), a partir de la presión que ejercen la publicidad, las industrias culturales y los medios masivos de comunicación (Barranquero, 2013). En ese sentido, se fortalece el concepto de *Obsolescencia Programada*^{xv} desde las TICS asociado directamente a la producción industrial de tecnología de índole mercantilista que ‘impone’ modas y que, con base a estas, distribuyen año a año nuevos modelos convirtiendo en obsoletos los inmediatamente anteriores. El mejor ejemplo de ello es el teléfono móvil Apple-Iphone que desde 2007 año a año lanza con bombos y platillos un nuevo aparato, dejando en desuso a los “antiguos”.



Iphone 2007

Tomado de <http://www.ruizhealytimes.com/sites/default/files/articles/2015/01/iphone1.jpg>



Iphone 2016

Tomado de <http://i.blogs.es/ab1e41/iphone-7-concept-yasser-farabi-001/original.jpg>

En ese sentido, su preocupación pasa también por la materialidad tecnológica en cuanto al uso indiscriminado de recursos no renovables en la elaboración de aparatos. También por la disposición final de dichos aparatos y su impacto al medio ambiente cuando entran en la dinámica de *Obsolescencia Programada*. Hoy por hoy la industria se dedica a producir sin parar sin normas fuertes y visibles frente a la pos-producción, que la obligue a utilizar materias primas amigables con el medio ambiente y le exija programas claros de reciclaje y reutilización de los aparatos desechados. Del mismo modo, se debe contemplar la posibilidad de cargas impositivas cuando tales esquemas no sean efectivos en detrimento de la salud de las personas y el planeta.

Finalmente la *Comunicación Slow* promueve la *proximidad* y *sociabilidad*. Elementos vistos a partir del fenómeno de la homogenización cultural y aislamiento social con base al uso indiscriminado de las TICS, y a los poderosos mensajes que estas circulan globalmente formando consciencias y fragmentando realidades.

En ese sentido la *Comunicación Lenta* desde la academia promueve prácticas comunicativas de proximidad adaptadas a las especificidades y a los contextos. A lo local y a las diferentes realidades históricas de los territorios. De esta manera, y como lo afirma Barranquero “promueve estrategias de producción/consumo orientadas al encuentro con nuestro entorno más cercano...” refiriéndose a la familia, a la pareja de turno, a los amigos y en general a nuestros círculos de afinidad y sociabilidad. Insiste en las bondades del *face to face* y que el parámetro más

significativo para medir la felicidad y el buen vivir del ser humano es el alcance y la profundidad de las redes físicas interpersonales (Barranquero, 2013).

3.2 Alfabetización y dieta digital

Hoy vivimos bajo un contexto de *Conectividad Permanente* situación que bajo la revolución de las Tics es perfectamente realizable pero, sobre todo, deseable por la sociedad. Como lo afirma Serrano-Puche cuando dice que vivimos en un contexto de *Maximalismo Digital* en cuanto a que la tendencia va hacia la aprobación social por estar permanentemente conectado a las más altas velocidades y con varias pantallas en “on” al mismo tiempo (Serrano-Puche, 2014). Lo anterior ha desencadenado lo que muchos autores llaman *Infoxicación* entendida esta como “el estado de sobrecarga informativa a través de las TIC, que causa la sensación de no poder abarcarla generando angustia en el individuo...” (Cornella, 2008, pp20). Esta intoxicación informacional y del hardware traería consecuencias lamentables en términos de la salud de las personas sino se generan procesos de educación y capacitación digital.

Bajo esta perspectiva se puede hablar de una triple revolución digital a partir de tres elementos: Internet, Redes Sociales y Dispositivos Móviles (Rainie y Wellman, 2012). En ese sentido, le apunta al uso de una herramienta como internet pero a partir de la apropiación crítica de su contenido. Hay que tener en cuenta que bajo el súper flujo de información en el que nos encontramos hace que la web, en términos de contenidos, no esté terminada. Bajo ese supuesto, no estamos valorando la calidad y menos la veracidad de la información que nos llega (Serrano-Puche, 2013). Un ejemplo de ello es Wikipedia, que como ellos mismo se definen son “una enciclopedia libre editada colaborativamente. Sus más de 37 millones de artículos han sido redactados conjuntamente por voluntarios de todo el mundo... cualquier persona con acceso al proyecto puede editarlos...”^{xvi}

Hoy el impacto de las TIC y la revolución a la que hacemos mención, se da en la transformación de la dimensión temporal de la cotidianidad y las personas. Los medios le apuestan a la producción de contenidos que estimulan los sentidos, a la intensidad y a la repetición del mensaje lo que ha generado un contexto de consumo/producción superficial, veloz e irreflexivo. Priorizar tales estímulos por encima del contexto y la veracidad de la información han desarrollado el

pensamiento distraído y apresurado en las personas. Actualmente la atención se ha convertido en un recurso escaso (Serrano-Puche, 2013). Es lo que informalmente se conoce como *economía de la atención* donde todos los generadores de contenidos compiten por ganarla. De esta manera aumenta el flujo de mensajes pero baja la capacidad de atención de la gente. Precisamente contra esa dinámica perversa se basa la ‘lucha’ de la *Comunicación Slow*.

Hoy las personas del común están optando por aplicar sus propias metodologías de filtrado. Por ejemplo, en la escogencia de medios afines a sus ideas, en *chat rooms* o agrupándose en redes sociales con generadores de contenidos semejantes o coincidentes con sus gustos. No obstante, bajo el panorama actual se da lo que Parisier llama *filtro burbuja* cuando a partir de la segmentación de contenidos que hacen plataformas como Google o Facebook, las personas se vuelven ‘islas’ apartadas (digitalmente), afectando aspectos tan humanos como la cohesión social, o la visión amplia y holística a la que todos le deberíamos apuntes (Eli Parisier, 2011).

Ante la sobre carga y frente a lo que denominan algunos *Obesidad Informativa*, haciendo una clara analogía con lo gastronómico, Serrano-Puche propone una *dieta digital* cuyos objetivos fundamentales serán contrarrestar la cultura del afán en el entorno digital y encauzar las potencialidades que tiene la red hacia el enriquecimiento humano desde el punto de vista de la apropiación y generación de conocimiento (Serrano-Puche, 2013).

Inicialmente plantea el *consumo crítico y el desarrollo de la atención* a partir de la delimitación de sus focos ante el alto flujo informativo y los múltiples estímulos cognitivos a los que estamos abocados hoy. De hecho para él, la sobre carga afecta la productividad y la memoria (Serrano-Puche, 2013), contrario a los que piensan que entre más información se emplee se es más eficiente. Para este primer elemento es fundamental aplicar el *principio de relevancia* propuesto en su momento por Stefania Lucchetti que le apunta a la concentración, a la selección consciente, a la consulta de fuentes confiables y a la calidad sobre la cantidad (Lucchetti, 2010). Un ejemplo ilustrador para entender la aplicabilidad de este elemento son los *memes*^{xvii}. Actualmente rotan a nivel global infinidad de memes en la red los cuales la gente los acredita sin siquiera examinarlos. Sin considerar porqué le producen o no risa, o de dónde vienen o cuál es su sentido.



Imagen Meme Yao Ming

Tomado de <http://www.nocturnar.com/comunidad/threads/meme-yao-ming-asustado.623769/>

También propone la *gestión de la carga cognitiva* en el sentido de la analogía de Francisco Pérez Latre cuando manifiesta que hemos construido grandes autopistas de información pero se nos olvidó enseñar a transitarlas (Pérez Latre, 2012). Se trata entonces de no dar por cierto todo lo que nos llega bajo el mar de información en el que vivimos. Pasa con redes como Twitter donde hay un número inmenso de generadores de contenido (310 millones usuarios activos a 2015)^{xviii}, en su mayoría personas del común. En ese sentido, coincide con el anterior elemento en tanto prudencia, selección y constatación de fuentes. Para Serrano-Puche, los usuarios digitales deben adquirir tanto competencias como habilidades en búsqueda, selección y filtrado, y deben alcanzar un pensamiento flexible. Además deben adquirir habilidades con el fin de “...conectar ideas, dar sentido, saber contextualizar los múltiples inputs informativos que recibimos...”, los cuales serán aspectos mucho más importantes que acumular información (Reig, 2013, pp43).

En ese sentido, plantea el uso de *herramientas de filtrado y almacenamiento* para hacer la administración de las fuentes manejable (Serrano-Puche, 2013). Entre otras herramientas, además de software y apps especializados propone; para el correo electrónico, manejar etiquetas

y carpetas; para las Redes Sociales, establecer listas e integrar grupos afines (sin aislarse en el entorno digital); para la navegación en la web, manejar las etiquetas RSS; y para la tecnología móvil, establecer *push* o alertas en los diferentes medios y sus correspondientes contenidos de interés.

Por último Serrano sugiere tiempos periódicos de *desconexión*, punto que establece como eje central de la *Comunicación Slow* y la *dieta digital*. Para él dichos tiempos de interrupción son enriquecedores, por ejemplo, para buscar información de manera juiciosa cuando es preciso. Asimismo, la búsqueda y apropiación del conocimiento se benefician con indagaciones pausadas y conscientes. El flujo incesante y descontrolado de información reduce la eficacia en la búsqueda de la misma (Serrano-Puche, 2013). Si bien hay pocos estudios al respecto, haciendo sondeos informales entre amigos, familiares y círculos sociales encontramos que la desconexión ha mejorado la comunicación vos a vos y las relaciones interpersonales de la mayoría personas consultadas.

Según Serrano, “hacer un uso responsable y consciente de los medios de comunicación, especialmente de los digitales, sin estar continuamente conectados a ellos, repercute sin duda favorablemente en la salud de las personas...”. Para él es cada vez más latente que la hiperconectividad tiene perjuicios en diferentes niveles como el cognitivo, psicosocial, y afectivo (Isaacs, 2016). En ese sentido, la dieta propone fundamentalmente equilibrio entre las relaciones online y las relaciones cara a cara.

Internet se ha convertido en una herramienta muy efectiva a la hora de moldear la mente humana (Carr, 2011). Precisamente hacia eso le apuntan los procesos de *Alfabetización Digital* y la *Comunicación Slow*, a poner a la tecnología al servicio de las personas y no a las personas al servicio de la tecnología. Por esto la desconexión, además de las otras propuestas, beneficia la capacidad de atención, reconfigura el concepto de ocio y aboca lo que llaman algunos autores la *autonomía mediática* (Gozálvez y Aguaded, 2012). Hoy el maximalismo *digital* trae grandes consecuencias y perjuicios en términos de la salud mental, y la dieta y/o la alfabetización digital pueden atenuarlos.

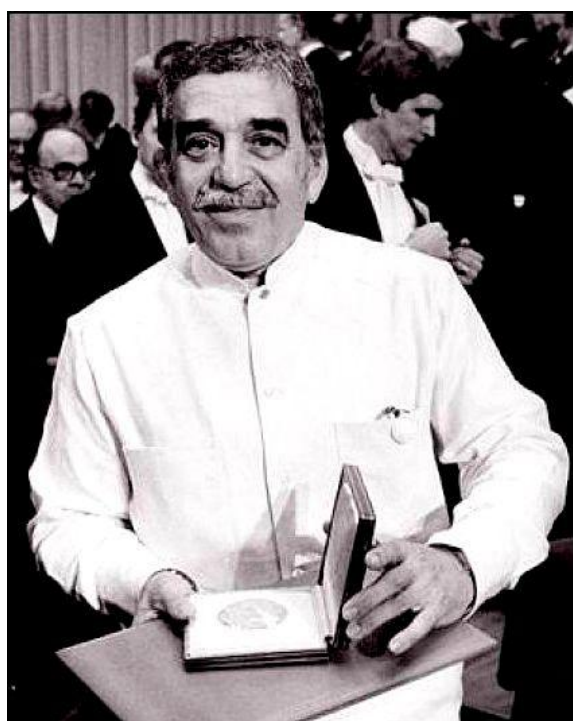
3.3 Medios y periodismo slow

El ser humano hoy es incapaz de asimilar la velocidad con la que acontecen los hechos. Se evidencia incluso cuando se tiene una conversación informal con alguna persona y esta suele lamentarse con expresiones tales como, “el tiempo hoy no alcanza para nada...” o “como están pasando de rápido los días, los años...”. Ciertas personas ya están admitiendo inconscientemente que algo sucede con el factor tiempo y con el ‘rendimiento’ de este en sus actividades diarias. Desde la *Dromología* Paul Virilio empezó a estudiar la aceleración de hoy frente a los cambios o acontecimientos históricos con base a la relación de las personas con lo virtual, con la velocidad o con las Tics (Virilio, 2012). Para él la velocidad puede generar un *accidente global* con consecuencias desastrosas para el hombre y el planeta.

Durante el ‘reino’ de la Radio y la TV en épocas pasadas, el hecho noticioso y el valor de la noticia comenzaron a basarse en la inmediatez y la primicia (Rosique y Barranquero, 2015). Los primeros directos en Televisión y, posteriormente el formato 24/7, allanaron el camino para la posterior revolución de la TICS donde las redes sociales y la web marcarían las agendas informativas y la labor periodística. Ahora los medios se ajustaban a los ‘requerimientos’ del público con el único fin de engrosar audiencias y el *online* de la información generaba cada vez más público ávido de contenidos. Como consecuencia, producimos información superficial, descontextualizada y sin un marco conceptual claro. Flujos y flujos sin las competencias y habilidades para seleccionarla y apropiarla adecuadamente.

Como lo veíamos anteriormente, dicho proceso traspasa diferentes ámbitos de la cotidianidad. Iniciando con *Slow Food*, cuando un grupo de gente inconforme con la estandarización empieza a luchar por el dominio individual del tiempo, el vos a vos, el contexto, lo local y, sobre todo, contra la tiranía de la velocidad. En el campo del periodismo, surgen iniciativas similares de reacción como contraposición. Iniciativas que privilegian el tiempo, la calidad, la profundidad, al ciudadano y, sobretodo, la des-estandarización de la noticia. Claramente un reto frente al poder de las grandes corporaciones informativas, y sus marcos de producción y distribución pre-establecidos.

Lo llamativo es que estas iniciativas, de alguna manera progresistas y provocadoras, hoy basan su accionar en los formatos clásicos y tendencias del ejercicio periodístico. De hecho el *Periodismo Slow* se refleja en el *periodismo de investigación* y en la labor de los Muckraker del final del siglo XIX quienes empezaron develando los hechos de corrupción e inequidad social del momento (Rosique y Barranquero, 2015). También en el *periodismo narrativo* de los Estados Unidos, y la nueva ola latina de los 60's y 70's donde se empieza a mezclar la producción periodística con la literatura. Notables exponentes como Truman Capote, García Márquez o Vargas Llosa irrumpirían.



Gabriel García Márquez recibe el Premio Nobel de Literatura en 1982

Tomado de <http://peru21.pe/mundo/gabriel-garcia-marquez-asistente-desmiente-que-tenga-cancer-otra-vez-2178804>

Con base a una investigación desarrollada por Rosique y Barranquero-Carretero en 2015 para la revista indexada *El Profesional de la Información*, donde se hace una juiciosas recopilación de proyectos destacados en el campo del *Slow Media* en Latinoamérica, se pudo constar que a pesar de las dificultades hay variedad de proyectos que cumplen con estas características y que luchan diariamente contra los poderosos de la información y contra su periodismo de corte estándar y ligero. Los investigadores tuvieron en cuenta 4 aspectos base para la identificación de los casos

representativos; narrativas digitales, inicialmente; la fijación de una agenda propia y los ritmos lentos; y el periodismo investigativo. Por último se fijaron en la extensión de sus contenidos (Rosique y Barranquero, 2015).

La investigación finalmente identificó 42 proyectos de medios alternativos o *slow* en 7 países latinoamericanos y España: Argentina, Bolivia, Colombia, Chile, El Salvador, Guatemala, México, Perú y Venezuela. Entre los hallazgos se destaca que no se da un modelo cerrado de *periodismo lento* y que, por el contrario, se están incurriendo en nuevos canales que rescatan las prácticas y formatos clásicos. En todos los proyectos identificados hay una clara estrategia digital desarrollada, que se basa en la asequibilidad a internet, para la posterior ‘captura’ de audiencias hábiles y capacitadas. En contadas excepciones las organizaciones identificadas son independientes de conglomerados y priman los modelos colaborativos con base a sinergias y alianzas con proyectos similares o con elementos comunes (Rosique y Barranquero, 2015).

En todos los casos utilizan las redes sociales como herramienta de visibilidad y divulgación. El modelo organizacional le apunta al empoderamiento de sus integrantes a través de, por ejemplo, convertirlos en socios del medio. Rescatan los modelos de investigación y profundidad del producto periodístico clásico y se basan en la libre expresión del periodista desde la perspectiva del *periodismo de autor*. Para Colombia hay casos de medios *lentos* que se destacan, haciendo la salvedad que muchos de ellos desarrollan sus prácticas en el marco de lo que aquí hemos denominado *slow*, sin que la etiqueta como tal esté necesariamente presente en sus planteamientos. Es decir, estos no nacieron pensando en lo *slow* sino en generar una alternativa de calidad e independiente de información (Isaacs, 2016).

En nuestro contexto se destacan La *Revista Cronopio* de Medellín que, como ellos se denominan, “promueven ideas libres y diversas...”^{xxix}. Cronopio impulsa la pluralidad de contenidos que van desde la literatura y hasta la ciencia. Asimismo, la *Revista Arcadia*^{xxx} y *El Malpensante*^{xxxi}, que desarrollan periodismo cultural y de opinión. *Vice* (edición Colombia) que como se definen, “son una galaxia de periodismo de inmersión, investigativo, honesto y a veces incómodo...”^{xxxii} buscando la profundidad, la contextualización y la vigencia de sus contenidos (Isaacs, 2016). Y *La Silla Vacía* que, como su directora lo expresa, “es un medio de información que busca contar

cómo se mueve el poder en Colombia” (Flórez & Duarte, 2010, pp79). También hay proyectos valiosos con publicaciones como Cartel Urbano y Radio Macondo.

Afirmábamos que muchos de estos medios no tienen de por medio el apelativo de *slow* en su accionar. La Silla Vacía es un ejemplo de ello ya que siendo un espacio independiente, se ha convertido en una de los *sites* más visitados y populares del país. A pesar de esa independencia, de la profundidad de su labor y del rescate de antiguos formatos, su directora lo define básicamente como, “una plataforma que atrae a la gente más interesante del país para debatir sobre la política nacional...” (Flórez & Duarte, 2010, pp79). Haciendo clara alusión a una audiencia cualificada y no al público en general. Finalmente no les interesa.

En una entrevista que concede León a la Revista Zero de la Universidad Externado de Colombia, se le pregunta sobre el origen del medio que lidera y cuenta que, “había pedido una licencia no remunerada en *Semana* y estaba atormentada porque tenía que volver a escribir con autocensura, en un tono estándar y homogéneo. Entonces monté la edición virtual diaria de *Semana.com* y aprendí mucho sobre internet...” y agrega, “...en Harvard descubrí el poder de los blogs políticos... más tarde solicité la beca del Open Society Institute, que me dio US\$100.000. Con ese dinero y otros recursos monté La Silla Vacía...” (Flórez & Duarte, 2010, pp79). Su objetivo principal era el de fundar un medio de comunicación independiente, y enfocado la política y a las relaciones de poder. Estaba cansada de los parámetros que le exigía su labor en un medio de alta circulación como *Semana*. A pesar de que no se basó expresamente en lo *slow* como fundamento para el medio que creaba, según la investigación de Rosique y Barranquero La Silla Vacía posee todas las particulares de una propuesta de periodismo lento.

A pesar de su origen y concepción, La Silla Vacía es un medio con características *slow* en cuanto al empleo de formatos de largo aliento como las crónicas, entrevistas o reportajes que, sin duda, aportan a la metodología de profundización de la información. Del mismo modo, tiene como base un periodismo de servicio público y a favor de los intereses ciudadanos. En este caso los intereses políticos.

En cuanto a su financiación y sostenibilidad el 15% de esta se recibe a través de la publicidad tradicional. El resto de los ingresos provienen de la realización eventos como charlas o seminarios, del Craowdfoundig, a través de sus lectores y audiencias y a través de recursos de cooperación internacional (Rosique y Barranquero, 2015). Para su directora se trata de un medio de información, de un medio alternativo y agrega, “pienso que, si bien no pertenece a un conglomerado económico ni a una familia política, los temas de interés no son las comunidades marginales, como sucede en los medios alternativos. Aquí queremos estar en el centro del debate público y con los personajes centrales del poder...” (Flórez & Duarte, 2010, pp79).

Observando estos ejemplos y, desde el contexto colombiano, no damos cuenta que en la época de *torrente mediático*, se han generado y caben propuestas alternativas o, para nuestro objetivo, propuestas *slow* frente al alto flujo de información y la incapacidad humana de procesarlo apropiadamente. De hecho el *Periodismo lento* le apunta a audiencias mas segmentadas pero, sobre todo, cansadas de la superficialidad y la estandarización. Le apuesta a la fidelización de sus públicos con contenidos de calidad y vigencia larga. Hoy con las Tics surgen alternativas asequibles para la creación de plataformas comunicativas e informativas y día a día surgen nuevas propuestas. Sin embargo, solo se mantienen en el tiempo las que privilegian la calidad, la contextualización de la información como fundamento y el trabajo en red.

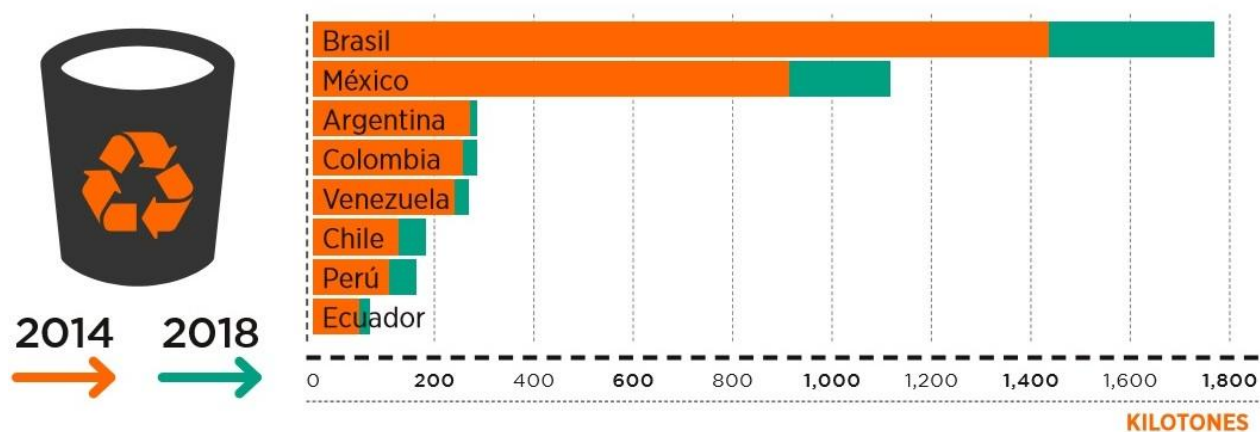
3.4 Hardware, pos venta y obsolescencia programada

Actualmente la *infoxicación cognitiva* coincide con la intoxicación medioambiental. Sumado a los perjuicios que genera la obesidad informacional a raíz de la revolución digital y el sobre-mercantilismo de la Tics, el sistema ambiental finalmente paga las graves consecuencias del consumo desenfrenado y la velocidad con la que vivimos actualmente. No solo desde la perspectiva mental o cognitiva lo efectos nocivos del hiper-consumismo están llevando a la tierra al acabose. A partir del crecimiento de la producción de todo tipo de productos y, más aun de productos electrónicos, el contexto está desbordado haciéndose imperioso que consumidores, productores y Estado se articulen en pro del diseño de una política pública adecuada de manejo de Residuos de Aparatos Eléctricos y electrónicos (RAEE).

Para 2014 el mundo estaba produciendo más de 40 millones de toneladas de residuos electrónicos (El Tiempo, 2015). Entre todo este material carcasas de plástico y pilas que, además de la complejidad que implica su disposición final, contienen sustancias peligrosas y altamente tóxicas como arsénico, bario, berilio, cadmio, entre otros (Díaz, 2015).

Según un estudio titulado, *eWaste en América Latina: Análisis estadístico y recomendaciones de política pública*, desarrollado por la GSMA y el Instituto para el Estudio Avanzado de la Sostenibilidad de la Universidad de Naciones Unidas, la basura electrónica generada en la región crecerá entre un 5% y un 7% anual, alcanzando casi 4.800 kilotonnes (kt)^{xxiii} para 2018. La mayor porción de RAEE en la región se genera en Brasil y México, que en 2014 produjeron 1.400kt y 1.000kt respectivamente. Le siguen Argentina (292kt), Colombia (252 kt), Venezuela (233 kt), Chile (176 kt) y Perú (147 kt). (GSMA e Instituto para el Estudio Avanzado de la Sostenibilidad de la Universidad de Naciones Unidas, 2015).

E-waste en los principales mercados LATAM



Fuente: GSMA e Instituto para el Estudio Avanzado de la Sostenibilidad de la Universidad de Naciones Unidas, (2015). *eWaste en América Latina: Análisis estadístico y recomendaciones de política pública*. Londres.

Según este estudio, en Colombia se calcula que para el año 2014 se produjeron 5.3 kilos de RAEE por habitante. De eso, 24 gramos corresponde a teléfonos móvil. Lo preocupante es que según proyecciones del mismo documento para el año 2018 ese peso llegará a 6.8 kilos por habitante

Paralelamente, para el primer trimestre de 2015 el número de suscriptores a internet móvil era de 5.413.313. Si se compara con el mismo periodo del año anterior significó un aumento de 585.937 suscriptores. Asimismo, para 2015 entre abonados^{xxiv} y suscriptores^{xxv} de internet móvil en Colombia había más de 28 millones de usuarios. Sin contar el número de suscriptores a Internet Fijo de Banda Ancha que, para el primer trimestre de 2015, aumentó en más de 620.000 frente al mismo periodo 2014, y a los abonados al servicio de telefonía móvil (vos) que en Colombia alcanzó un total de 56.139.892 (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2015). Cifras preocupantes si se tienen en cuenta los RAEE que pueden llegar a producir tal cantidad de personas.

Bajo ese contexto, existe la ley 1672 de 2013 donde “Se establecen los lineamientos para la adopción de una política pública de gestión integral de RAEE, y se dictan otras disposiciones”. Dicha ley fija desde el Estado la coordinación de la política pública de disposición de estos residuos en cabeza del Ministerio del Medio Ambiente (MinAmbiente). Temas como la disposición final de computadores en desuso queda en manos del programa adscrito *Computadores para educar*. Bajo esta ley, MinAmbiente debe impulsar aspectos como la responsabilidad del productor y la participación activa en su implementación tanto de productores, consumidores. También debe promover estímulos y abogar por la descentralización territorial en cuanto a la gestión local y regional de dichos residuos.

Para el caso bogotano, bajo la pasada administración se creó el programa Basura Cero. Planteado en el Plan de Desarrollo *Bogotá Humana* de la administración del entonces alcalde Gustavo Petro, se incluye un sub-proyecto encaminado a la gestión integral de residuos especiales y peligrosos. En el texto no se mencionan los residuos electrónicos específicamente (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2012).

En lo que va corrido de la actual administración, se conoce un ante proyecto del Plan de Desarrollo *Bogotá Mejor Para Todos 2016-2020*^{xxvi} el cual, para la fecha de redacción de este texto, deberá ser aprobado por el Concejo Distrital a mas tardar el 31 de Mayo. En dicho documento se establece un eje transversal denominado “Sostenibilidad ambiental basada en la

eficiencia energética”. Uno de sus componentes, *Gestión de la huella ambiental urbana*, se basa en el impacto que tiene el desarrollo y el sector productivo frente al medio ambiente, se habla de Residuos Peligrosos (RASPEL) y de residuos especiales como llantas, o aceites vegetales o de carro, pero no se incluye a los RAEE ni siquiera por el hecho de contener sustancias peligrosas.

Hasta hoy la ciudad no ha podido constituir una política y una metodología de reciclaje para residuos ordinarios, y mucho menos ha logrado hacerlo frente a la basura electrónica y residuos peligrosos. Más allá del control sobre los productores y la generación de programas y campañas de concientización enfocados a la ciudadanía en general, no se notan directrices específicas frente al crecimiento progresivo en el consumo físico de Tics. Es tan así que la disposición final de RAEE brilla por su ausencia en la planificación ambiental de las últimas administraciones. Más allá del compendio de buenas intenciones en que sean convertido este tipo de planes, en la realidad la ciudad está más sucia que hace 4 años, y los botaderos del muña y doña Juana están próximos a colapsar, sin que aun tengamos claridad del modelo a seguir y sin una política en acción de la mano del tridente Estado/Consumidor/Productor.

A pesar de eso, las compañías lentamente se ven obligadas a empezar a actuar de manera activa en la disposición final de los productos en desuso que han puesto en el mercado. Es el caso de Apple Inc. que intenta incorporar programas de reciclaje y reutilización viendo incluso réditos económicos. En su último informe anual de responsabilidad social mostraron que en 2015 recuperaron 1 tonelada de oro de sus aparatos desechados, lo que les significo algo así como 40 millones de dólares en ingresos. Y no es un dato menor si se tienen en cuenta que hoy, “los teléfonos inteligentes promedio utiliza 30 miligramos de oro, principalmente en tarjetas de circuitos y otros componentes internos...” (Gerritsen, 2016), siendo la industria electrónica el tercer consumidor de oro a nivel mundial después de la industria de la joyería, y el sector financiero. Asimismo, reutilizaron 10.480 toneladas de acero, 6.000 de plástico, 5.500 de vidrio, 2.000 de aluminio, 1.300 de cobre y 3 toneladas de plata.

Sin embargo, la responsabilidad social de estas compañías está muy por debajo del impacto negativo que generan, no solo desde el medio ambiental en la disposición final de aparatos y sus partes, sino desde su misma fabricación y el impacto social que esta genera sobre las

comunidades envueltas. El caso de Apple es ‘emblemático’ ya que es el mayor vendedor de computadores, tabletas y teléfonos, y la fabricación de sus dispositivos se hace bajo precarias condiciones de explotación laboral, bajos salarios y maltrato. Por ejemplo, Foxconn en la China es el mayor fabricante mundial de electrónicos por encargos. “En 2015, los 400,000 empleados en la provincia de Longhua produjeron 137.000 iPhones en un día, lo que equivale a 90 teléfonos inteligentes por minuto...” (Arroyave & Miller, 2016, pp15).

Tal nivel de hiper-producción, y bajo las condiciones que se desarrolla, incluso ha generado preocupantes cifras de suicidios de empleados y obreros sin que los estados controlen, las marcas se responsabilicen y los consumidores se concienticen.

Es necesario incluir en este último grupo a medios y periodistas. Como dicen Arroyave y Miller, “Resulta paradójico que diferentes protestas y movimientos sociales han trascendido en los medios al hacer pública la explotación que llevan a cabo diversas multinacionales al elaborar sus productos en contextos cuyas condiciones de trabajo son inhumanas y con pésimos arreglos salariales para sus trabajadores. Sin embargo, es poco lo que los propios medios divulgan sobre cómo se producen los artefactos y las plataformas que usan en el ejercicio de su profesión...” (Arroyave & Miller, 2016, pp15). ¿Será que este gremio no se ha dado cuenta que teléfonos, tabletas, portátiles y computadores (portátiles y de escritorio) son usados en la mayoría de salas de prensa en el mundo por periodistas en ejercicio. ¿Será que no se han dado cuenta del poder que ostentan de visibilizar y movilizar? Sin duda una responsabilidad social y ambiental compartida.

II. Conclusiones

Podemos decir, sin temor a equivocarnos, que el fenómeno de las comidas rápidas en el mundo -con su aparición en los años 20 y su posterior proceso expansionista a partir de la década de los 60's del siglo pasado- fue el detonante para que surgiera una corriente *slow* a nivel global. A pesar de que movimientos de este tipo existen de tiempo atrás, y hoy hay propuestas equivalentes (decrecentismo, ecosocialismo, ecoanarquismo, *the commons* etc.), es a partir de *Slow Food* como movimiento pionero, desde donde se permearon diferentes ámbitos y contextos y se formaron nuevos sub-grupos que basan su accionar en dos elementos comunes: la sostenibilidad del planeta, y el dominio del hombre sobre el (su) tiempo.

Con base a la expansión del *fast food*, y sumado al proceso de estandarización que se dio tanto en el modelo de negocio como en la industria de los alimentos, se profundizó aun más su poder llegando incluso a influir de manera decisiva en los hábitos de consumo de los hogares del mundo entero a la par con la masificación del horno microondas y la comercialización de congelados. Se forja entonces una industria no solo a nivel de restaurantes y cadenas de comidas rápida, sino de congelados y sabores artificiales que a la postre desvirtuarían el consumo consciente de alimentos frescos y sin alteraciones. Dicho proceso de estandarización tuvo un fuerte impacto sobre la economía; pequeños productores arruinados, oligopolios y monopolios sobre las cadenas de abastecimiento y comercialización, y consolidación de las franquicias como modelo de emprendimiento. Asimismo dejó una marca sobre la salud de las personas que ahora consumían sin percatarse la trazabilidad de los productos.

Es así como el poderío tanto económico como social que habían adquirido estos negocios, trajo consigo la deshumanización de la experiencia social en referencia a lo que algunos teóricos denominan *No Lugares*. Con la estandarización de la experiencia de comer, se afirmaron los espacios de tránsito, consumo inconsciente y hasta mecánicos. Lugares con una identidad corporativa, pero esquemáticos para las personas que a diario los visitan.

Alguna vez lo decía el fundador de *Slow Food* sobre su propuesta de desaceleración, cuando afirmaba con vehemencia que su movimiento va en contra de todo lo que es y representa

McDonald's. Por esta razón insistimos en que *Slow Food* surge como una reacción no solo frente a esta cadena y su nuevo local en Roma, sino en general frente a la 'pauperización' de la experiencia humana y social desde ámbitos de la vida cotidiana como el laboral, el recreativo o el mismo familiar y de pareja. Lo anterior, con base a la consolidación de un modelo económico, la crisis medioambiental y la posterior aparición de las Tics. A partir de ahí surgen sub-grupos bajo la misma línea; en contra de la tiranía del tiempo, y contra la producción y el consumo desenfrenado.

En Colombia la experiencia con las grandes cadenas del *fast food* ha sido algo distinta al espejo mundial. Al país llegan año a año nuevas sucursales de estas multinacionales. Hoy debemos tener la oferta mundial de comidas rápidas solo en Bogotá. Las últimas en arribar serían *Taco Bell*, *Fuddruckers*, *Johnny Rockets* y *Carl's Jr.* que, con base al modelo de franquicias, buscan su expansión en todo el territorio nacional. A pesar del auge, con los años pocas de estas se han consolidado. Desde la llegada de la cadena del payaso a mediados de 1995, hoy el segmento lo lidera El Corral de origen nacional, y la venta de pollo, un producto que no tiene la misma acogida en otros países. Por ejemplo el pollo asado, en su mayoría de negocios de origen colombiano, le 'gana' en ventas a las hamburguesas de cadenas como Burger King. Sumado a lo anterior, en Colombia emergen con frecuencia propuestas de tipo barrial con productos 'novedosos'.

Ahora bien lo *slow* hoy puede considerarse, más allá de un movimiento o una 'etiqueta', en un *modus vivendi*. Conforme al repaso de diferentes experiencias, identificamos que existen gran cantidad de individuos y grupos que actúan, llamémoslo acá de modo *slow*, sin saber siquiera que existe una organización como tal. Grupos de personas que básicamente abogan por la sostenibilidad del Planeta. También hay estudiosos del fenómeno que se arriesgan a plantear postulados y elementos básicos para abordar la vida de manera *Lenta*, y que impulsan el alejamiento de la solución rápida a la que nos hemos acostumbrado. El caso de personajes como Carl Honoré que plantea retomar modos básicos, incluso *modus* ancestrales, frente a los diferentes retos que se nos presentan. Su propuesta es abordarlos de modo consciente y sostenible.

Es evidente que la humanidad hoy tiene todas las herramientas, tanto tecnológicas como cognitivas, y todo el potencial colaborativo y social para dejar a un lado la solución y el abordaje ‘rápido’, y contrarrestar el efecto avasallador del modelo económico imperante de sobreproducción y sobre-consumo. Los que se denominan *slow*, y muchos de los que asumen una posición similar, proponen fundamentos básicos como la colaboración, el contexto y el contacto físico (sociabilidad), y la evolución y redefinición. Postulados acertados y oportunos frente a la crisis medioambiental y de salud pública que vivimos.

Por otra parte, nos encontramos con que los logros de *Slow Food*, y su progresiva visibilidad y crecimiento, permearon de igual forma el campo de la comunicación. Surgirían entonces conceptos como *comunicación slow*, *slow media* y *periodismo slow* como abordaje teórico frente a la realidad de sobreoferta de contenidos e información a través de los medios masivos de comunicación. Con el ingrediente adicional que desde ahora se incluirían canales digitales como la web, el email o las redes sociales. También habría una respuesta importante frente al sobreconsumo de hardware y aparatos, y a la disposición final de estos cuando entran en desuso.

Hay que señalar que la preocupación sobre esos nuevos *modus* de consumo digital no surge desde la academia o centros de investigación, posiblemente por los ritmos que esta maneja en cuanto a priorización de temáticas y realidades. Surge a partir del trabajo de periodistas y los mismos usuarios de la red (blogueros y ciberactivistas). Estos se preocuparían inicialmente por el aspecto cognitivo y funcionamiento de la mente, con base a la capacidad humana de procesamiento de información. También abogarían por la educación en temas digitales como una herramienta frente a la *obesidad informativa* y promoverían el *face to face* como elemento primordial hacia equilibrio del planeta.

La academia ha abordado el fenómeno de la comunicación desde una perspectiva *slow* a partir del análisis del *slow media* y el *periodismo slow*, a la postre rechazando la producción de contenidos superficiales y descontextualizados. El mal llamado afán por la primicia. Desde este abordaje también surgen conceptos como *obsolescencia programada* y una creciente preocupación por la disposición final de los aparatos en desuso, la normatividad correspondiente en términos de reciclaje y, sobre todo, la responsabilidad social y ambiental de los productores

de tecnología. A pesar de que existen avances en investigación al respecto, al parecer los análisis y resultados no llegasen a la gente del común que continua consumiendo de manera progresiva de este tipo de materiales sin la consciencia sobre las desastrosas consecuencias.

Hoy sin duda el mundo vive lo que muchos teóricos denominan *Infoxicación* que no es más que la impotencia o angustia que genera la sobrecarga informativa o sobre-información provocada por la hiper-difusión de contenidos a través Internet. Dicho fenómeno afecta hoy esencialmente a la gran mayoría de usuarios de la red. En ese sentido, algunos estudiosos proponen una *dieta digital* que tenga como eje central la desconexión. Es decir, volver a nuestro estado ‘natural’, a nuestras raíces, cuando no teníamos a disposición las Tics.

Desde los Medios y el ejercicio periodístico también se denota un afán por desmarcarse de las tendencias actuales, y para ello muchos buscan la reivindicación de antiguos formatos como la crónica, el reportaje o la entrevista, como forma de contrarrestar la superficialidad de los contenidos que hoy reinan. De esta manera, acuden al periodismo de investigación y/o al periodismo de autor como formas validas de elevar la información a un público que ellos mismos denominan de *prosumidores*. Es importante rescatar que en América latina han surgido variedad de iniciativas periodísticas de tipo *slow*, a pesar de que muchas de estas no contemplan el concepto como tal entre su vocablo.

Dentro de estas iniciativas hay un común denominador en cuanto el empleo de una estrategia digital basada en redes sociales, lo cual tiene que ver con las herramientas tecnológicas que disponemos y como estas nos permiten producir contenidos aparte de los canales tradicionales de comunicación. En ese sentido, la mayoría son autónomas frente a las grandes corporaciones noticiosas. Asimismo, emplean un modelo colaborativo con proyectos pares o complementarios, lo cual les permiten articular estrategias de fortalecimiento y cooperación mutua.

Es importante insistir que desde la comunicación ha surgido una gran preocupación por las graves consecuencias frente al consumo digital desenfrenado, pero también en términos de la disposición final de aparatos y hardware. Lo que los técnicos llaman Residuos de Aparatos Eléctricos y Electrónicos (RAEE). En esta indagación pudimos encontrar, por ejemplo, que la

disposición de estos aparatos teniendo en cuenta el concepto de *obsolescencia programada*, crece a ritmos frenéticos sin que en el mundo se diseñen políticas efectivas frente a esta problemática, sin que la gente se concientice del grave daño ambiental que dicho consumo genera y sin que los productores elaboren planes serios de pos venta y desuso.

Si bien hemos hablado de que existe una tendencia creciente que hemos denominado acá *slow*, no existe un movimiento a nivel general formalmente constituido. A excepción de Slow Food existen una serie de iniciativas, si se quiere aisladas, que buscan contrarrestar el impacto que genera la mega producción y el mega consumo sobre el tiempo, la sostenibilidad del planeta y la calidad de vida de la personas. En el campo de la comunicación, como en otras vertientes (turismo, sexo o educación) sucede lo mismo. No hay un movimiento formalmente establecido llamado *Slow Communication Movement*, pero si proyectos que trabajan, por ejemplo, con niños(as) y adolescentes en pro de un consumo digital consciente y responsable, a través de herramientas pedagógicas y educativas.

En ese sentido, se denota la intención de la academia, en alianza con otros actores, para llevar los resultados de su investigación de los salones al terreno, generando y forjando un impacto positivo sobre la sociedad. Es el caso de proyectos como Foro Generaciones Interactivas. Trabajo conjunto que realizan desde 2008 Telefónica, la Universidad de Navarra y la Organización Universitaria Interamericana. Al año 2013 dicha iniciativa había llevado sus metodologías a más de 2.000 centros educativos en nueve países, había encuestado a más de 300.000 a niños(as) y jóvenes en España y Latinoamérica, y había capacitado a más de 50.000 personas sobre hábitos ‘saludables’ en el uso de nuevas tecnologías. Asimismo han trabajado no solo con menores sino también con sus padres, abordando el impacto de este tipo de consumo tanto en el ámbito familiar como en el escolar. El Foro Generaciones Interactivas opera sobre 5 grandes ejes: investigación, formación, divulgación, y protección y reconocimiento^{xxvii}.

También existen otros proyectos como *Media Literacy* o Alfabetización Mediática el cual impulsa la ONU a través de la UNESCO. Esta iniciativa busca precisamente acercar el concepto de alfabetización, por mucho tiempo asociado a las habilidades básicas de leer o escribir, al contexto de proliferación de medios de comunicación y nuevas tecnologías. Para ellos su

acepción sobre Alfabetización Mediática tiene como objetivo la capacitación de ciudadanos en competencias (conocimientos, habilidades y actitudes) necesarias hoy para articular el uso de medios tradicionales y las plataformas digitales. De hecho la UNESCO trabaja desde principio de la década de 1980 en el mejoramiento de dichos procesos y la importancia de expandirlos de manera general entre la ciudadanía. A partir de la Declaración de Grünwald en 1982 las Naciones Unidas reconocen la necesidad de promover, desde el sistema político y educativo, ciudadanos críticos que comprendan los fenómenos de la comunicación^{xxviii}.

Existen otras iniciativas similares como *EU Kids Online*, red europea de investigación que trabaja para mejorar el conocimiento de niños(as) en cuanto a oportunidades, riesgos y seguridad en la web. Basan su accionar en el mapeo de experiencias tanto de menores como de sus padres en el uso de Internet, y trabajan en alianza con actores pertinentes e incluso con diseñadores de política pública. Del mismo modo, *Net Children Go Mobile* iniciativa de la Universidad de Leuven, la Universidad de Copenhagen, el Instituto de Tecnología de Dublín, la Universidad Católica de Milán, la Universidad de Lisboa, Academia Rumana y el London School of Economics (LSE). Tiene por objeto gestionar y proporcionar datos fiables y comparables sobre el consumo de internet móvil de niños(as) en estos países.

En cuanto a acciones alrededor del reciclaje de aparatos electrónicos en desuso se debe destacar el trabajo de la Plataforma Regional de Residuos Electrónicos en Latinoamérica y el Caribe (RELAC), proyecto asociativo sin ánimo de lucro que busca fomentar, articular y difundir iniciativas que promuevan soluciones para la prevención, la adecuada gestión y el correcto tratamiento final de los residuos electrónicos en Latinoamérica y El Caribe^{xxix}. LA RELAC surge como un trabajo conjunto entre la plataforma Suiza E-Waste, la Corporación de Estudios Sociales y Educación SUR en Chile y el Centro de Investigación Internacional para el Desarrollo (IDRC) de Canadá.

Lamentablemente el caso colombiano, y específicamente el Bogotano, es un espejo de la situación global frente a los RAEE. Revisando los planes de desarrollo de esta y la anterior administración no damos cuenta que, sí bien se incluyen capítulos sobre medio ambiente y reciclaje de todo tipo de residuos, en ningún caso, siendo esta la carta de navegación de las

administraciones, se especifica sobre el reutilización de estos aparatos y muchos menos se contempla su condición de peligrosos tanto para el medio ambiente como para la salud de las personas. Si hoy Bogotá no tiene una política y una metodología clara con respecto a los residuos regulares producidos, por ejemplo, en los hogares, mucho menos se ha avanzado frente a la disposición final de los RAEE específicamente.

Siendo esta una investigación meramente documental, y teniendo en cuenta lo reciente y naciente del abordaje que se le ha dado desde la academia al fenómeno de la desaceleración, se puede concluir que ha existido un interés general por contrarrestar los efectos nocivos que ha traído la aceleración de los tiempos y el dominio de esta sobre las personas. Muy seguramente a partir de la revolución industrial y la implementación de un modelo fordista de producción, cambiaron las condiciones de vida de la sociedad. Se zanjó la línea divisoria entre la vida personal y laboral, y se consolidaron los conceptos de productividad y competitividad.

Desde la comunicación el abordaje del concepto de *slow* es nuevo y, por tal razón, queda mucho camino por recorrer. No solo desde la misma comunicación con los análisis del mensaje y sus plataformas tecnológicas de difusión, sino a partir la cotidianidad y los efectos sobre los procesos de sociabilidad y contacto personal. En ese sentido, el *modus slow* se ha convertido en un modelo social. Más allá de las organizaciones hay millones de personas que aplican o simplemente coinciden con estos postulados, proponiendo un nuevo modo de vida fundamentado en la sostenibilidad. Sin embargo, resulta paradójico hablar de nuevos modos de vida y al mismo tiempo se promueve volver a lo pasado, a los referentes y a local.

Evidentemente estas corrientes, tendencias o modos de vida, surgen como reacción y necesidad frente a hechos evidentes que muestran la realidad de la crisis medioambiental y la gravedad con que se puede tornar el futuro del planeta. Un futuro tal vez de no retorno. Más allá de una moda, lo *slow* hace parte de un movimiento global desde donde emergen sub-tendencias denominadas de diferentes formas, pero siendo tal vez esta organización la más visible y la que más impacto a tenido incluso en términos de educación o en el diseño de políticas públicas (Slow Food).

Evidentemente se puede llegar a pensar que es casi imposible luchar contra este sistema hegemónico. Contra un modelo económico, político y social que ha regido la vida de la humanidad desde mediados del siglo XVII. Sin embargo, cada vez surgen mas ‘alternativas’ de vida que pueden llegar a apaciguar sus efectos perversos. El fenómeno de la velocidad y el sobre-consumo es hoy abordado a partir de una necesidad apremiante y no como una simple contingencia. De este modo, podemos deducir que la corriente *slow* en general, más allá de los cientos de miles de activistas que lo conforman, de la gente que coincide con su preceptos, es un movimiento de resistencia porque defiende a ultranza la vida y el medio ambiente, pero también porque contradice los principios que rigen hoy el sistema.

Conocimos cómo fue el nacimiento del movimiento *slow*, a partir de su visión desde la gastronomía, pero también descubrimos que dicho movimiento hace parte de uno global que aboga por elementos comunes que a la postre son reacciones frente a la debacle medio ambiental y de salud pública. Estos son los primeros pasos hacia un abordaje más profundo pero esperamos que desde ahora se incluyan en la agenda académica estos temas y se afronte la gravedad de la afectación que ha generado. Del mismo modo, se espera darle visibilidad frente la gente del común y que este abordaje inicial, y los sub siguientes, lleguen al ciudadano con el fin de generar conciencia social.

Si bien se trata de una investigación documental, el objetivo fundamental era hacer un aporte inicial al fenómeno de la hipervelocidad y la obesidad digital e informativa. En ese sentido, se hace necesario que la academia simiente las bases para una educación en materia digital, que llegue a todas las escuelas y colegios del país con el fin de generar desde la primera infancia una base social que permita contrarrestar los efectos nocivos aquí mencionados. A pesar de lo alentador de los casos expuestos, el panorama es oscuro si se tienen en cuenta los programas e iniciativas lideradas por el Gobierno Nacional que entiende, por ejemplo, que con la entrega masiva de hardware (léase tabletas) se mejora la calidad de la educación. Titulares como “Presidente Santos y Ministro Luna entregaron tabletas y portátiles para el desarrollo de Florencia” o “Gobierno invertirá más de un billón de pesos en tabletas y portátiles” hace prever que se está tomando el camino equivocado.

Sin duda los proyectos, acciones e iniciativas acá descritas, y específicamente desde el campo de la comunicación, son pasos iniciales importantes que están ‘sembrando’ las primeras semillas hacia un consumo consecuente y una disposición adecuada de RAEE. Esto sin duda conllevará a que las prácticas alrededor del consumo digital sean cada vez más responsables y conscientes, y que las nuevas generaciones vengan con su ‘chip’ incorporado. Finalmente no sabremos si los efectos de estas propuestas vayan a dar resultados y contengan el catastrófico proceso, pero sí que son apuestas pertinentes en un mundo cada vez más mediatizado, no solo desde lo tecnológico y físico, sino desde lo discursivo. Los efectos se verán en un largo plazo, visión que lamentablemente nos acostumbramos a desechar a causa del inmediatez actual.

Si lo *slow* es finalmente un movimiento social, una práctica cultural o una simple moda, dudamos que sea una discusión pertinente porque finalmente para algunos podría ser cualquiera: práctica cultural y/o moda. Sin embargo, coincidimos con el concepto de *moda* de Gilles Lipovetsky porque se demarca un poco de la visión tradicional de esta dada exclusivamente a la vestimenta. Para él la concepción que tiene la sociedad en general sobre de *moda* se basa en la historia del vestido, y sus cambios y transformaciones precipitadas de estilos. Pero definitivamente el estar a la moda a permeado otros ámbitos como el mobiliario, el del lenguaje, el de los gustos y las ideas, etc. “...con sus Caprichos y rápidas oscilaciones” (Lipovetsky, 2004, pp24).

Acá entendemos la *moda* como una forma específica de cambio social que no se encuentra articulada a un objeto determinado sino que es ante todo un dispositivo social caracterizado por una temporalidad breve y cambios bruscos. Situación que puede impactar diferentes ámbitos de la vida colectiva. Particularmente la tendencia acá denominada *slow* aborda de manera crítica a la sociedad actual. Como lo afirmábamos anteriormente, tiene posiciones propias de un movimiento de resistencia porque tales posiciones están basadas en la defensa de la vida y el medioambiente. En ese sentido, hay un objeto articulador.

Más allá de organizaciones y etiquetas, se trata de una respuesta social, de un modo de vida que de manera ‘arbitraria’ denominamos *slow* pero que a la postre se convierte en un movimiento creciente en pro de la sostenibilidad del planeta.

Grupos de tipo *slow* han existido siempre. Sin embargo, hoy las mismas Tic han impulsado la divulgación de estas ‘nuevas’ ideas lo que ha permitido popularizarlas a nivel global. Hacerlas sobresalir es tal vez uno de los favores, en tiempos de hiper-velocidad, que se le debe a las tecnologías digitales y tal vez un ejemplo de uso responsable de éstas teniendo en cuenta su poder de visibilidad, promoción y réplica. Indicábamos también cómo gobiernos de países como Alemania hoy reciben asesoría de activistas *slow* en el diseño de política pública, lo que se traduce en su progresiva influencia a nivel político. Teniendo en cuenta estos avances, coincidimos con Carl Honoré cuando afirma que cuando se habla de lo *slow* se habla de un movimiento social porque genera la simpatía popular, es un proyecto que busca una ‘nueva’ forma de vida, y cada día se suman gente y acciones tendientes a una vida sostenible, colaborativa y pausada (Honoré, 2004).

Hoy estamos frente a un desastre global que requiere cambios a partir de pequeñas acciones que sumadas le hacen frente a la debacle al que estamos abocados. Dichas acciones, varias acá presentadas, están generando prácticas alternativas de todo tipo frente a la sobre-saturación que vivimos. Moda, de pronto para ciertos individuos, pero para nosotros movimiento, tendencia y/o *modus vivendi* que trabaja para contrarrestar los cambios abruptos y propiciar la sostenibilidad. En el campo de la comunicación, siendo reflejo mismo del hiperconsumo, es necesario entender que la debacle se acentúa a partir de fenómenos comunicativos asociados las nuevas tecnologías, a la comunicación publicitaria y a los modelos de consumo desde ahí replicados. Iniciativas como las antes expuestas evidencian que son posibles encausar cambios. Sin embargo, sus resultados dependerán de la mano del gobierno, de la participación de la ciudadanía, y del compromiso de los diferentes actores para hacer una pausa y encaminar un futuro que solo verán soportarán las próximas generaciones.

III. Bibliografía y referencias

Alcaldía Mayor de Bogotá,. (2012). Plan de Desarrollo 2012 – 2016 Bogotá Humana. Bogotá DC.

Arroyave, J. & Miller, T. (2017). De la ecología de medios a la ecología profunda de medios: Esclareciendo la metáfora y visibilizando su impacto medioambiental. En Proceso De Publicación.

Augé, M. (1992). *Los <<No lugares>> Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona, España. Editorial Gedisa, S.A.

Barber B. R. (1992). *Jihad vs. McWorld*. The Atlantic Magazine. Recuperado de <http://www.theatlantic.com/magazine/archive/1992/03/jihad-vs-mcworld/303882/>

Barranquero-Carretero, A. (2012). *Ponencia - Comunicación, velocidad y cambio climático. Medios lentos para la sostenibilidad cultural*. Tenerife, España.

Barranquero-Carretero, A. (2013). Slow media. Comunicación, cambio social y sostenibilidad en la era del torrente mediático.

Barranquero-Carretero, A. Agosto 2013. Slow Media. Comunicación, cambio social y sostenibilidad en la era del torrente mediático. Palabra Clave 16(2), 419-448

Barriga, M. (2014). De la Infoxicación a la desinformación: causas y consecuencias del frenético 'always on'. En Primer Congreso Internacional Infoxicación: mercado de la información y psique (pp. 236 - 262). Sevilla, España.

Bejarano, P., Fernández, M., Gallego, A., y Rangel, A. (2013). *Consumo de marcas internacionales de Comida Rápida en los jóvenes y adultos entre 17 y 30 años de la ciudad de Bogotá y su impacto en el mercado alimenticio*. Universidad Jorge Tadeo Lozano

Camps, V. (2003). "Sociedad de la información y ciudadanía". En: Actas luces en el laberinto audiovisual. Congreso Iberoamericano de Comunicación y Educación. Huelva, España. Carr, N. (2011). Superficiales ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?. Buenos Aires, Argentina: Alfaguara.

Castillo, P. & Gastaldi, L. (2005). Estado de la educación en medios en el currículum escolar en Iberoamérica [Report of media education in the school curriculum in Latin America]. Comunicar, 24, 13-20

Cornella, Alfons (2008): "Principio de la infoxicación". En Fernández García, Jorge Juan: Más allá de Google. Barcelona: Infonomía, pp. 19-22.

Diario ABC. (2013). *Lo que hay en realidad dentro de los «nuggets» de pollo*. Recuperado de <http://www.abc.es/sociedad/20131020/abci-realidad-dentro-nuggets-pollo-201310201435.html>

Díaz, A. (2015). Propuesta de Política Pública para la Gestión de los Residuos Electrónicos Generados por la Transición Hacia NGN en Colombia (Maestría). Universidad Nacional de Colombia.

David, S. (2015). The Slow Media Manifesto and Its Impact on Different Countries, Cultures, and Disciplines. *Acta Universitatis, Social Analysis*, 5(1), 107 - 112.

Doménech, J. (2009). *Elogio de la educación lenta*. Barcelona, España. Editorial Graó

El Tiempo. (2015). Colombia, entre los países que más generan basura electrónica. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/escalafon-de-paises-que-mas-generan-basura-electronica/16446082>

Flórez, J. & Duarte, J. (2010). Entrevista a Juanita León (Dir. La Silla Vacía). *Revista Zero-Universidad Externado De Colombia*, (24), 76 a 81.

Freeman, J. (2009). Not So Fast. *The Wall Street Journal*. Obtenido de <http://www.wsj.com/articles/SB10001424052970203550604574358643117407778>

Freeman, J. (2009). *The Tyranny of E-mail: The Four-Thousand-Year Journey to Your Inbox*. Nueva York, USA. Scribner.

Galvez, M. (2005). La educación en medios en Iberoamérica: la visión de los expertos [Media education in Iberoamerica: the vision of the experts]. *Comunicar*, 24, 35-40

Gerritsen, L. (2016). How we got Fairtrade certified gold in the Fairphone 2 supply chain. FAIRPHONE. Obtenido 17 May 2016, de <https://www.fairphone.com/2016/01/27/how-we-got-fairtrade-certified-gold-in-the-fairphone-2-supply-chain/>

Gitlin, Todd (2005). *Enfermos de información. De cómo el torrente mediático está saturando nuestras vidas*. Barcelona, España. Paidós.

Gozálvez, V.; Aguaded, J.I. (2012). “Educación para la autonomía en las sociedades mediáticas”. *Anàlisi*, 45, p. 1-14.

GSMA e Instituto para el Estudio Avanzado de la Sostenibilidad de la Universidad de Naciones Unidas,. (2015). *eWaste en América Latina: Análisis estadístico y recomendaciones de política pública*. Londres.

Han, Byung-Chul (2012). *La sociedad del cansancio*. Barcelona, España. Herder

Honoré, C. (2006). *Elogio de la lentitud: un movimiento mundial desafía el culto a la velocidad*. Barcelona, España. RBA libros.

Honoré, C. (2013). *La lentitud como método: cómo ser eficaz y vivir mejor en un mundo veloz*. Barcelona, España. RBA libros.

Hughes, C. (2001). *Meet Me at the Automat*. Smithsonian Magazine. Recuperado de <http://www.smithsonianmag.com/history/meet-me-at-the-automat-47804151/?no-ist>

Isaacs, E. (2016). Entrevista a: Alejandro Barranquero-Carretero. Vía Correo Electrónico.

Isaacs, E. (2016). Entrevista a: Javier Serrano-Puche. Vía Correo Electrónico.

Isaacs, E. (2016). Entrevista a: Juan Camilo Maldonado Tovar, Director de Contenidos y Editor General - Vice Colombia. Vía Telefónica.

Köhler, B., David, S., & Blumtritt, J. (2010). The Slow Media Manifesto. Slow Media. Obtenido 14 May 2016, from <http://en.slow-media.net/manifesto>

Lipovetsky, G. (2006). *Los tiempos hipermodernos*. Barcelona: Anagrama.

Lipovetsky, G. (2014). *El imperio de lo efímero: la moda y su destino en las sociedades modernas*. Barcelona, España. Editorial Anagrama.

Las 2 Orillas. (2015). *Las 10 cadenas de comidas rápidas que más venden*. Recuperado de <http://www.las2orillas.co/las-10-cadenas-de-comida-mas-rapida-mas-grandes-del-mundo/>

Lluvia de hamburguesas. (2015). Revista Dinero. Recuperado de <http://www.dinero.com/edicion-impresa/caratula/articulo/negocio-comidas-colombia/207247>

McLuhan, M. (2009). *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*. Barcelona, España. Paidós.

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones,. (2015). Boletín Trimestral de las TIC. Bogotá, Colombia.

Morin, Edgar (2011). *La vía para el futuro de la humanidad*. Barcelona, España. Paidós.

Parisier, Eli (2011): *The Filter Bubble: What The Internet Is Hiding From You*. New York: The Penguin Press.

Pérez, J.M. (2005). Hacia un nuevo concepto de educación en medios [Towards a new concept of media education]. *Comunicar*, 24, 21-24

Rainie, Lee y Wellman, Barry (2012): *Networked. The New Social Operating System*. Cambridge, MA: The MIT Press.

Rauch, Jennifer (2011). “The origin of slow media: Early diffusion of a cultural innovation through popular and press discourse, 2002-2010”. *Transformations*, n. 20

Reig, Dolors y Vílchez, Luis (2013): Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas. Madrid: Fundación Telefónica.

Riechmann, J. (2003). *Tiempo para la vida. La crisis ecológica en su dimensión temporal*. Malaga, España. Ediciones del Genal.

Riechmann, J. (2004). *Gente que no quiere viajar a Marte. Ensayos sobre ecología, ética y autolimitación*. Madrid, España. Los libros de la catarata.

Rosique-Cedillo, Gloria; Barranquero-Carretero, Alejandro (2015). “Periodismo lento (slow journalism) en la era de la inmediatez. Experiencias en Iberoamérica”. *El profesional de la información*, v. 24, n. 4, pp. 451-462

Roszak, T. (2005). *El culto a la información*. Barcelona, España. Gedisa.

Schlosser, E. (2002). *Fast food nation*. Londres, Inglaterra. Penguin Books.

Serrano-Puche, J. (2013). Una propuesta de dieta digital: repensando el consumo mediático en la era de la hiperconectividad. Universidad de Salamanca: Fonseca, Journal of Communication. Recuperado de

[file:///C:/+EAIT+/JAVERIANA/PROYECTO%20slow%20mov/Bibliograf%C3%ADa/Consultas/Slow%20Com/\(no\)%20Una_propuesta_de_Dieta_digital_Serrano_Puche.pdf](file:///C:/+EAIT+/JAVERIANA/PROYECTO%20slow%20mov/Bibliograf%C3%ADa/Consultas/Slow%20Com/(no)%20Una_propuesta_de_Dieta_digital_Serrano_Puche.pdf)

Serrano-Puche, J. (2014). Hacia una “comunicación slow”: el hábito de la desconexión digital periódica como elemento de alfabetización mediática. *Trípodos*, 34, 201-214.

Sieberg, Daniel (2011). *Digital diet: The 4-step plan to break your tech addiction and regain balance in your life*. New York, USA. Three River Press

UN-Gobierno de Bolivia,. (2009). El vivi bien como respuesta a la crisis global (Tomado de [http://www.un.org/esa/socdev/unpfii/documents/Presentation%20by%20Govt%20of%20Bolivia%20\(Spanish\).pdf](http://www.un.org/esa/socdev/unpfii/documents/Presentation%20by%20Govt%20of%20Bolivia%20(Spanish).pdf))

Virilio, Paul (2012). *La administración del miedo*. Madrid: Barataria. ISBN: 978 84 929 7925

ⁱ Tomado de <http://www.theworldinstituteofslowness.com/slow-consulting/>

ⁱⁱ Tomado de <https://www.virgin.com/about-us>

ⁱⁱⁱ Tomado de <http://abcnews.go.com/Technology/richard-branson-lets-virgin-employees-unlimited-vacation/story?id=25696231>

^{iv} Tomado de <https://escuelaconcerebro.wordpress.com/tag/dopamina/>

^v (Video) Tomado de http://www.ted.com/talks/carl_honore_praises_slowness?language=es

^{vi} (Video) Tomado de <http://www.rtve.es/alcarta/videos/uned/slow-nueva-cultura-del-tiempo-05-11-2010-uned/921272/>

^{vii} *Biosfera* (*bios = vida, sphaira, esfera*) es la capa del Planeta Tierra donde se desarrolla la vida. La capa incluye alturas utilizadas por algunas aves en sus vuelos, de hasta diez kilómetros sobre el nivel del mar y las profundidades marinas como la fosa de Puerto Rico de más de 8 kilómetros de profundidad (Tomado de <http://www.biodiversidad.gob.mx/planeta/quees.html>).

^{viii} Alarcón, D. (26 de marzo de 2016). 'El consumo no da felicidad, la cultura sí'. Entrevista a Gilles Lipovetsky. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/estilo-de-vida/gente/entrevista-de-gilles-lipovetsky-sobre-la-cultura-politica-sociedad-de-consumo-entre-otras/16546755>

^{ix} Dejusticia y Patrimonio Natural. (11 de marzo de 2016). Militarizan el río Bogotá para evitar el robo de agua. Recuperado de <http://blogs.elespectador.com/el-rio/2016/03/11/militarizan-el-rio-bogota-para-evitar-el-robo-de-agua/>

^x Unesco y OMS. (2003). Informe de las Naciones Unidas sobre el desarrollo de los recursos hídricos en el mundo: Agua para todos, agua para la vida. Recuperado de <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001295/129556s.pdf>

^{xi} -Entiéndase por **Permacultura** como un sistema de diseño que busca la creación de asentamientos humanos sostenibles, ecológicamente sanos y viables económicamente. Asentamientos capaces de producir para satisfacer las necesidades de sus habitantes sin explotar recursos o contaminarlos. Asentamientos sostenibles a largo plazo.

-Entiéndase por **Bioconstrucción** como una técnica de construcción que genera el menor impacto ambiental posible en su desarrollo. Esta técnica se apoya en materiales amigables con el medioambiente y en la gestión eficiente de la energía

-Entiéndase por **Zootecnia** como la disciplina dedicada al estudio de la cría, la reproducción y el perfeccionamiento de los animales. Su finalidad es lograr el máximo aprovechamiento del recurso animal por parte del hombre, teniendo en cuenta los principios de sostenibilidad y bienestar de los animales.

-Entiéndase por **Agroecología** como la ciencia y la aplicación práctica de principios ecológicos al estudio, diseño y gestión de las interacciones ecológicas en los sistemas agropecuarios. Este enfoque se basa en diversas técnicas, prácticas e innovaciones, que incluyen los conocimientos locales y tradicionales además la ciencia moderna.

^{xii} Semana Sostenible. (12 de junio de 2016). 1.039.000 niños trabajan ilegalmente en Colombia. Recuperado de <http://sostenibilidad.semana.com/impacto/articulo/trabajo-infantil-colombia-1039000-ninos-trabajan-ilegalmente-pais/33183>

^{xiii} Entiéndase por *Monotasking* como la realización de una tarea a la vez. Una sola tarea

^{xiv} Se entiende como *Maximalismo Digital* a la mitificación de la conectividad permanente a través de múltiples artefactos y pantallas

^{xv} Se entiende por *Obsolescencia Programada* como la programación del fin de la vida útil de un producto o servicio, por parte del fabricante o prestadora.

^{xvi} Tomado de <https://es.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>

^{xvii} Se entiende por *Meme* como la articulación de una imagen y un texto de corte humorístico el cual es difundido masivamente a través de Internet y las redes sociales.

^{xviii} Tomado de <http://www.statista.com/statistics/282087/number-of-monthly-active-twitter-users/>

^{xix} Ver <http://www.revistacronopio.com/>

^{xx} Ver <http://www.revistaarcadia.com/>

^{xxi} Ver <http://www.elmalpensante.com/>

^{xxii} Ver http://www.vice.com/es_co

^{xxiii} 1 kilotón (kt) = 1.000 toneladas

^{xxiv} *Por Demanda o Abonado*: Persona Natural o Jurídica que accede al a través del modo prepago sin relación contractual con la compañía operadora. No pagan cargo fijo mensual

^{xxv} *Suscripción*: Persona Natural o Jurídica que tiene una relación contractual con la compañía operadora. Paga cargo fijo mensual

^{xxvi} Ver Plan de Desarrollo Bogotá Mejor Para todos 2016-2020
<http://www.bogotacomovamos.org/documentos/anteproyecto-del-plan-de-desarrollo-bogota-2016-2020/>

^{xxvii} Tomado de <https://www.movistar.es/estaticos/html/consejo-padres/generaciones.html>

^{xxviii} Tomado de <http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/>

^{xxix} Tomado de <http://www.residuoselectronicos.net/?p=75>

Anexo No.1
Entrevista - Profesor Alejandro Barranquero Carretero
(Mayo 02 de 2016)

1. A partir de su visión ¿de dónde o cómo surge la iniciativa de abordar lo Slow desde la perspectiva de la comunicación, los medios y/o el periodismo?

Era una tendencia lógica puesto que la reflexión y el movimiento slow habían penetrado previamente en otros campos del saber (ciudades, comida, turismo, etc.). Por otro lado, es una reacción lógica a la aceleración del flujo informativo, la multiplicación de tecnologías fast (ej. Twitter) y la consecuente degradación de cierta información por usos incorrectos de estas TIC.

2. ¿Cuál es (son) la(s) diferencia(s), o la relación, entre Comunicación Slow, Slow Media y Periodismo Slow?

Diría que com. slow implica todas las fases de producción, distribución y recepción de los medios y prácticas comunicacionales, mientras que “slow media” es más restrictivo de la propuesta slow de determinados medios (Revue XXI, The Atavist, The New Yorker, El Marcapasos, Jot Down, etc.). Para el periodismo slow estoy trabajando ahora en un libro. Te recomiendo que le eches un vistazo a los artículos que te adjunto. Implica tb reflexión sobre las prácticas comunicacionales. A este respecto, los trabajos de Rauch, Le Masurier, etc. Y un número especial del “Journalism Practice”, recientemente publicado en el que aparece el trabajo con Jaurrieta.

3. ¿Por qué cree usted que esta iniciativa de abordaje nace a partir de bloqueros y periodistas y no desde la academia?

Era también lógico que la reacción slow a la hiperaceleración de las TIC surgiera desde la propia Internet y de los propios profesionales de los medios. Por lo general, en el ámbito de la comunicación emprendedora / para el cambio social / crítica, etc. es común que la práctica anteceda a la teoría.

4. Para usted ¿porqué lo Slow, y sus diferentes perspectivas, surge desde el Slow Food y no desde un movimiento mas general? ¿Que hizo que la visión Slow Food arrastrara e incentivara el resto de movimientos que vienen apareciendo?

Desde luego, ha habido movimientos que conectan con el slow y lo anteceden. Tal es el caso de las reflexiones sobre la “simplicidad voluntaria”, ciertas filosofías orientales, o la propia reflexión ecológica ya tenía menciones a la temporalidad. Ya en los 80, el slow de Elio Petri en reacción a la construcción del McDonald's en Roma fue determinante para el surgimiento del movimiento, pero tal vez hubo mucho de operación comercial, tal y como pone de manifiesto “slow food”, un documental sobre la temática que te recomiendo.

5. ¿Cómo ve el papel de la academia, las universidades y los centros de investigación en el abordaje de la comunicación, los medios y el hardware, y sus efectos negativos en las personas, las comunidades y el medio ambiente?

Hay poca reflexión acerca de la materia, porque los académicos de comunicación están mucho más interesados en análisis de contenido o, en todo caso, condiciones de producción de los mensajes (economía política), pero se ha descuidado el análisis de la materialidad de las tecnologías y sus perversos efectos sobre el entorno natural.

6. Desde su visión ¿qué se debe hacer para convertir los artículos y análisis académicos en herramientas de uso general/cotidiano en pro de la sostenibilidad que requiere el planeta y la salud de las personas?

7. En su opinión ¿se trata de una moda o lo Slow, desde sus diferentes perspectivas, puede llegar a ser un modus de vida general?

Tiene algo de moda, pero, en vista de su trayectoria en campos concretos como el turismo, el urbanismo o la comida, le auguro una larga vida.

8. ¿Falta mucho para que en las escuelas del mundo, o en los centros de enseñanza en general, se desarrolle una cátedra de Alfabetización o Educación mediática/digital? A la par de materias como Ciencias Naturales o Geografía.

Hay muchas cátedras de alfabetización mediática, promovidas o no por la UNESCO, y bajo nombres como media literacy, educomunicación, etc. Pero, por desgracia, las asignaturas no están incorporadas de manera regular y permanente en los currículo de muchas universidades, institutos de secundaria o incluso escuelas.

9. Bajo este contexto de Torrente Mediático e Infoxicación que vivimos ¿considera que hay una salida o una solución sostenible tanto para el medio ambiente como para la salud de las personas?

La regeneración pasa desde mi punto de vista por el movimiento decrecentista europeo o los análisis desde el buen vivir latinoamericano. Es necesario avanzar hacia procesos de transición en los que desmercantilizar ciertas esferas de lo social o lo ambiental. Es una utopía pero hay prácticas concretas regeneradoras que tienen que ver con movimientos como el comercio justo, las monedas sociales, los bancos del tiempo, los huertos urbanos, etc.

10. En su opinión, ¿qué tan importante y trascendente es la perspectiva Slow en cuanto a la sostenibilidad del planeta?

Te remito a mis artículos. Creo que el slow es parte de un movimiento global hacia otro modelo de comprensión de lo social y ambiental del que también forman parte el decrecentismo, el ecosocialismo y el ecoanarquismo, el buen vivir, los comunes, etc.

11. En su opinión, ¿qué tan importante y trascendente es la perspectiva Slow en cuanto a la salud de las personas?

Hay muchas patologías y adiciones nuevas asociadas a la hiperaceleración que el movimiento slow puede combatir desde la alfabetización mediática y digital que antes mencionas.

Profesor Alejandro Barranquero
abarranq@hum.uc3m.es

Anexo No.2
Entrevista - Profesor Javier Serrano Puche
(Abril 27 de 2016)

1. A partir de su visión, ¿de dónde o cómo surge la iniciativa de abordar lo Slow desde la perspectiva de la comunicación, los medios y/o el periodismo?

La primera referencia sobre la extensión del movimiento slow al ámbito de la comunicación se encuentra en un artículo de John Freeman en The Wall Street Journal en 2009 (<http://www.wsj.com/articles/SB10001424052970203550604574358643117407778>). Constataba cómo la creciente aceleración de la vida, que se manifiesta también en el ámbito de las comunicaciones, reclamaba la necesidad de bajar el ritmo y repensar la velocidad de las actividades cotidianas.

2. ¿Por qué cree usted que esta iniciativa de abordaje nace a partir de bloggers y periodistas y no desde la academia?

El ámbito académico no está pegado a la actualidad con tanta inmediatez como la profesión periodística. Necesita más tiempo para detectar tendencias, reflexionar sobre ellas, poder ofrecer un diagnóstico, posibles soluciones, etc. El tiempo de la vida universitaria es de por sí más pausado –por la propia naturaleza de la actividad intelectual- que el de la vida profesional. Creo que eso podría explicar que el movimiento slow se haya abordado desde la academia con más retraso.

3. ¿Porqué lo Slow, y sus diferentes perspectivas, surge desde el Slow Food y no desde un movimiento más general? ¿Que hizo que la visión Slow Food arrastrara e incentivara el resto de movimientos que vienen apareciendo?

Los grandes movimientos a menudo nacen de manera germinal, con iniciativas muy concretas y van creciendo poco a poco, porque encuentran eco en otros ámbitos donde han detectado necesidades similares. Pienso que este es el caso, la visión slow food hizo caer a otros sectores en la cuenta de que los valores que propugnaba también eran aplicables, y necesarios, en diferentes campos.

4. ¿Cómo ve el papel de la academia, las universidades y los centros de investigación en el abordaje de la comunicación, los medios y el hardware, y sus efectos negativos en las personas, las comunidades y el medio ambiente?

Creo que hemos superado unos años de ciego optimismo en las bondades de la tecnología (y su aplicación a la comunicación) y ahora somos más conscientes de la necesidad de hacer un buen uso de ellas, pues tiene un gran potencial pero también algunos riesgos. Especialmente notable son los frutos en la investigación sobre el uso de internet por parte de menores (proyectos como EU Kids Online, Net Children Go Mobile, Generaciones Interactivas), con un alto valor propositivo, real y concreto.

5. Desde su visión, ¿qué se debe hacer para convertir los artículos, investigaciones y análisis académicos en herramientas de uso general/cotidiano en pro de la sostenibilidad que requiere el planeta y la salud de las personas?

Es un reto siempre actual que la investigación académica no se quede encerrada en la propia institución universitaria, sino que tenga proyección y alcance social. Por una parte, habría que reclamar a los periodistas especializados que estén alerta para descubrir ese tipo de investigaciones y faciliten que alcancen un rango divulgativo (a través de entrevistas, reportajes, apariciones en medios, etc.). Por otra parte, creo que los propios académicos tienen a su disposición canales para difundir de manera amplia sus investigaciones de manera accesible para el público general (blogs, podcasts, redes sociales como twitter, etc.).

6. En su opinión, ¿se trata de una moda o lo Slow, desde sus diferentes perspectivas, puede llegar a ser un modus de vida general?

Pienso que cada vez está más generalizada la conciencia de que llevar una vida muy acelerada no es bueno y que conviene desarrollar estrategias para desarrollar un ritmo más acorde con la naturaleza humana. A veces basta con pequeños gestos cotidianos. Más allá de las etiquetas, de la denominación

“slow, creo que es creciente la necesidad de la gente de desacelerar el ritmo de vida, de desarrollar una visión ecológica integral.

7. ¿Falta mucho para que en las escuelas del mundo, o en los centros de enseñanza en general, se desarrolle una cátedra de Alfabetización o Educación mediática/digital? A la par con materias como Ciencias Naturales o Geografía. (Complemento cap Educación Digital)

Desde el plano teórico ya hay iniciativas muy avanzadas y consolidadas sobre cómo debe ser la educación mediática (véase las competencias digitales establecidas por la UNESCO). En el nivel de la educación primaria y secundaria también es muy frecuente la implantación de una educación digital, muchas veces de manera transversal a todas las materias, no como una cátedra en sí. Aunque esto, como es lógico, ha tenido diferente alcance, en función de cada país (cfr. los números 24 y 28 de la revista Comunicar <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=online>).

8. Bajo el contexto de Torrente Mediático e Infoxicación que vivimos ¿considera que hay una salida o una solución sostenible tanto para el medio ambiente como para la salud de las personas?

La solución pasa por una buena educación mediática, que se refleje a su vez en hábitos de consumo informativo que permitan acceder a un contenido de calidad y en dosis adecuada.

9. En su opinión, ¿qué tan importante y trascendente es la perspectiva Slow en cuanto a la sostenibilidad del planeta?

No es una cuestión sobre la que haya investigado y pueda aportar una opinión formada (ver artículo de A. Barranquero: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/3074/3190>). En cualquier caso, parece claro que la visión slow, entendida como un estilo de vida saludable, sobrio en el uso de recursos naturales y de bienes y servicios, responsable socialmente, opuesta al hiperconsumo, ecológica, tendrá una repercusión favorable en la sostenibilidad, aunque sea a pequeña escala.

10. En su opinión, ¿qué tan importante y trascendente es la perspectiva Slow en cuanto a la salud de las personas?

Hacer un uso responsable y consciente de los medios de comunicación, especialmente de los digitales, sin estar continuamente conectados a ellos, repercute sin duda favorablemente en la salud de las personas. Cada vez es más latente que la hiperconectividad tiene perjuicios en diferentes niveles (cognitivos, psicosociales, afectivos), como ha demostrado, entre otros, Nicholas Carr.

Prof. Javier Serrano
jserrano@unav.es