

Comunicación, Luchas Sociales y Poder



Conceptos, Dimensión Política y Estrategias de la Comunicación para
el Trabajo de Colectivos y Organizaciones Sociales

Este cuadernillo se elaboró como parte de las actividades de socialización e intercambio de conocimientos del proyecto “Dinámicas, estrategias y resultados de la comunicación para el desarrollo y el cambio social: estudios de caso de actores sociales organizados en Costa Rica, de 1995 al 2015”, del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica, coordinado por Marvin Amador Guzmán.

Para su mayor aprovechamiento, se invita al público a copiarlo, reproducirlo, distribuirlo y compartirlo por cualquier vía posible, ya sea total o parcialmente. Se recomienda citar la fuente.

Textos:

Marvin Amador Guzmán

Ilustraciones:

xxxxxxxxx

Edición, diseño y diagramación:

Marvin Amador

Centro de Investigación en Comunicación (CICOM)
Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva
Universidad de Costa Rica
San José, Costa Rica, octubre del 2020



UCR



Índice de Contenidos

● Presentación	4
● I. Orígenes e importancia de la Comunicación	6
1. De la mano con el ser humano	6
2. La evidencia de nuestro carácter social	6
3. Mucho más que una simple herramienta	8
● II. Qué es la Comunicación	11
1. Más que un concepto	11
2. La idea funcionalista de sociedad y comunicación	12
3. El concepto de comunicación funcionalista	12
4. Teoría Crítica y sociedades humanas	14
5. El concepto de Comunicación desde la Teoría Crítica	16
6. Más que medios, mensajes y campañas	19
● III. La Comunicación y el Poder	23
1. Comunicación, educación y transformación de la realidad	23
2. El poder detrás de la comunicación	26
3. Estrategias de manipulación de información para evitar el cambio	27
4. Excluidos de los medios e instituciones que producen sentido	29
5. El emisor privilegiado y la comunicación funcionalista	30
6. Las lógicas profundas de la comunicación funcionalista	31
7. Organizaciones sociales y comunicación	34
● IV. Acción Colectiva y Comunicación Participativa	35
1. La otra comunicación: una propuesta contestataria	35
2. Rasgos y características de la comunicación participativa	37
3. Lógicas simbólicas de la comunicación participativa	40
4. Planificación, estrategias y técnicas de la comunicación participativa	42



Presentación

Este material se elaboró como parte de las actividades de socialización e intercambio de conocimientos del proyecto **“Diámicas, estrategias y resultados de la comunicación para el desarrollo y el cambio social: estudios de caso de actores sociales organizados en Costa Rica, de 1995 al 2015”**, del Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica (UCR).

El cuadernillo ha sido preparado con dos intencionalidades concretas. Por un lado, se presenta como una forma de devolución a la sociedad de una parte del conocimiento generado a partir del citado proyecto, el cual fue financiado con recursos públicos y debe cumplir el requisito ético de procurar esta devolución.

Por otra parte, y derivado de lo anterior, el material pretende poner conocimiento sobre la comunicación, desde una perspectiva crítica y estratégica, al servicio de los colectivos y organizaciones sociales que luchan por la defensa de derechos y que exigen que se tome en cuenta su parecer al momento de tomar decisiones importantes, tal como es de esperar en un sistema democrático.

En un contexto social y político en el que lograr esto resulta cada vez menos posible, debido al creciente alineamiento conservador y autoritario de los sectores que gobiernan y manejan los hilos del poder en la sociedad, el recurso de la comunicación se vuelve cada vez más importante y útil.

Aunque abundan materiales educativos sobre el tema, la mayoría de las veces esos materiales presentan a la comunicación en una perspectiva estrictamente técnica, ligada a una concepción tradicional que tiende a desvincularla de sus claras conexiones históricas y políticas. Suele ocurrir que este abordaje tradicional está alineado a perspectivas, posibilidades e intereses empresariales o corporativos, a pesar de que, en el caso de las organizaciones sociales, las lógicas que las motivan apuntan a perspectivas e intereses solidarios y orientados al bien común.

Ese abordaje técnico tradicional impide que se logre comprender la dimensión política que subyace a la acción organizativa-comunicativa en los colectivos sociales, y limita de manera significativa sus alcances estratégicos. Muchas veces, esto provoca que, antes que conducir a cambios relevantes, dichas acciones terminen por reproducir las lógicas simbólicas y comunicacionales estructurales que explican y reproducen los problemas que se desea solucionar.

Este material intenta ser útil tanto para la reflexión, a partir del acercamiento a una perspectiva crítica de la idea de comunicación —algo que no siempre se dispone para que se accesible a comunidades y organizaciones— como para la aplicación y la acción comunicativa concreta.

El proyecto que da origen a este material implicó, también, la indagación y reconstrucción de varias luchas sociales emprendidas por organizaciones sociales que aspiraban a alguna forma de defensa de derechos o mejora social.

Se estudiaron cinco luchas sociales ubicadas en diferentes contextos geográficos del país y que “empujaron” acciones en diferentes temas. El trabajo implicó realizar un mapeo de diversas acciones colectivas y luchas sociales, así como el acopio de diversas evidencias fotográficas, documentales y audiovisuales, las cuales se estarán compartiendo con la comunidad nacional en el sitio web denominado “**Galería de las Luchas Sociales de Costa Rica**”.

Se trató de un esfuerzo realizado para aportar a la recuperación de una parte de la historia popular, la cual tiende a olvidarse ante el hecho de que la “historia oficial”, en general, por alguna razón que sin duda no es casual, no se interesa en registrarla y mantenerla viva. Esto causa que las luchas emprendidas por los sectores populares organizados poco a poco se olviden y desaparezcan del imaginario social, por lo que dejan de formar parte de la identidad colectiva. Como contrapartida, los derechos y las mejoras sociales conseguidos a base del esfuerzo y a partir de procesos colectivos organizados que muchas veces costaron sangre y vidas de la gente del pueblo, se presentan como “caídos del cielo” o como “regalías” de los políticos de turno.

El desconocimiento que muestra una gran parte de la población sobre la conexión de los derechos y el bienestar social que hoy disfrutamos con acciones colectivas y luchas sociales pasadas, es uno de los principales recursos usados por los sectores vinculados al poder político y económico para promover y legitimar el debilitamiento o destrucción de instituciones públicas y leyes que, aunque benefician a las mayorías, no convienen a los intereses individualistas y egoístas de quienes están en el poder. Al mismo tiempo, es un recurso “simbólico” fundamental usado por esos sectores para

hacer creer a la gente que no es necesario organizarse para luchar por sus derechos y por los cambios necesarios, bajo el supuesto de que basta con ir a votar cada 4 años y esperar la acción de los políticos de cada gobierno.

La forma en que la gente se apropia o no de esta historia, y la expresión de formas de pensar y actuar diferentes, según se conozca o ignore al respecto, expresan un sentido o significado social que es manifestación concreta de la comunicación en nuestra sociedad, según esta perspectiva crítica que trataremos.

Tanto el presente cuadernillo como el sitio web pretenden concretar una de las estrategias de comunicación recomendadas para este tipo de procesos: es necesario asegurar la permanencia en el tiempo y la apropiación por parte de las nuevas generaciones del conocimiento sobre los esfuerzos colectivos emprendidos para mejorar las condiciones de vida y hacer valer los derechos.

Esperamos que ambos recursos sean de utilidad, tanto para la reflexión como, y especialmente, para nutrir y acompañar la acción. Allí reside el otro gran aprendizaje obtenido de las luchas estudiadas y de las múltiples luchas emprendidas por grupos excluidos a lo largo de la historia: la de que de poco sirve discutir, reflexionar y planificar si todo eso no se acompaña con acciones concretas.

Marvin Amador Guzmán
Coordinador responsable del proyecto

I. Orígenes e importancia de la Comunicación

1. De “la mano” con el ser humano

La comunicación es una cualidad consustancial al ser humano, la cual está directamente relacionada con la intrínseca condición social de nuestra especie, es decir, con la inter-dependencia que tenemos unos de otros y con la necesidad de interactuar con otras personas y con el mundo que nos rodea para poder vivir. Esta cualidad ha desempeñado un papel fundamental en el proceso evolutivo de la especie y en el desarrollo de las diversas sociedades y civilizaciones a lo largo de la historia, desde antes, incluso, de que fuéramos especie humana.

Tal como la conocemos y aplicamos hoy, en todas sus formas y en su gran complejidad, la comunicación humana es una de las dimensiones resultantes del largo y complejo proceso evolutivo de la especie a nivel biológico, social y cultural, dentro del cual ha sido tanto producto como factor desencadenante.

La presencia de la comunicación en la evolución humana abarcó desde la manifestación de formas y significados primarios basados en la gesti-

culación, los movimientos y la emisión de sonidos guturales, que se hacían para manifestar estados de ánimo y alertas de diverso tipo, y que acompañaron a los primeros grupos de primates pre-humanos, hasta llegar, con el “Homo sapiens”, al lenguaje verbal hablado, para seguir luego con la escritura y las diversas formas de comunicación compleja de la era moderna.

2. La evidencia de nuestro carácter social

A lo largo de todo el proceso evolutivo, la comunicación se desarrolló como recurso indispensable ante los múltiples requerimientos de interacción y coordinación para la sobrevivencia: la toma de decisiones y la planificación de acciones; la asignación de tareas; la seguridad y la protección; la búsqueda, preparación y reparto de alimentos; la confección de prendas y herramientas; el cuidado de los más débiles y vulnerables... Y con un poco de mayor complejidad, la comunicación sigue operando así aún hoy.

Dado que se trata de la herramienta fundamental para la interacción y el intercambio entre las personas, la comunicación constituye la más tan-

La comunicación nos refleja

Somos sujetos históricos, sociales e interdependientes: tanto en los orígenes de la evolución como en la actualidad, a pesar de que la vida se soporta en una base biológico-genética singular, las personas nos forjamos y constituimos como sujetos en procesos sociales determinados por el momento histórico particular y la cultura concreta en que nacemos y crecemos. Así, nos constituimos en sujetos a partir de nuestro involucramiento en múltiples prácticas y formas de convivencia que experimentamos dentro de grupos, integrados por otras personas, y que expresan una cultura concreta.

Como resultado de este proceso, al que llamamos proceso de socialización, llegamos a constituirnos en seres de un carácter "dual", es decir, de una doble dimensión: por un lado, individual; por otro lado, social. Y esto es así en vista de que, aunque nos desarrollamos como sujetos únicos, individuales, a partir de experiencias de vida que solo vive cada uno de nosotros, por otra parte esas experiencias, y nuestro propio desarrollo como personas, se dan a partir de la adquisición de formas de ver la vida y de la asimilación de sentidos y significados dentro de contextos históricos y culturales que son estrictamente sociales.

gible de todas las evidencias existentes sobre el carácter social de nuestra especie, es decir, sobre el hecho de que todo cuanto hemos sido en el pasado y lo que somos en el presente, como especie, es resultado de la constante y sistemática acción colectiva y del trabajo entre individuos actuando en grupo para conseguir objetivos y atender intereses más o menos comunes o compartidos.

Por lo tanto, como expresión concreta del carácter social de nuestra especie, la comunicación constituye el principal fundamento para desacreditar los postulados político-ideológicos individualistas dominantes, según los cuales es la mera acción e iniciativa del individuo, emprendiendo y actuando de manera independiente de los demás, la que le permite desarrollarse y salir adelante.

3. Mucho más que una herramientas: la comunicación y la dimensión simbólica de la realidad

La comunicación constituye uno de los grandes hitos en la evolución y desarrollo de la humanidad, en tanto resultante del largo y progresivo camino de adquisición de capacidades para asignar significado a las personas, animales y objetos del entorno, “abstraer” esos significados y separarlos (usarlos) más allá de los objetos mismos. El lenguaje verbal articulado, primero en forma oral o hablada, y luego en forma escrita, en tanto forma compleja de comunicación basada en la abstracción de significados, fue uno de los momentos más importantes de este proceso.

La complejización de las relaciones y las dinámicas humanas llevaron al requerimiento y desarrollo de medios y formas también cada vez más complejas y abstractas de comunicación. A los sonidos y expresiones no verbales, las representaciones de animales y objetos en paredes de cavernas y piedras, y al lenguaje hablado –usados para comunicar aspectos básicos relacionados con la caza y la alimentación– le acompañaron la atribución de significados “mágicos” a fenómenos naturales y objetos concretos. Después se desarrolló la escritura y más adelante vinieron la im-

prenta y los libros. Más tarde, sobre las bases del pensamiento científico, la capacidad de conocer el mundo de manera más objetiva permitió una ruptura con el pensamiento mágico y devinieron conocimientos más complejos que permitieron el desarrollo de los medios electrónicos propios de la era moderna.

Pero detrás de todo este proceso de ampliación de capacidades para el intercambio, más que una mera producción de herramientas (como el lenguaje, la escritura o los libros), lo que se manifestaba y se manifiesta es toda una dimensión de articulación de relaciones en y entre los grupos y sociedades: la comunicación se fue constituyendo, ante todo, en un recurso de poder directamente relacionado con la capacidad de ciertos individuos o grupos de adquirir y disponer de conocimiento sobre el mundo, de construir y establecer una determinada visión del mundo en función de ese conocimiento, y de atribuir-producir y establecer o imponer significados a los objetos, a las personas y a las prácticas humanas en función de esa visión del mundo.

Por lo tanto, la importancia de la comunicación humana, desde los inicios de la especie, radica en algo mucho más “grande” y complejo que su condición de mera herramienta para el intercambio,

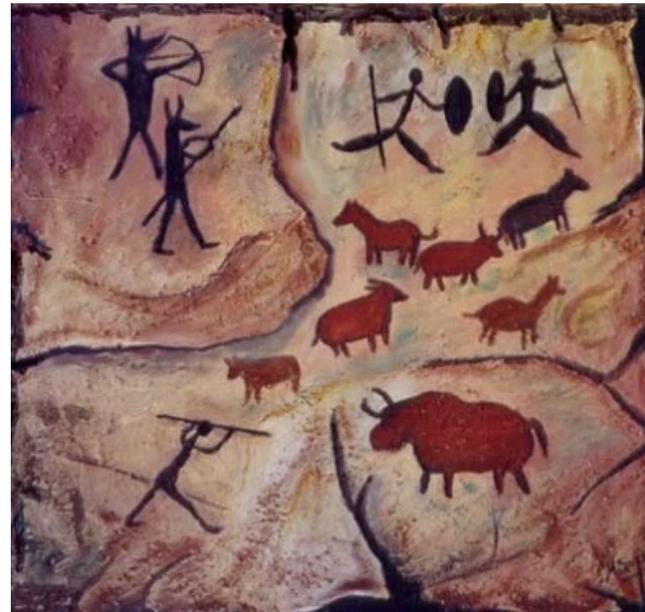
y mucho más que la simple posibilidad de concretar acciones aisladas en las que se transmiten o intercambian mensajes a través de determinados medios o herramientas.

Más bien, el sentido fundamental de la comunicación radica en su ineludible condición de dimensión social estructural desde la cual determinados individuos y grupos sociales, haciendo uso de diferentes recursos de poder —especialmente el conocimiento de la realidad—, establecen e imponen determinadas visiones sobre el mundo, y en la capacidad de esos grupos para volverlas válidas y legítimas, y para asegurarse de que se actúe colectivamente sobre la realidad en función de esas visiones, y para mantenerlas en el tiempo (reproducir). Estas visiones de mundo se basan en la atribución (producción) de significados a los hechos y objetos de la realidad, y se soportan en formas concretas de conocimiento o “verdad”.

Entre otros, los recursos de poder que utilizan los grupos para establecer, legitimar y mantener en el tiempo sus visiones de mundo van desde personas influyentes, como chamanes, sacerdotes, maestros o presidentes; pasando por instituciones, como la Escuela, la iglesia, el ejército o las que forman el Estado; y terminando con medios diversos, como paredes en cavernas, papiros, li-

bro o la radio y la televisión.

El establecimiento y permanencia de las visiones de mundo que articulan las relaciones entre los grupos y dentro de las sociedades no ocurre al margen de otras manifestaciones: en esos procesos siempre existen otros grupos con visiones parcial o totalmente antagónicas, que cuestionan “la verdad” y los significados establecidos (y el poder que las sostiene), y plantean resistencias con el fin de modificarlos por otros significados que respondan a conocimientos y/o visiones de



mundo alternativos.

Toda práctica social humana y todo acto de comunicación tiene su origen, existe en función de y adquiere sentido (significado) en el marco de este tipo de procesos. Todos ellos, en sí mismos, o las relaciones sociales dentro de las que se desarrollan y se concretan, tuvieron un origen y se establecieron en un momento determinado de la historia, y adquirieron sentido —significado— dentro de una cultura concreta, como parte de determinadas relaciones sociales, económicas y de poder.

Si quisiéramos hacer una mirada a las cosas que nos rodean, todas y cada una de ellas, desde los objetos más simples (una mesa, un árbol, una prenda de vestir), pasando por las acciones y prácticas más comunes (bañarse cada mañana o desayunar a una hora determinada), hasta las dinámicas más complejas (como los procesos electorales o votaciones, asistir a la escuela o a la iglesia, ir al mercado o al “mol”), y llegando a las acciones más específicas, como las de intercambiar mensajes por teléfono, “whatsapp” o facebook, todas ellas son prácticas significantes que se originaron y adquirieron sentido social en el marco de procesos históricos, económicos, culturales y de poder.

II. Qué es la Comunicación

1. Más que un concepto

Las consideraciones anteriores ya nos han permitido adelantar una aproximación a lo que constituye “nuestra” propuesta sobre lo que es la comunicación y sus alcances... Y es “nuestra propuesta” porque lo primero que hay que señalar al respecto es que no existe una única forma de proponer y entender la comunicación. Incluso dentro de las mismas ciencias y disciplinas profesionales se presentan perspectivas teóricas y propuestas diferenciadas respecto a los mismos objetos de estudio de la realidad.

A propósito de conocimientos y verdades que se establecen o se imponen, en las ciencias y estudios sobre comunicación hay un concepto y una línea de pensamiento que es (pre)dominante, mientras que hay otro concepto que es subalterno y se considera alternativo.

El concepto y la teoría dominante en comunicación es **la comunicación funcionalista**. Esta forma de entender la comunicación se vincula con un paradigma (conjunto de teorías afines en perspectivas y métodos) más general, dentro de la So-

ciología, que es “**el paradigma de pensamiento funcionalista**”, o simplemente “teoría funcionalista”. La comunicación funcionalista se pone de manifiesto en la gran mayoría de prácticas profesionales y en sus respectivas reflexiones como disciplinas.

Por otro lado, el concepto subalterno y alternativo de comunicación es el de la “**Teoría Crítica**”, la cual, más que una sola teoría, es un paradigma que se compone de un conjunto de teorías (Estructuralismo, Dialéctica, Hermenéutica, Lingüística, etc.). De esta teoría crítica deviene el **concepto crítico de la comunicación**, así como la propuesta denominada “**comunicación participativa**”.

Tanto el funcionalismo como la teoría crítica son parte de un campo más amplio de las ciencias, que es el campo de estudios de las Ciencias Sociales.

Así, entonces, hay una teoría funcionalista en Ciencias Sociales, de la que deriva el campo de estudios de la comunicación funcionalista. A la vez, también hay una teoría crítica (o conjunto de teorías críticas, para ser exactos), de la que devienen los estudios de la “comunicación crítica”. Cada campo de la comunicación se soporta en postulados, principios, métodos y objetos de estudio diferentes, que son coherentes dentro del propio paradigma, pero contrapuestos entre sí, dentro

del campo general de las Ciencias Sociales.

2. La idea funcionalista de la sociedad y la comunicación

Como se indicó, el funcionalismo es una corriente teórica de la sociología, que es parte de las Ciencias Sociales. Surgió en Inglaterra allá por los años de 1930 a partir de una línea particular de la sociología y la antropología social (con teóricos como Emil Durkheim, primero, y Talcott Parsons más recientemente, entre otros).

En general, esta teoría propone que las instituciones sociales son medios desarrollados colectivamente para satisfacer necesidades biológicas y sociales-culturales. También propone que las sociedades se rigen por procesos en los que diversos mecanismos buscan, de manera “natural” o consustancial al sistema, el equilibrio y la armonía social, y considera que cualquier tensión o conflicto constituye solo uno de tantos mecanismos propios del sistema para tratar de alcanzar el equilibrio y la estabilidad.

La visión del mundo que fundamenta este enfoque teórico, el cual está relacionado de múltiples formas con el positivismo y el liberalismo político y económico, y por tanto, con la idea de preservar el capitalismo como sistema, considera al “in-

dividuo” como centro y motor de la realidad.

Al igual que el liberalismo, el funcionalismo expresa una visión “occidentalizada” y eurocentrista (que ve la cultura y el estilo de vida de Occidente y de los países altamente industrializados como los referentes únicos para la vida en sociedad). Esta teoría evita considerar cualquier tipo de influencia o relación de causalidad relacionados con la historia, la cultura, los modos de producción, las diferenciaciones y desigualdades sociales o las diferencias en las cuotas de poder entre las personas, los grupos o las naciones. Simplemente no las considera y las ignora: para el funcionalismo, toda sociedad, en cualquier momento de la historia y ubicación geográfica, se rige por las mismas fuerzas y principios: no importa la historia, no importa la cultura, toda sociedad se mueve para procurar armonía y equilibrio social.

3. El concepto de comunicación funcionalista

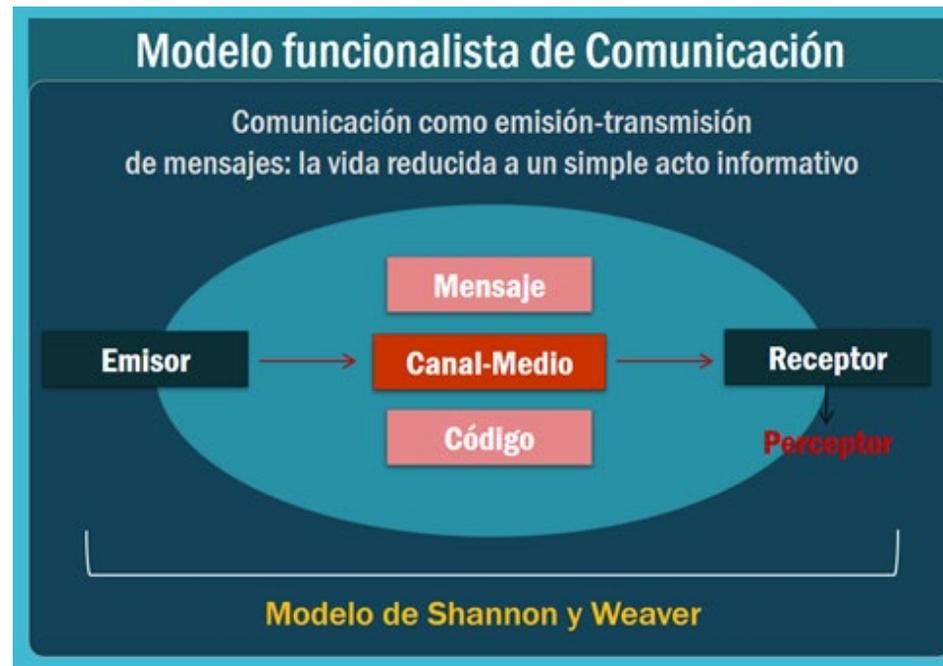
El concepto funcionalista de comunicación se desarrolló a finales de la Segunda Guerra Mundial, una época en la que, al menos en Europa y Estados Unidos, por necesidades militares y políticas, interesaba comprender el efecto de los mensajes y desarrollar la comunicación para optimizar el uso y aprovechamiento de los nuevos aparatos

y medios masivos emergentes en aquella época, en especial la radio y la Tv.

Este concepto se basa en el llamado modelo informacional de “Shanon y Weber” (matemático y biólogo-informatólogo, respectivamente), y se propuso para tratar de explicar el funcionamiento de la comunicación entre un sistema de radio que emite señales con información codificada para que un aparato receptor las reciba y las decodifique.

Según este concepto funcionalista, la comunicación es **“un ‘proceso’ en el que un emisor transmite un mensaje a un receptor (perceptor) a través de un canal, utilizando un código común”**. Se le conoce popularmente a este como el modelo **“emisor-receptor”**.

Como se puede ver, esta “propuesta” de comunicación hace un traslado mecánico y arbitrario del funcionamiento unidireccional de la “comunicación” que se da entre aparatos para aplicarlo de



manera simplista y reduccionista a la comunicación entre personas. ¡Ni siquiera contempla la posibilidad de intercambio entre emisor y receptor!

El concepto limita la comunicación a un único posible momento del acto comunicativo (la emisión o transmisión), con lo que desconoce las posibilidades de la interlocución y el diálogo, y reduce la comunicación a una mera transmisión de mensajes, de modo que “el otro” o “la otra” solo “interesa” como receptáculo de datos o información.

De manera consecuente con el modelo mismo, y con los principios de la teoría funcionalista en general, este concepto se nos “enseña” como único (¿se nos impone?) desde que estamos en primaria y se nos presenta como el único existente, sin que se le ponga en contexto ni se brinde una explicación razonada que permita comprender todos los sesgos, limitaciones y cargas político-relacionales que tiene.

En el caso de las organizaciones sociales que trabajan y luchan por la defensa de derechos y por forjar condiciones para una vida digna y justa, el mayor inconveniente que hay tras el uso o aplicación sin reflexión de este modelo en las prácticas cotidianas de comunicación es que comporta o encierra las principales lógicas de las relaciones

que aspiramos cambiar, a pesar de lo cual se sigue aplicando sin reparo y sin mayor reflexión.

Más adelante nos referiremos con detalle a las “lógicas” que subyacen a este modelo. Por lo pronto, diremos que estas lógicas expresan y reproducen modos de relación de tipo vertical, autoritario y excluyente.

4. Teoría Crítica y sociedades humanas

“La” Teoría Crítica de las Ciencias Sociales representa, en realidad, la integración de diversas corrientes teóricas, a las que se denomina “teorías críticas”. Estas teorías tienen como denominador común el interés por estudiar y entender las estructuras que “soportan” las relaciones humanas dentro de los grupos y sociedades, con el fin de hacer aportes para el cambio y la transformación social.

Desde la perspectiva de esta “corriente” de teorías, todo sistema social (sea un grupo, una organización o una sociedad-país) soporta su existencia en una serie de estructuras “no naturales”, establecidas por individuos o grupos sociales concretos. Por ejemplo, la estructura jurídica (las leyes y normas sociales), la estructura económica (los modos de producción y de participación en la

tenencia de los bienes productivos), la estructura política (las formas de gobierno y de participación en el manejo del poder), la estructura social (la existencia de diferencias de clase y otras formas en que se establecen las relaciones entre las personas y los grupos sociales).

Según la Teoría Crítica, todas estas estructuras se establecen y configuran en las sociedades por parte de grupos que llegan a tener el poder político y económico. Las estructuras van configurando en las personas, a partir del momento en que nacen, modos de entender la vida y la realidad, así como de comportarse y actuar. A estos modos se les denomina **sentidos o significados sociales**. Aunque pueden estar asentados en creencias y en conocimientos sin fundamento o sin constatación científica, a lo largo del tiempo estos sentidos sociales crean y reproducen condiciones compartidas y más o menos aceptadas de comportamiento y de relaciones entre las personas, los grupos humanos y los demás elementos del entorno, incluyendo la naturaleza.

Todos esos sentidos o significados presentes en las sociedades y/o grupos conforman una especie de red “simbólica” (por lo del sentido o significado) que se va modificando lentamente conforme nuevos conocimientos y nuevas formas de rela-

ciones se van posicionando, aceptando y convirtiendo en legítimos socialmente. Y toda esa red de significados está anclada o adherida a las estructuras antes mencionadas.

Estos significados o sentidos sociales no son estáticos ni inmóviles. Los que expresan conexiones menos directas o dependientes de las estructuras principales pueden cambiar o transformarse más o menos fácilmente, en poco tiempo (como las formas de vestir y las cosas que comemos, o las prácticas deportivas y los sitios donde acudimos a hacer las compras, por ejemplo).

Pero las estructuras son mucho más difíciles de modificar y requieren procesos de cambio sustantivos y revolucionarios para lograr transformarlas. Por eso, los sentidos sociales que están más anclados a las estructuras son menos volubles y propensos al cambio, dado que las estructuras a las que se encuentran ligados constituyen el soporte fundamental de las dinámicas sociales. De allí que sea tan complejo y difícil lograr su transformación.

Un buen ejemplo de estos “sentidos sociales” fuertemente anclados a las estructuras en nuestras sociedades capitalistas es la idea y el significado de “**propiedad privada**”. En los países occi-

dentales, esta idea se estableció e impuso entre los siglos XVII y XVIII mediante el poder político-militar. Sin embargo, se ha posicionado tan fuertemente que a la gente le resulta un asunto no solo incuestionable, sino, incluso, “normal”, muy a pesar de la evidente existencia de enormes disparidades sociales: mientras millones no tienen acceso a tierra para instalar la vivienda o para producir su alimento, unos pocos poseen miles de hectáreas ociosas, que no se aprovechan.

Muchas veces, con el fin de legitimarse, los grupos o sectores que detentan el poder tratan de sostener la idea de que estas estructuras son naturales, cuando en realidad se establecen o se imponen como resultado de procesos impulsados por seres humanos, a través de diferentes mecanismos (el poder militar coercitivo, el poder político, la difusión de nuevas ideas y el consenso).

Dado que estas estructuras y relaciones se entienden como sociales, ya que son producto de la acción humana (y, por tanto, no son naturales), el paradigma crítico ve su estudio como un necesario punto de partida para comprenderlas y, eventualmente, aportar para transformarlas en beneficio de las personas y de las mismas sociedades.

Para la Teoría Crítica, todos los influjos de la his-

toria, del poder manifiesto en las relaciones entre personas y grupos, de la economía y los modos productivos, de la cultura y la estructura social, se presentan o expresan como prácticas sociales (actividades que se repiten en el tiempo), que no son naturales, que tienen tanto un origen como un significado construidos socialmente, y que es posible de estudiar, entender y transformar.

5. El concepto de comunicación desde la Teoría Crítica

De acuerdo con lo que plantea la Teoría Crítica, **la comunicación es “un proceso social complejo mediante el cual se producen, se distribuyen, se reproducen y se consumen significados sociales, en el marco de contextos históricos, políticos, económicos y culturales concretos”**.

Veamos qué es lo que significa e implica lo que se nos propone en este concepto. Desde la perspectiva de este paradigma, se entiende que nuestras ideas sobre el mundo que nos rodea —sobre “la realidad”—, y la forma en que “lo miramos”, lo interpretamos y actuamos en él, están “sustentadas” por toda la estructura de conocimientos y significados que hemos construido (desarrollado, asimilado y reproducido) a lo largo de nuestra vida, en nuestra vinculación con la misma realidad

circundante. “Nuestros” conocimientos y significados existen en virtud de significados pre-existentes a nuestra propia existencia, propios de la sociedad en que nacimos y nos desarrollamos, en virtud de las estructuras sociales en que se soporta su funcionamiento, así como de los comportamientos y prácticas sociales de las personas en la sociedad.

Y, dado que la realidad circundante está “estructurada” de diferentes maneras, según sea el lugar en el mundo, la época o momento de la historia,

la cultura, el sistema económico y la posición social que ocupemos, entonces nuestras ideas de la realidad (conocimientos, visiones, posiciones, verdades, etc.) estarán “tejidas” —construidas y estructuradas— en función y en “conexión” con esas estructuras.

Toda sociedad establece medios e instituciones que se encargan de **reproducir sentidos y significados sociales**, porque requiere de eso para reproducirse a sí misma en el tiempo: es necesario reproducir conocimiento y prácticas sociales para

El cerebro del recién nacido inicia la construcción de redes o mapas neuronales a partir del contacto con su entorno. Estas redes neuronales, que se recrean a lo largo de toda la vida, son su vínculo con el mundo y constituyen la base del desarrollo de su personalidad.

Desde que nacemos, mediante esas redes (que son construidas, no son innatas), el contacto con el mundo nos permite asignarle significado a las cosas: este significado implica un conocimiento o sentido (histórico, social) de/para las cosas que nos rodean, el cual está definido o determinado por la cultura del entorno en el que crecemos (¡un árbol no significa lo mismo para un indígena que para un maderero!).

Esos significados aprendidos son los lentes con los que “vemos” (interpretamos) el mundo, y que nos permiten interactuar con él.

Inicio del proceso significante:
asignar significado a las cosas

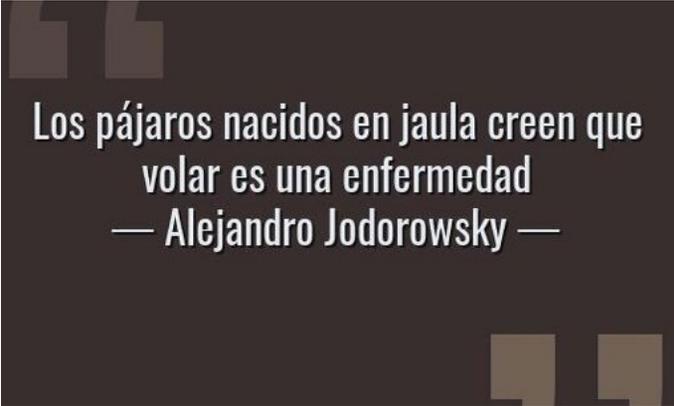
asegurar la producción agrícola, el comercio, la producción de tecnología, la administración del Estado y de lo público. Instituciones como la educación, la religión, los partidos políticos, los órganos jurídicos... múltiples actores institucionales actúan todos los días e inciden directa o indirectamente en las prácticas cotidianas de las personas para asegurar la reproducción social.

Cada individuo que viene al mundo establece su relación con la realidad a partir de los conocimientos y significados que asimila en su inserción progresiva y sistemática dentro del accionar de toda esta red de medios e instituciones sociales, y de los sentidos sociales que reproducen, ya que es imposible aislarse por completo y prescindir de ella. De hecho, si lo hiciera, simplemente no po-

dría sobrevivir, debido a la dependencia social que se tiene tanto de las condiciones de vida que se le relacionan (cuido, alimento, ropa, vestido, vivienda) como de los significados que le permiten inter-actuar con los demás y con el mundo.

Además de reproducirse, las sociedades, sus medios e instituciones, así como muchos otros actores sociales, también producen nuevos conocimientos y significados que propician el cambio: sus avances, reposos, retrocesos. Por ejemplo, un conocimiento médico nuevo —como una vacuna— impulsado por una institución dedicada a la salud, se instituye y se adopta como un elemento simbólico más —un nuevo conocimiento y su respectiva práctica social— dentro de la red social de significados relacionados con la salud.

En nuestras sociedades capitalistas, las naciones pobres tienen serias limitaciones para el acceso a medicamentos, así que bien podría ocurrir que algunos países no puedan adquirir la vacuna del ejemplo y, por tanto, tampoco incorporen este nuevo conocimiento, sus prácticas subsecuentes o el nuevo significado social que comporta. Podemos ver, entonces, que los conocimientos y significados son propios de cada grupo y sociedad, y están en función de la historia y de las condiciones políticas, económicas y sociales particulares.



Los pájaros nacidos en jaula creen que
volar es una enfermedad
— Alejandro Jodorowsky —

El sostenimiento en el tiempo de toda sociedad se da en virtud de los procesos de re-producción producción social, que son tanto materiales (para proveer alimento, vestido y vivienda) como simbólicos (relacionados con el significado social de los comportamientos, las prácticas sociales y los significados de las cosas tanto tangibles (árboles, alimentos, animales, máquinas) como abstractas (paz, democracia, dios, felicidad).

6. Más que medios, mensajes y campañas

La estructura de conocimientos y significados de que disponemos para enfrentarnos al mundo constituye en sí misma toda una dimensión simbólica, es decir, un marco referencial y una red de “sentidos sociales” que se construyen a partir de la interacción que tenemos, desde que nacemos, con las personas y el mundo que nos rodea.

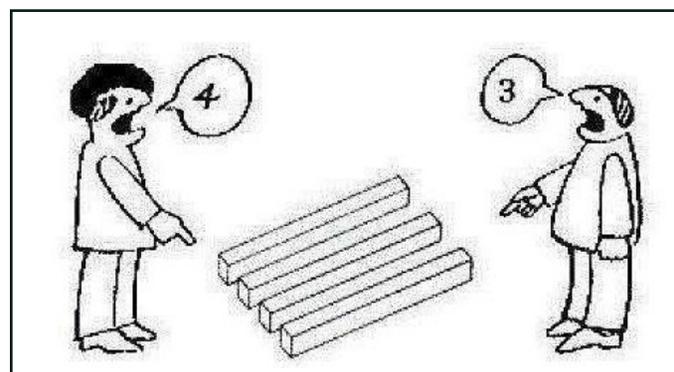
Estos vínculos pueden ser a veces directos y cotidianos, y a veces pueden ser más indirectos o menos permanentes. Pero, en tanto sean parte de nuestra experiencia de vida, en esa medida serán influjo que nutre nuestra estructura de sentido, es decir, nuestra “**estructura simbólica**”.

Entonces, nos vinculamos con el mundo y con las demás personas gracias a los significados que

atribuimos a todas las cosas que nos rodean y a las acciones y prácticas que realizamos, a partir de este influjo de intercambios y relaciones con las demás personas, grupos e instituciones. Y cada intercambio que tenemos aporta para ampliar y re-configurar nuestra estructura de significados.

Por lo tanto, somos, de alguna manera, la expresión del mundo en el que nacemos y nos desarrollamos, y conforme cambia el mundo, así tendemos a cambiar. Pero con la significativa particularidad de que, dado que es única la experiencia que tenemos en y con el mundo, nos forjamos como sujetos sociales únicos: nadie más vive o experimenta nuestra propia vida, ni siquiera si tuviéramos un hermano “gemelo”.

Todos los significados que vamos forjando en la relación con las personas y el mundo que nos



rodea nos permiten establecer nuestras propias certezas o comprensiones sobre la realidad social, y “construimos” nuestra propia verdad en función de lo que nuestra experiencia única con la realidad y el mundo nos permite conocer y “significar”.

El mapa “al revés” es un ejemplo de la forma en que “construimos” significados socialmente: nos han “enseñado” que el mapa “correcto” es el que presenta a Norte América ubicada arriba y a la izquierda, a tal punto que verlo de otra manera nos resulta extraño, fuera de lugar o incluso “in-

correcto”, a pesar de que no existe ninguna posición naturalmente “correcta” o “incorrecta” del mapa (la Tierra en el espacio no tiene “arriba” ni “abajo”).

“Casualmente”, el lugar en que se ubica a Norte América en los mapas “convencionales” corresponde al punto justo en que la lógica visual occidental ubica el punto primario de lectura (arriba a la izquierda). Además, el mapa coloca a “Norte América” por encima de Sur América... ¿casualidad? Sin duda, esta particular configuración del mapa constituye un signo acerca del lugar y los



intereses subyacentes a su producción y difusión.

En el mismo sentido, el hecho de que ese mapa particular resulte “tan normal” hoy día constituye otro signo para suponer que, desde donde fuera que se haya producido y difundido, sin duda se disponía de una gran capacidad de recursos, de influencia y de “legitimidad” (poder).

Otro ejemplo para tratar de explicar la forma en que se construye sentido social puede ser el de la religión: una persona que durante su vida solo tenga oportunidad de conocer el cristianismo, con bastante probabilidad reproducirá las ideas cristianas y actuará según las prácticas y ritos propios de esa religión.

Como contrapartida, alguien que tiene la oportunidad de conocer otras religiones y de ampliar “referentes” sobre filosofía o el origen de la idea de “dios” como construcción (invención) social, bien podría optar por otra religión que no sea el cristianismo. Quizás elegiría aquella que le parezca más integral o más coherente con su propia identidad, o podría integrar elementos de diversas religiones, o, incluso, podría optar por no elegir ninguna religión y declararse “no creyente”.

Quien crece en el lugar del desposeído que siempre debe acatar las disposiciones de los demás, ya

sea para trabajar según se le indique o para hacer lo que otros decidan por él, con mucha probabilidad reproducirá ese “lugar” subordinado y marginado en el mundo sin mayor cuestionamiento.

Sin embargo, con toda seguridad las cosas serían diferentes si a esa persona se le ofrecen otros referentes u otras formas de ver la realidad. Por ejemplo, si se le permite conocer sobre los derechos humanos, o sobre la participación y la democracia, o la posibilidad de la propiedad colectiva.



Lo mismo ocurre con la economía, las relaciones sociales, la política y el poder: el mundo en el que nacemos nos perfila, y las posibilidades de ampliar conocimientos y referentes son también una posibilidad de ampliar nuestra visión sobre el mundo y nuestro propio ser.

Desde esta perspectiva crítica, incluso lo correcto y lo incorrecto expresan un significado, y ese significado (el significado de “correcto” o “bueno”, tanto como el de “incorrecto” o “malo”) es producto de un “acuerdo” y una construcción social.



Todo esto nos permite concluir que, desde la perspectiva del paradigma crítico, no es dado restringir la comunicación a lo meramente instrumental: más (y además) que palabras, medios, mensajes y campañas, los comportamientos de la gente y las diversas prácticas sociales constituyen en sí mismas expresiones de sentido, es decir, elementos con significados sociales y, por tanto, expresan formas concretas de comunicación.

Entonces, la comunicación es, también, acción, pautas y formas de comportamiento que “significan” y reflejan una historia, una geografía, unas estructuras económicas, políticas, culturales y sociales concretas que configuran determinadas relaciones entre personas, grupos y otros elementos del entorno. Todo cuanto nos rodea es susceptible de ser visto como un elemento con “significado”.

Ese significado tiene una “explicación” y un sentido histórico-político-social-económico, que es tanto social, porque el sentido o significado se construye y se reproduce de manera colectiva, como individual y subjetivo, porque cada persona es única y ha desarrollado experiencias de vida únicas, lo que hace que cada persona, según su experiencia, atribuya sentido o significado a las cosas con singularidad individual.

III. La Comunicación y el Poder

1. Comunicación, educación y transformación de la realidad

A la luz de esta forma de comprender la comunicación, el autor Washington Uranga nos propone la siguiente manera de explicar cómo opera o funciona la comunicación en las sociedades:

“Mediante la comunicación se construye un trama de sentidos que involucra a todos los actores, sujetos individuales y colectivos, en un proceso de construcción y reproducción también colectivo que va generando claves de lectura comunes, sentidos que configuran modos de entender y de entenderse, modos interpretativos en el marco de una sociedad y de una cultura”.

Así las cosas, y de acuerdo con lo que propone la Teoría Crítica, tal y como lo dijo Daniel Prieto en 1999, es claro que... **“una situación de comunicación no se resuelve a través de algo tan pobre como aquello de un emisor que emite y un receptor que recibe”.**

Nacemos, crecemos y vivimos en un sistema de redes de significados que nos constituye en sujetos y nos hace ver las cosas como “aprehendemos” a

verlas. Por eso, vemos las cosas con los lentes de los significados que hemos asimilado y no como “son” en realidad, pues, debido a nuestra dependencia de recursos “simbólicos” para relacionarnos con el mundo, solo podemos “mirar el mundo” con las estructuras de significado que hemos aprehendido a lo largo de nuestra vida.

A diferencia de lo que propone el modelo funcionalista, en el paradigma crítico subyace una propuesta de posibilidades para el cambio y la transformación.

Mientras el funcionalismo sostiene que la sociedad tiende, de modo natural, a la armonía y al equilibrio, modificando solo aquello que le impide ese equilibrio, y reduciendo nuestro rol al de receptores pasivos de lo que decida un emisor en algún sitio de privilegio, el paradigma crítico sugiere posibilidades para proponer (producir) nuevos significados, y para tratar de hacerlos valer y posicionarlos socialmente.

Esto, en tanto plantea que el conocimiento no es estático, sino que cambia constantemente por la propia acción de seres humanos inter-actuando de múltiples formas. Dentro de esta concepción crítica, por lo tanto, la dimensión colectiva del quehacer humano es fundamental, tal y como se describió al inicio del texto.

Y lo es no solo porque “lo colectivo” es fundamento primario de la comunicación (la comunicación existe en virtud de y para el intercambio) y porque nuestra propia sobrevivencia está marcada por la interdependencia, sino porque el espacio colectivo ha sido y es “caldo de cultivo” para la generación de nuevo y más amplio conocimiento: muchos sujetos pensando e interactuando, compartiendo experiencias individuales y conocimientos particulares implica amplitud de perspectivas y visiones de mundo; por tanto, de significaciones sociales.

Así, cada uno de nosotros o nosotras puede asumir un rol activo para ampliar y cambiar el conocimiento sobre el mundo, así como los modos de pensar y actuar, y desde allí, puede también aplicar esos conocimientos, capacidades y alcances para tratar de cambiar la realidad. Aquí es donde suele ubicarse el valor social de la comunicación y la educación, entendida en un sentido amplio, como herramientas de cambio y transformación social.

Pero hay que tener cuidado cuando hablamos de comunicación y educación. No se puede generalizar: así como antes hablamos de la forma en que muchas veces las instituciones y medios aplican estrategias de información para generar

miedo, e invisibilizar y excluir otros referentes y otras visiones, así también ocurre muchas veces con la educación. Todos los conocimientos que se definen para tratarse en salones de clase en todas partes están dados en función de determinadas verdades y visiones de mundo, que suelen ser las predominantes.

Un ejemplo claro de esto lo constituyen los programas de estudio sobre Historia: están cargados de fechas y hechos aislados, así como de nombres de héroes y presidentes. Pero a esta Historia se le ha ocultado el papel que han jugado los diferentes colectivos sociales populares en las transformaciones, y se invisibilizan las conexiones de causalidad entre fenómenos como desarrollo y subdesarrollo, o pobreza y acaparamiento de riqueza.

Para que la educación se constituya en una herramienta que aporte a esta búsqueda integral del conocimiento requiere, por un lado, de la búsqueda de fundamento racional, aplicado en función del respeto al sujeto y a las diferencias expresadas en las culturas y cosmovisiones humanas. Buena parte de la educación formal predominante asume a la cultura occidental y a su propuesta de “civilización” como la mejor y/o la única válida, de manera que propone contenidos y pautas pen-

samiento y comportamiento que son irrespetuosas de otras culturas y cosmogonías.

Por otro lado, requiere de la permanente aplicación del “pensamiento crítico”, que equivale a mantener una actitud constante de búsqueda de nuevo conocimiento y de cuestionamiento crítico de la información que se nos da o a la que tenemos acceso, para contrastar y comprobar permanentemente, incluso aquello que ya habíamos comprobado.

Dado que es uno de los “bastiones” para el sostenimiento y reproducción en el tiempo del sistema social en que vivimos, la educación formal que predomina en nuestras sociedades es esencialmente memorística, presenta sus “verdades” como únicas, inhibe la creatividad, la reflexión crítica y el cuestionamiento, y apunta a mantener lógicas de relacionamiento y de pensamiento funcionales al sistema, todo lo cual pareciera procurar aquel “equilibrio armónico” aséptico al que aspira el funcionalismo.

En el caso de los niveles escolarizados de primaria y secundaria, se trata de una educación definida, en lo fundamental, desde la óptica, las formas de ver el mundo y los intereses político-económicos propios del sistema imperante, y no precisamente desde las lógicas del pensamiento crítico.



El destacado pedagogo y educador popular latinoamericano **Pablo Freire** acuñó el concepto de “**Educación Bancaria**” para referirse a este tipo de educación, diseñada para que —a partir de la memorización de ideas pre-establecidas que luego se “evalúan en un examen donde el/la estudiante debe repetir todo lo memorizado— se forme a personas dispuestas a insertarse en la sociedad sin cuestionar las injusticias, las desigualdades o contradicciones, de modo que no generan problemas para conseguir equilibrio y “armonía”.

Como alternativa a esta educación bancaria, Freire propuso la denominada “**Educación Liberadora**”, entendida como una educación basada en la pregunta y el cuestionamiento constante, con el

fin de liberar a la persona de la ignorancia y transformar su estado de ignorancia o desconocimiento a un estado de dignidad y humanismo.

La idea del “pensamiento crítico” tiene como uno de sus fundamentos estas ideas de Freire, y apunta a propiciar el desarrollo de un conocimiento cada vez más elevado de la realidad y el mundo, con el fin de disponer de ese conocimiento como recurso para poder transformar la realidad —incluso sus estructuras— en función del interés de una sociedad realmente justa y equitativa (hoy agregaríamos sustentable).

Dado que el pensamiento crítico se basa en el cuestionamiento constante, en el contraste de visiones y versiones y en la constante búsqueda de posibles respuestas, los referentes alternativos (otros referentes: ideas, conceptos, perspectivas, opiniones, formas diferentes de ver y entender las cosas) son fundamentales para su construcción.

2. El poder “detrás” de la comunicación

Tal y como funciona la comunicación en los grupos y sociedades, aquellos individuos o sectores que logran tener acceso tanto al conocimiento y a la información que permite “entender” el mundo y atribuir significado a las cosas, como a medios, herramientas o instituciones que facilitan el posi-

cionamiento de ese conocimiento y de las pautas de comportamiento derivadas de esa “versión” de la verdad, adquieren un enorme poder en el grupo o sociedad respectiva. Con estos medios y herramientas, difunden y posicionan sus respectivas nociones de verdad (es decir, sus sentidos o significados) para posicionarlos y establecerlos como válidos y “legítimos”, ya sea que correspondan o no a “verdades” verificadas.

En general, quienes logran tener el poder de conocimiento y de establecer o imponer “su” verdad a los demás, suelen estar en “conexión” con los grupos que detentan el poder económico y político en la sociedad: quienes suelen tener el control de los recursos económicos, suelen tener el poder político y el control de los medios o herramientas para la comunicación. Así han funcionado las sociedades a lo largo de la historia.

Hoy día, los más importantes sistemas de producción o generación-construcción de sentido y conocimiento sobre la realidad están controlados, en general, por grupos empresariales y financieros.

Dentro de estos grupos se incluyen tanto grandes cadenas globales y nacionales de medios, así como importantes universidades privadas, centros de investigación y los denominados “tanques

de conocimiento” (o “think tanks”, en inglés). También se incluyen gobiernos, iglesias (tanto la iglesia católica como múltiples sectas pentecostales fundamentalistas), muchas veces en asocio y contubernio con los primeros.

En buena medida, las acciones en general (no solo de lo que se conoce típicamente como comunicación) que realizan las organizaciones sociales para procurar que nuestras sociedades sean más justas, equitativas y humanitarias consisten en “abrir brecha” dentro de estos medios e instituciones, o con medios y estrategias alternativos, para generar interrupciones al conocimiento y a los “sentidos” sociales imperantes.

3. Estrategias de manipulación de información para evitar el cambio

Entre los grandes medios o instituciones existentes, pocos aplican prácticas y recursos de información y comunicación amplios y diversos, que permitan propiciar pensamiento crítico en la sociedad. Aunque suelen presentarse ante la sociedad como “objetivos” e interesados en el bienestar social, todos estos medios aplican permanentemente diversos tipos de estrategias de información-comunicación para asegurar que sea “su verdad” o su criterio de conocimiento el

que predomine. Estas estrategias están determinadas por la prevalencia de la figura y las lógicas del “emisor privilegiado”, el cual es propio, como veremos más adelante, del modelo de comunicación funcionalista imperante.

Entre otras, aplican las estrategias **del miedo, la invisibilización** (u ocultamiento), **la exclusión** respecto a las visiones o posiciones de otros/ otras, **la reiteración sistemática** y la **“espectacularización” de la realidad**, a fin de asegurar que sus usuarios, “seguidores” o audiencias ignoren o desconozcan otros posibles referentes alternativos de “sentido-significado”, es decir, de “verdad” y conocimiento, y, por otro lado, para que refuercen ya sea de manera consciente o inconsciente, sus “simpatías” y adhesiones a las corrientes de pensamiento predominantes.

De este modo, no solo propician una forma de “imposición” implícita, no siempre fácil de advertir, de sus intereses, modos de pensar y ver el mundo, sino que, además, replican y normalizan (es decir, hacen ver como normales o “naturales”) las lógicas relacionales que subyacen a esas visiones y que sustentan la reproducción del sistema, a pesar de las enormes desigualdades e injusticias existentes. Veamos qué implican y en qué consiste cada una de estas estrategias:

- **Generan “miedo”** a partir de la difusión sistemática de mensajes mediante los que atemorizan respecto a las implicaciones de acoger o siquiera escuchar otras ideas o prácticas sociales que impliquen cambios significativos. Al decir de María Clara Ruiz, “el miedo paraliza o, al menos, pone trabas a la capacidad de acción y a la libertad de ser, sentir y pensar a favor o en contra de ideas y mandatos contruidos desde fuera”.
- **Invisibilizan y ocultan**, en los contenidos y en las formas de relación que promueven, hechos, ideas, propuestas prácticas o cualquier tipo de circunstancia social relevante “con sentido alternativo” que no corresponda con los modos de pensar y actuar que se reproducen como dominantes, de manera convenientes a sus intereses, y que puedan significar alguna posibilidad de disrupción social.
- **Excluyen del todo a otros/otras actores** que reclaman espacio para hacer públicas sus versiones y visiones de los hechos y de la realidad, de manera que pisotean principios fundamentales, como la libertad de expresión y el derecho de respuesta, aunque suelen presentarse como sus defensores.
- **Reiteran (repiten) sistemáticamente** sus versiones, intereses y visiones, las cuales presentan como propias del “interés colectivo o nacional”, de modo que las posicionan como las únicas versiones y visiones válidas y legítimas en el imaginario de la gente. Para esto, apelan tanto al discurso “propio” (por ejemplo, mediante comentarios y editoriales en periódicos y noticieros, o con noticias sesgadas con opiniones carentes de fundamento), como a consultas con “especialistas” convenientemente preseleccionados y que siempre hacen planteamientos reforzadores de sus versiones y visiones.
- Finalmente, apelan a la **“espectacularización” de la realidad**. Para esto, cargan los noticieros y periódicos de noticias superfluas o banales, así como de secciones de espectáculos, deportes y sucesos fuera de contexto y sin sentido educativo. Además, saturan sus programaciones con los llamados “contenidos para el entretenimiento”, casi siempre producidos en otras culturas y contextos (nunca o pocas veces proponen contenidos educativos o propios de la cultura tradicional o nacional). Este entretenimiento aparece siempre vinculado con publicidad diversa de productos que apuntan a exacerbar el consumismo.

4. Excluidos de los medios e instituciones que producen-reproducen sentido

La exclusión de quienes pudieran presentar visiones y propuestas alternativas no solo se da dentro de los espacios propios de los medios e instituciones existentes. Mientras los grupos que controlan la economía y el poder político se han asegurado de mantener el control de los grandes medios y las instituciones que reproducen información y conocimiento para replicar “su verdad” (los sentidos-significados predominantes), la mayoría de colectivos y organizaciones sociales — desde sindicatos y cooperativas, hasta organizaciones ecologistas y comités locales de barrio—, carecen de la posibilidad de disponer y poner en funcionamiento medios propios que les permitan mostrar, difundir, discutir y hacer valer sus intereses, versiones y posiciones alternativas.

En Costa Rica, por ejemplo, la ley y las instituciones mismas han impedido la puesta en funcionamiento de medios ciudadanos (impulsados por ciudadanos/ciudadanas independientes) o comunitarios (gestionados por colectivos organizados) de radio y televisión que utilicen el espectro radioeléctrico, incluso con amenazas de cárcel o de requisita de equipos cuando han estado en funcionamiento.

Aunque han surgido muchos medios de este tipo en internet y en redes sociales, su alcance e impacto es comparativamente muy limitado, además de que, como veremos luego, en muchas ocasiones estos medios terminan replicando las lógicas propias de la comunicación funcionalista y del sistema social propiamente dicho.

Esta “lectura crítica” sobre la forma en que operan los medios y las instituciones sociales predominantes para reproducir los intereses y los criterios de verdad de los grupos que controlan el poder económico y político deriva de estudios y análisis hechos desde disciplinas vinculadas al paradigma crítico.

Sin embargo, esta visión de la realidad, tanto como la comprensión de la comunicación que propone la teoría crítica —su carácter de proceso de construcción de significados establecidos a partir de las visiones de mundo de quienes detentan poder económico y político en un momento determinado— ha sido marginada del conocimiento de la gente y de las organizaciones que procuran cambios para mejorar la sociedad.

Es así porque este conocimiento constituye en sí mismo un recurso potencial para “empoderar” a los grupos y organizaciones sociales excluidos del poder económico y político, algo que defini-

tivamente no conviene ni a los grupos que sí detentan ese poder ni a los medios e instituciones a través de los cuales difunden, reproducen y legitiman (normalizan) sus visiones de mundo y las relaciones sociales que convienen a sus intereses.

5. El “emisor privilegiado” y los reduccionismos de la comunicación funcionalista

La comunicación funcionalista se expresa y reproduce en nuestras sociedades prácticamente en todos los ámbitos de la realidad: en los medios, en las instituciones, en la política... incluso en las relaciones más básicas entre las personas.

El autoritarismo, la exclusión, la ausencia o negación de inter-locución, las relaciones que asumen al otro/la otra como objeto antes que sujeto, el desconocimiento de contextos, antecedentes y pautas culturales diversas que implican respetar y considerar otros modos de ver y entender el mundo... son todas, entre muchas otras, formas de relación de la vida cotidiana que reflejan directa o indirectamente del predominio de esta forma de asumir la comunicación.

De un modo u otro, el reconocimiento de la prevalencia de este tipo de relaciones permite también explicar por qué en todas nuestras socieda-

des se reproduce una realidad caracterizada por enormes, evidentes e inmorales desigualdades, exclusiones, injusticias, calamidades y desequilibrios, tanto históricos como presentes.

Si bien no podemos afirmar que la comunicación es “responsable” directa de esas realidades, es preciso comprender que sí desempeña un papel fundamental en la reproducción de esas realidades.

En su condición de “modelo”, que supone tanto un instrumento para el análisis y la lectura de la realidad como una propuesta concreta de comunicación y de relaciones sociales, el modelo-concepto funcionalista de comunicación constituye un recurso básico para legitimar, reproducir y “normalizar” (es decir, para hacer ver como normales) las relaciones desiguales, excluyentes e injustas que caracterizan al sistema.

A partir de la idea de que la comunicación se reduce a un simple acto en el que la figura de “un” emisor transmite un mensaje a un receptor, desde el modelo funcionalista-difusionista se posiciona y reproduce la idea implícita de la existencia pre-establecida de esta “figura” del “emisor único”, el cual, dado el “lugar” preponderante y protagónico que tiene (dentro del modelo), asu-

me una clara condición de privilegio. A esta figura la llamaremos “**emisor privilegiado**” (en correspondencia con lo planteado por Daniel Prieto en los años 80).

La figura del emisor ocupa un “sitial” de privilegio excepcional dentro del modelo: tiene un lugar pre-establecido por una suerte de existencia “naturalmente” dada (¿acaso divina?), sin un antes ni un después. Es el lugar de “la” emisión y “la” voz “naturalmente” legitimada para emitir cuando sea y lo que sea, sin dejar espacio a la interlocución con otros/otras. Por tanto, entonces, es también, el lugar de “la verdad absoluta”, la cual, ante la inexistencia (dentro del modelo) de la inter-locución, excluye, por definición, otras versiones de “verdad”.

Por tanto, es el lugar de una forma particular de “poder natural” no sujeto a cuestionamiento, tanto como de “la” autoridad “naturalmente legitimada”, que no tiene —al menos en el modelo— modo de ser modificado, transferido, intercambiado y mucho menos cuestionado. ¿Acaso no es la condición de quienes están en el lugar de la autoridad y el poder socialmente legitimado en nuestras sociedades?: las clases política y empresarial, los sectores adinerados, los sacerdotes, el maestro-la maestra, el policía o el militar...

En virtud de este “lugar” protagónico y de poder que comporta, el “emisor privilegiado” adquiere un sitial simbólico que trasciende el mero privilegio de la emisión (transmisión) del mensaje.

Este “sitial simbólico” trascendental que tiene el “emisor privilegiado” se concreta o materializa en la existencia de una serie de **lógicas simbólicas profundas** o invisibles, a las que consideraremos perversas, que operan implícitamente a partir de la activación de modos de comunicación de este tipo, y que apuntan, como se indicó, a legitimar, reproducir y normalizar las formas de relación prevalecientes en el sistema social.

6. Las lógicas simbólicas profundas (y perversas) de la comunicación funcionalista

Como modelo y concepto, la comunicación funcionalista no solo se construye a partir de una lectura superficial de la forma en que opera la comunicación y las relaciones sociales en la sociedad, sino que, además, como propuesta, supone un modo de reproducción y legitimación de las formas de relaciones sociales que predominan.

La prevalencia y normalización de estas realidades y relaciones sociales se da a partir de la “activación” de determinadas lógicas simbólicas re-

lacionales, invisibles e implícitas, que se asumen y acogen “de hecho” en ese modo funcionalista de aplicar y reproducir la comunicación. Se trata de las **lógicas simbólicas profundas** del modelo funcionalista de comunicación, a las que nos referimos a continuación.

- **La lógica del poder y la autoridad superior inquestionable:** en el modelo “difusionista-funcionalista”, el emisor simplemente es, existe “per se”, es “a-histórico”, no tiene ni antes ni después. Una condición o “ley” pre-existente le confiere ese rol y, por tanto, tiene una especie de legitimidad “natural” (¿divina?) para estar en ese lugar. Este rol no lo puede ocupar nadie más (dado que el “receptor” solo recibe). A partir de esa “prerrogativa” exclusiva, desde esta suerte de condición “natural-pre-establecida”, el emisor trae consigo “legitimidad intrínseca” para el poder y la autoridad.
- **La lógica excluyente del privilegio de “la” voz o la palabra única (la negación de la interlocución):** desde el lugar de privilegio que le confiere el modelo, el emisor (privilegiado) tiene la potestad de la “palabra única”: el modelo niega, en sí mismo, la inter-locución, así que no hay lugar para la emisión de parte de otros/ otras. Un emisor único deriva en la lógica ex-

cluyente de una única voz y una única palabra. Los demás/las demás solo reciben (el mensaje) y “atienden” (su contenido).

- **La lógica de la verdad absoluta y el pensamiento “único”, universal, homogeneizante** (la negación de la intersubjetividad): la existencia de una única voz conlleva necesariamente a la imposición de una única verdad. Al legitimar la figura de un emisor único, el modelo funcionalista-difusionista presupone la existencia de un único lugar válido y legítimo (un lugar universal) de conocimiento para pensar e interpretar y, por tanto, para “ser” y enfrentar el mundo.

Esta universalización de “la” verdad niega la inter-subjetividad, ya que ignora la existencia de saberes, intereses y necesidades sociales particulares y diversos, así como la posibilidad de otras cosmogonías y de la diversidad cultural, de manera contradictoria con la realidad social.

- **La lógica individualista del “emisor privilegiado” como actor preponderante:** en el modelo emisor-receptor, el emisor es el “centro” y es el sujeto del acto comunicativo, y el acto comunicativo existe por y para el emisor, dado

que el receptor existe solo para “recibir” y no tiene posibilidad de interlocutar. Esta lógica de interacción vertical-autoritaria-unidireccional-excluyente implícita en el modelo impone la regla del “yo-emisor” y deriva necesariamente en la afirmación del individualismo como lógica relacional.

- **La lógica del receptor “target” como objeto pasivo y sumiso:** en el modelo funcionalista de comunicación, dada la preponderancia del “emisor-privilegiado”, al “otro” o “la otra” se le relega al rol único de receptor/a (o perceptor/a), y no se le deja posibilidad alguna para otro rol o lugar. Se trata de una condición intrínsecamente subordinada y pasiva, de un nivel jerárquico inferior y subalterno. Por lo tanto, el receptor, “público-meta”, “target” u objetivo (según el “argot” de la comunicación funcionalista) es asumido como un simple objeto para el cumplimiento de las intenciones e intereses del emisor.
- **La lógica de la primacía del mensaje como producto acabado:** el modelo “emisor-receptor” niega o invisibiliza el proceso de producción específica de todo mensaje, tanto como la dinámica dialéctica implicada en el proceso social de producción de sentido, desde la que se concreta la construcción social significativa del mensaje mismo. Este énfasis en el mensaje impone la idea de que la comunicación se reduce al mero mensaje-producto, de manera que se ignoran las dimensiones simbólicas del encuentro colectivo que se da en el marco del proceso de producción, y de la acción humana como práctica significativa.
- **La lógica vertical-autoritaria-excluyente de la transmisión:** el modelo emisor-receptor limita la lógica relacional a una simple transmisión vertical-autoritaria-excluyente, lo cual significa que niega la posibilidad de la inter-locución y, desde allí, establece la imposición como lógica relacional. Con ello, violenta el abordaje dialéctico-hermenéutico del intercambio humano, niega las posibilidades de la comunicación dialógica, del debate y de la discusión, que son la base fundamental de la acción comunicante y de la construcción colectiva del conocimiento. Desde esta lógica, se impone y legitima la exclusión, y se ignora la posibilidad y el derecho de la participación activa “del otro/la otra”, en tanto supone la existencia de un único polo emisor.
- **La lógica del hecho social sin historia ni contexto:** para el modelo en cuestión, solo existe

la temporalidad propia del emisor emitiendo y del receptor recibiendo. No hay antes del emisor ni después del receptor. Por lo tanto, se propone el acto comunicativo como un hecho aislado, desvinculado de la historia y carente de conexiones tanto con las estructuras político-económicas como con los elementos del entorno socio-cultural concreto. Así, se niegan las conexiones del hecho social con estos elementos del contexto, las cuales son, como ya vimos, consustanciales al hecho social, al acto comunicativo y al sujeto social mismo.

7. Organizaciones sociales y comunicación

Desde una perspectiva crítica, la identificación de estas “lógicas profundas” permite esclarecer la carga política de la propuesta relacional que subyace a este modelo, cuya imposición-reproducción estructura, legitima y normaliza las relaciones autoritarias, verticales y excluyentes que se ponen de manifiesto en nuestras sociedades.

A pesar de los reduccionismos que comporta y del hecho de que implica la reproducción de estas lógicas profundas, la comunicación funcionalista se reproduce en todos los ámbitos de la sociedad, incluso en aquellos grupos, colectivos u organizaciones que aspiran a cambiar o transformar la

realidad, caracterizada, como dijimos, por enormes desigualdades y exclusiones. Es, sin duda, una enorme contradicción.

Es especialmente relevante propiciar la revisión de las prácticas propias de comunicación, así como la respectiva reflexión sobre este asunto, que no es un asunto menor, de parte de esos actores colectivos organizados, comprometidos con el cambio real.

A propósito de esta revisión y reflexión, hay un punto de partida clave que debemos considerar para pensar la “otra” comunicación necesaria:

No es posible cambiar la realidad para construir otro mundo u otra sociedad alternativa, diferente, si seguimos aplicando la misma comunicación que aplica para reproducir el mundo que queremos cambiar.

IV. Acción Colectiva y Comunicación Participativa

1. La otra comunicación: una propuesta contestataria que surge en América Latina

Tal y como se ha querido poner de manifiesto hasta acá, un requisito fundamental para generar cambios o transformaciones significativos en nuestras realidades es acoger y aplicar “otra” forma de comunicación.

Para construir referentes de significado alternativos, esta “**otra comunicación**” debe comportar lógicas y principios relacionales que apunten a romper con las lógicas profundas de la comunicación que reproduce el sistema. **Otra sociedad requiere otro sujeto social; eso requiere de otros modos de relación y, por tanto, de “otros modos de hacer comunicación”.**

La propuesta práctica de comunicación para la transformación del paradigma crítico surgió en América Latina y es la “**comunicación participativa**”. Como veremos, esta comunicación se asume como una alternativa para la transformación en virtud de las implicaciones simbólicas-relacionales que comporta, las cuales se contraponen a las lógicas del emisor privilegiado que son propias de

la comunicación difusionista-funcionalista predominante.

Entre los primeros y más significativos aportes para pensar y definir esta “otra” comunicación los planteó el destacado intelectual boliviano Luis Ramiro Beltrán.

Los aportes que dio en su amplia carrera como intelectual comprometido con cambios y transformaciones implicaron cuestionamientos a la idea del desarrollo y a la comunicación difusionista-funcionalista, los cuales comportaban señalamientos de índole político-ideológico. También implicaron ideas, a modo de propuestas, sobre las características que debería tener la comunicación para contrarrestar el modelo comunicacional dominante. Entre los más importantes señalamientos y aportes de Beltrán están:

- la existencia de una dependencia comunicacional y la presencia de lógicas de imperialismo comunicativo que se manifiestan en la estructura comunicativa y el modelo funcionalista;
- el carácter dominante, vertical y antidemocrático de esa estructura comunicativa;

- la perspectiva de “feed-back” (“retroalimentación”) de la comunicación difusionista-funcionalistas se orienta a un ajuste del mensaje que siempre favorece o está en función del emisor;
 - la comunicación impone una visión desarrollista en función de los intereses de los países del norte rico;
 - tanto la comunicación difusionista-funcionalistas como la propia lógica desarrollista desconocen los contextos y las estructuras sociales particulares de los países no desarrollados;
 - la propuesta desarrollista y su comunicación (difusionista-funcionalista) estén orientados al cambio individual de actitudes (individualismo);
 - el desarrollismo y su comunicación expresan un claro determinismo tecnológico, y centran su atención, de manera desmedida, en lo económico, lo urbano y la proclividad por promover el capitalismo;
 - las propuestas desarrollistas se insertan en un escenario de dependencia científica y tecnológica de los países pobres respecto a los países ricos e industrializados del norte;
 - el modelo expresa un perfil mecanicista-vertical que enfatiza la persuasión y el consenso (¡el equilibrio funcionalista!) y posiciona una mirada reduccionista y conservadora.
- Para Beltrán, antes que propiciar el rumbo hacia el desarrollo en los países pobres, todo esto conducía al mantenimiento del “estatus quo”. Como mencionamos, Beltrán también hizo planteamientos concretos de carácter propositivo:
- propuso el desarrollo de una investigación autónoma e ideológicamente comprometida con el cambio social en los países latinoamericanos;
 - propuso el diseño e implementación de políticas nacionales de comunicación para asegurar una producción equilibrada de comunicación y la salvaguarda de las culturas propias;
 - postuló un modelo de comunicación horizontal, participativa y democrática, con una concepción de praxis muy cercana a la de Freire.
- Con todos estos cuestionamientos y propuestas, Beltrán develó lo que se podría considerar como **“el potencial subversivo de la auténtica comunicación”**. Decía: “la comunicación es eminentemente subversiva y revolucionaria en su naturaleza; el conocimiento que expande, las actitudes

que inculca y los comportamientos que promueve pueden de hecho ser herramientas para la revolución”.

A las ideas de Beltrán se le fueron sumando aportes de muchos otros intelectuales y activistas de la comunicación latinoamericana. Entre otros, destacan Pablo Freire, Juan Díaz Bordenave, Antonio Pascualí, Jesús Martín Barbero y Mario Kaplún, entre otros. Todos ellos abonaron para definir y establecer lo que hoy conocemos como “**comunicación participativa**”.



2. La dialéctica detrás de la comunicación participativa: rasgos y características

La comunicación participativa empezó a aplicarse en muchos procesos de “desarrollo” y mejoras sociales en toda América Latina, y más allá. Sin embargo, pese a su amplia acogida, suele interpretarse y aplicarse de manera superficial.

Muchas veces se piensa que la participación se reduce a un simple asunto de números, relacionado con la cantidad de personas que asiste a un evento determinado. Así, simplemente se invita a las personas a que se hagan presentes a reuniones y basta con llenar un puñado de boletas de asistencia para asumir que se trató de un evento participativo.

Otras veces, en medios masivos o locales, se abren breves espacios y se invita a las personas a que externen comentarios y opiniones por teléfono o por otras vías, y se considera que eso, por sí solo, implica que se aplican prácticas de comunicación participativa, por considerar que se le da “espacio” a la gente para que “participe”.

Sin embargo, en muchas de estas experiencias se siguen aplicando lógicas de emisor privilegiado porque solo unos pocos, generalmente los mismos, son quienes conducen, controlan, opinan y

deciden (muchas veces de manera “solapada”).

Aplicada de manera coherente con sus postulados, en tanto propuesta alternativa, la comunicación participativa apunta tanto a develar como a romper con las “lógicas profundas” que comporta la comunicación difusionista-funcionalista y su figura del “emisor privilegiado”.

Por tanto, más que simples reportes sobre el número de personas que “asisten” a un evento, o más que abrir y “permitir” espacios para que unas cuantas personas compartan comentarios u opiniones, el sentido profundo de la comunicación participativa reside en el hecho de que se comparte el poder y se asume una relación de “equidad” dentro del espacio de encuentro con y entre la gente que participa. En este sentido, la participación está directamente ligada con la prevalencia de una “**dinámica colectiva**” inclusiva, respetuosa de las diferencias, horizontal y democrática de toma de decisiones, es decir, en la que se comparte el poder en todos los ámbitos dentro de un proceso dado.

La apuesta a la comunicación participativa como alternativa se da en tanto comporta una forma particular de entender y asumir la relación y el encuentro con los otros/las otras en un determinado espacio colectivo, y en las formas subsecuentes

de propiciar las relaciones con las demás personas. Por lo tanto, y sin embargo, en la práctica, los rasgos de esta comunicación se expresan también en las formas de relación que establecemos en nuestra vida cotidiana, a nivel interpersonal, en el vínculo y relación con cualquier persona.

El principal rasgo simbólico de la comunicación participativa se expresa en la **dimensión dialéctica** que se manifiesta en el proceso del **encuentro colectivo** con los otros/las otras, cuando este encuentro apunta a la construcción de conocimiento, a la toma de decisiones y a la acción colectiva (es decir, a la producción de sentidos o significados sociales).

Entonces, el sentido o significado social particular de esta forma de comunicación, como herramienta para el cambio y la transformación, se da en vista tanto del **proceso** como de los “productos” resultantes de este encuentro.

La dimensión “**dialéctica**” que opera en el “encuentro colectivo” se sustenta y se concreta en la interlocución que se propicia en dicho espacio de encuentro. Desde esta interlocución se posibilita y potencia una dinámica para compartir ideas, conocimientos, experiencias, informaciones, emociones, opiniones... que se dialogan, discuten y

reflexionan, mediante la exposición y confrontación de razonamientos, argumentaciones y/o sentimientos (total o parcialmente compartidos, total o parcialmente contrapuestos entre sí).

El “encuentro colectivo” se entiende y asume como encuentro entre sujetos diversos (personas), dentro del cual, mediante la participación activa, se propicia la construcción colectiva de saberes o conocimiento. Estos saberes se someten al encuentro dialógico para que, en ese proceso del encuentro colectivo, se forje (se genere, produzca o construya) un “nuevo” conocimiento, que es cualitativamente diferenciado y “superior” a los saberes individuales previos de cada participante, y que se ha enriquecido con los aportes de los saberes de todos/todas.

Entonces, la comunicación participativa “entiende” y acoge las diferencias individuales, derivadas de la dimensión individual que tiene toda persona en su condición de sujeto histórico y particular. A partir de allí, asume el respeto por la diferencia y procura la inclusión para invitar al aporte colectivo, porque entiende la diferencia como una condición social, y porque entiende que la inclusión y la diferencia comportan en buena medida la riqueza del conocimiento construido o por construir.

El encuentro participativo con “los otros/las

otras” supone un proceso horizontal, respetuoso de las diferencias, en el que los hallazgos y decisiones se definen en el marco de la dinámica del encuentro colectivo.

Se trata, entonces, de un conocimiento colectivo y colectivizado, diverso y amplio, cualitativamente diferenciado de la mera suma de saberes individuales, pues, antes que la intervención de un actor que trae consigo el conocimiento, supone el involucramiento de todos/todas en la dinámica colectiva que facilita esta nueva construcción.

Así, en esta propuesta de comunicación **no existen “los emisores”** que transmiten mensajes, **existen “interlocutores”** que comparten e intercambian saberes, experiencias, emociones, ideas...

Por todo lo anterior, la comunicación participativa **plantea una ruptura epistemológica** (es decir, respecto a la razón de ser del conocimiento y a la forma de generarlo) con la propuesta difusionista, ya que cuestiona y plantea una alternativa a la existencia de un único saber objetivo que es postulado de un “emisor privilegiado” y que asume al otro/a la otra como mero receptor, objeto de las visiones, perspectivas, intereses y necesidades de ese emisor.

En el mismo sentido alternativo respecto al di-

fusionismo-funcionalista, la comunicación participativa comporta una ruptura epistemológica porque propone, aplica y procura reproducir una lógica relacional **horizontal, inclusiva, respetuosa, flexible y democrática**, que procura respetar y atender las perspectivas, visiones, intereses y necesidades del colectivo.

3. Las lógicas simbólicas de la comunicación participativa

Si la comunicación funcionalista-difusionista se sustenta en la lógica del “emisor privilegiado” que excluye y de los “públicos” o “targets”, que asume al otro/la otra como objeto de intereses comerciales y políticos del emisor, “**la otra comunicación**” —que supone una ruptura con esas lógicas—, reivindica y posiciona la dimensión de “**sujetos interlocutores**”, actores de los procesos sociales, de quienes se involucran en el proceso comunicativo.

Las lógicas necesariamente subyacentes a esta “otra comunicación” tienen como soporte epistemológico la participación.

- **La lógica de la participación como expresión del poder colectivo**, que supone la inclusión y el involucramiento activo de los sujetos en el espacio colectivo para una toma de decisiones equitativa y democrática (en contraste con la propuesta vertical y autoritaria del modelo difusionista, que supone la existencia de “un” emisor privilegiado depositario de la autoridad).
- **La lógica de la palabra diversa y democratizada**, que supone a la comunicación como espacio abierto en el que todos-todas tienen lugar para expresar, proponer, cuestionar, aportar conocimientos o ideas y debatir, con los debidos razonamientos, desde los lugares, las experiencias y las visiones personales-particulares, y en tanto sujetos únicos, para decidir de manera colectiva, participativa y democrática (en contraste con la lógica del privilegio de la palabra del emisor privilegiado, en tanto figura de autoridad incuestionable).
- **La lógica de la acción colectiva**, que asume el acto comunicativo como encuentro con los otros/las otras, y por tanto, considera las particularidades, capacidades, necesidades e intereses de los otros/las otras, como colectivo, para la acción y la construcción social, en concordancia con la lógica esencialmente colectiva de todo proceso social, (en contraposición con la acción individual y los intereses particulares que caracteriza la lógica individualista del modelo difusionista-funcionalista, que desvirtúa lo colectivo y que coloca al individuo —desde el

“yo” del emisor único— por encima de todo lo demás).

- **La lógica de las diversidades y las pluralidades**, desde la cual no solo se aceptan y acogen, sino que se entienden como condición intrínseca de la realidad humana, los saberes y realidades diversas, las diferencias y las pluralidades culturales, que se dan en función de visiones de mundo, imaginarios y realidades (epistemologías) diversos, y que implica el reconocimiento de la existencia de necesidades e intereses también diversos (como contrapartida de la lógica del pensamiento y la verdad absoluta, universal e incuestionable, ligada al pensamiento positivista-cartesiano dominante, que deviene del emisor privilegiado).
- **La lógica del interlocutor sujeto**, que supone al otro/la otra como sujeto partícipe del diálogo, el debate y la discusión constructiva, a partir de la cual se entiende, como condición del acto comunicativo, la inter-locución entre y con sujetos diversos, de quienes se reconoce el saber propio derivado de experiencias únicas y capacidades particulares para asumir potencialmente el rol de actor-activo en los procesos vitales (en contraposición con la lógica del receptor pasivo y sumiso del modelo difusionista-funcionalista).
- **La lógica del proceso** como precondition del mensaje-producto, que privilegia el proceso (que es colectivo) por encima del mensaje-producto acabado.
- **La lógica horizontal y dialógica de la inter-locución y la inter-acción** (con sujetos interlocutores concretos), desde la que se entiende a la inter-locución y a la inter-acción como soportes básicos de todo acto y de todo proceso de comunicación (en contraposición con la lógica excluyente de la transmisión unilateral-unidireccional derivada de la figura del emisor privilegiado).
- **La lógica del encuentro humano cara a cara**, que privilegia el contacto directo entre las personas, así como la acción colectiva humana en tanto práctica significativa y transformadora, antes que la lógica vertical del aparato tecnológico como soporte de la comunicación masiva-masificadora deshumanizada, como mediadora de comunicación.
- **La lógica de la mirada de totalidad**, desde la cual se opta por una perspectiva “holística”, de totalidad, de integralidad de elementos y momentos, que integran y visibilizan la historia, los contextos particulares y el entorno concretos (natural-social), como elementos previos y presentes, determinantes de todo acto humano, tanto como la existencia de necesidades e in-

tereses sociales concretos subyacentes a todo hecho social y a todo acto comunicativo (en contraposición con la lógica a-histórica y descontextualizada del acto comunicativo propia del funcionalismo).

En su conjunto, estas lógicas propias de la comunicación participativa muestran el énfasis en la dimensión humana que debe tener el acto comunicativo, al asumir al otro/la otra en su condición de sujeto.

Pero, en tanto el sujeto se forja en relación dialéctica con el entorno, esta dimensión humana incluye el vínculo ineludible de lo humano con la naturaleza. Por lo tanto, comporta en sí misma una perspectiva biocéntrica, desde la cual se integra la comprensión de que lo humano está ineludiblemente ligado a los flujos vitales que se soportan en los procesos bio-eco-sistémicos.

Dada su perspectiva holística e integradora, esta “otra comunicación” entiende que las posiciones y relaciones antropocéntricas norte-centristas son improcedentes y reduccionistas. Y, dado que incorpora la consideración del contexto y del entorno humano, ante las evidentes conexiones de la vida humana con los ciclos naturales y de las claras contradicciones del antropocentrismo (está claro que es reduccionista pensar lo humano al margen o aislado del resto de elementos de la naturaleza), la co-

municación participativa comporta una propuesta “bio-céntrica”, que pone al ser humano “al lado” y en su relación dependiente de su entorno natural.

4. Planificación, estrategias y técnicas de la comunicación participativa

En la propuesta de comunicación participativa, el nuevo saber, construido y/o enriquecido con el saber “de los otros/las otras”, carece de sentido en sí mismo, y solo lo adquiere en la intencionalidad y la acción transformadora. Por un lado, porque la adquisición del nuevo conocimiento supone, ya de por sí, una transformación y a la vez un empoderamiento del sujeto, y, por otro lado, porque, en la apuesta colectiva del proceso, supone y aspira al emprendimiento también colectivo para la acción orientada al cambio y la transformación.

Entonces, y de manera consecuente con los orígenes mismos de las propuestas contestatarias latinoamericanas, esa comunicación tiene una conexión intrínseca con la acción: es una comunicación participativa para la acción transformadora, para un cambio coherente con la vida.

En la perspectiva de la acción para la transformación de parte de colectivos y organizaciones que aspiran a aportar a la construcción de sociedades

más equitativas, justas y respetuosas de las diferencias y del medio, es recomendable trabajar a partir del diseño de planes para la definición y ejecución de estrategias.

Un primer y fundamental principio de la acción organizativa transformadora es evitar, hasta donde sea posible, la realización de acciones espontáneas, producto de decisiones del momento. Estas decisiones o acciones “del momento” solo deberían quedar para situaciones extremas o imprevistas, y en lo posible deberían darse a la luz de las condiciones de un proceso más amplio de planificación. Esto es, con claridad sobre los objetivos generales y específicos del colectivo, y con conocimiento de las situaciones estructurales y coyunturales en las que se inscribe el trabajo que realizan. Como mínimo, dentro de lo posible, toda acción organizada debería pasar por procesos de reflexión y decisión colectiva basados en información actualizada y fidedigna sobre la situación concreta a abordar.

En términos ideales, es recomendable que las acciones se tomen como parte de procesos previos de planificación. Mediante estos procesos se precisan objetivos generales y específicos para el accionar, se identifican actores del entorno que puedan ser aliados o que tengan posiciones anta-

gónicas, y se diseñan planes de acción que guíen el quehacer con perspectivas al menos operativas o de corto plazo (6-12 meses).

A la luz de todo lo tratado en este cuadernillo, es de esperar que las organizaciones comprendan que la comunicación es tanto “dimensión” (simbólica) como herramienta que se acciona para contribuir a los objetivos centrales de la organización, y que expresa una clara carga política. Por lo tanto, no debería asumirse como una mera herramienta técnica o como conjunto de acciones que se desarrollan al margen de los objetivos e intereses del colectivo, solo para difundir mensajes.

En este sentido, toda acción de comunicación debería orientarse a aportar, desde una perspectiva educativa-participativa crítica —con contenidos debidamente razonados y fundamentados, producto de acuerdos colectivos—, en consideración de las condiciones de las personas interlocutoras, para facilitar conocimiento alternativo, propiciar reflexión sobre la realidad y, desde allí, invitar a la acción, ya sea inividual o colectiva.

Como una forma de aportar al diseño de posibles planes, a continuación se presentan algunas de las estrategias de comunicación participativa más usadas por los diferentes colectivos y organizaciones sociales que trabajan por el bien común, y

que incorporan a la comunicación como parte de sus planes de organización y acción.

Aunque existen múltiples formas de plantear las estrategias, para efectos de simplificación acá las presentamos según los objetivos de comunicación que se busca conseguir con su aplicación. Así, podemos mencionar al menos las siguientes estrategias o técnicas de comunicación, de acuerdo con algunos de los objetivos pretendidos:

Estrategias de soporte:

- investigación, sistematización de experiencias, bases de datos.

Estrategias de organización:

- asambleas, reuniones periódicas, planificación, alianzas tácticas, alianzas estratégicas, redes, grupos de chat.

Estrategias de educación:

- taller participativo, periodismo comunitario, cuadernillos populares, teatro comunitario, teatro del oprimido, historias de vida, conversatorios, debates, visitas casa por casa, medios comunitarios, radio participativa, producción audiovisual participativa, tv-participativa

Estrategias de denuncia, difusión o promoción:

- conferencias de prensa, comunicados de prensa, boletines periódicos, afiches, volan-

tes, desplegables, periodismo comunitario, giras de visita “in-situ”, perifoneo, estrategias de redes y listas de chats, blogs, página web.

Estrategias de movilización, presencia y fuerza:

- marchas, piquetes, “mitines”, “plantones”, caminatas, bloqueos.

Estrategias de identidad colectiva:

- elementos de imagen de la organización (logo, color-colores, bandera), signos externos (camisetas, mantas, calcomanías).

Estrategias culturales:

- festivales, peñas, pasacalles, “casadora” cultural.

Estrategias de incidencia (política):

- Corresponden al conjunto de acciones coordinadas que buscan posicionar ideas y propuestas para generar cambios en decisiones de política pública en todos los niveles (desde el local hasta lo nacional). Aunque las luchas sociales son, en sí mismas, formas concretas de trabajar por ese tipo de cambios, las estrategias de incidencia están orientadas a incidir directamente en actores políticos por medio de reuniones, comunicados, paquetes de información, manifestación de apoyos de actores relevantes, etc. Estas acciones se or-

ganizan como una estrategia en sí misma, y parten de actividades de análisis del entorno, mapeo de actores y balances de fuerza, a fin de actuar de modo diferenciado en diferentes sectores y/o actores sociales y políticos.

Referencias y Fuentes Consultadas

- Amador, Marvin (2020). Hacia “la otra comunicación”: apuntes críticos sobre los orígenes y las lógicas simbólicas de la Comunicación Difusionista para el Desarrollo y la Comunicación Participativa. Sin publicar.
- Baeker (2017). Teorías sistémicas de la comunicación. En: Revista Mad. Revista del Magíster en Análisis Sistémico Aplicado a la Sociedad, núm. 37. Páginas 1 a 20.
- Barranquero, Alejandro (2014). El pensamiento comunicacional de Luis Ramiro Beltrán. En: Luis Ramiro Beltrán, comunicología de la liberación, desarrollismo y políticas públicas. Páginas 17 a 49.
- Beltrán, Luis Ramiro (1993). Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica, una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años. Documento del discurso de inauguración de la IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo, Instituto para América Latina (IPAL). 23 y 26 de febrero de 1993.
- Chaparro, Manuel (2015). Comunicación, Posdesarrollo y Decrecimiento. En: La Comunicación en Mutación (remix de discursos). Páginas 157-174. Adriana Amado y Omar Rincón Editores. Friedrich Ebert Stiftung. Colombia.
- Chomsky, Noam (2004). El control de los medios de comunicación. En: Rebellion (revista digital). Consultado el 10 de agosto del 2020. Disponible en: <https://rebellion.org/el-control-de-los-medios-de-comunicacion/>
- De Souza Silva, José (2011). Hacia el ‘Día Después del Desarrollo’: Descolonizar la comunicación y la educación para construir comunidades felices con modos de vida sostenibles. Documento de apoyo a la primera fase —Evaluación y Proyección— del Proyecto ALER 2020: una asociación viva y renovada para un continente que nos desafía.
- Feinman, José Pablo (2015). El sometimiento del sujeto. En: Filosofía aquí y ahora. Video de Youtube publicado el 20 de mayo del 2015. Consultado el 21 de agosto del 2016. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=jld6cPIUOmY>
- Ortega, Concepción (2011). Características fundamentales del sujeto neoliberal. Seminario Teórico “Crítica Humanista del Capitalismo Total”. Video de Youtube publicado el 10 de diciembre del 2011. Consultado el 26 de junio del 2016. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=UOCNYMFd9jo>
- Prieto Castillo, Daniel (2007). Comunicación para el desarrollo: entre los irrenunciables ideales y los juegos de poder. Seminario Comunicación y desarrollo, Encuentros desde la diversidad. INTA, Mendoza, Argentina.

