

January 2011

Capital social comunicativo

Darío Ángel

Universidad Autónoma de Manizales, darangelus@gmail.com

Follow this and additional works at: <https://ciencia.lasalle.edu.co/eq>

Citación recomendada

Ángel, D. (2011). Capital social comunicativo. *Equidad y Desarrollo*, (15), 101-129. <https://doi.org/10.19052/ed.195>

This Artículo de Investigación is brought to you for free and open access by the Revistas científicas at Ciencia Unisalle. It has been accepted for inclusion in *Equidad y Desarrollo* by an authorized editor of Ciencia Unisalle. For more information, please contact ciencia@lasalle.edu.co.

Capital social comunicativo

Darío Ángel*

101

RESUMEN

En este artículo se buscan establecer las bases para una transformación del tradicional triángulo comunicativo emisor-mensaje-receptor, por un esquema que haga alusión a la dinámica social de la comunicación relacionada con lo público: actores-escenarios-sentidos. De esta forma, es posible conformar guías para la acción y encontrar en los actores ciudadanos de comunicación, la conformación de un capital social para la democracia.

Palabras clave: comunicación, desarrollo, democracia, capital social.

Communicative Social Capital

ABSTRACT

This paper aims to establish the basis for a transformation of the traditional message-emitter-receiver communication triangle to one that makes reference to the social dynamics of public communication: actors-stages-senses. As such, it is possible to develop a series of guidelines on how to act and find the conformation of a social capital for democracy in the citizen actors of communication.

Keywords: communication, development, democracy, social capital.

* Comunicador social; Magíster en Ciencias de la Comunicación Social; candidato a Doctor en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud de la Universidad de Manizales-Cinde. Docente de la Universidad Autónoma de Manizales, miembro del grupo de investigación Ética y Política de la Universidad Autónoma de Manizales. Correo electrónico: darangelus@gmail.com; dangel@autonoma.edu.co.

Fecha de recepción: marzo 19 de 2011 • Fecha de aprobación: mayo 2 de 2011

Introducción

102

Para la democracia, la importancia de la comunicación social gravita más en torno *al acto de comunicarse* que alrededor de los mensajes o contenidos, puesto que se trata de procesos de deliberación y concertación de los ciudadanos en torno a los proyectos de sociedad. En ese sentido, la comunicación es medio y fin de la democracia, de la misma manera como la democracia es procedimiento y régimen (Castoriadis, 1989). Y esto es así porque la participación es un proceso comunicativo y requiere la distribución transparente, oportuna y abierta de la información pública. Y en un contexto de desarrollo regional sostenible e incluyente, el hecho de ponerse los actores sociales en comunicación mutua, como sujetos sociales activos, mediante la palabra puesta en común en condiciones de equidad, constituye el acto democrático por excelencia.

En la democracia, la comunicación es poner en juego la palabra en el debate público, y la ciudadanía es ejercer el derecho de participar en la conversación donde se decide el futuro del colectivo social. Los contenidos de la comunicación están incluidos en ese acto. Lo que digan los sujetos en comunicación está sometido al devenir del proceso que se autorregula en la dinámica del conflicto tramitado mediante la palabra. El significado de la democracia, en palabras de José Joaquín Brunner (1994), es un problema comunicativo:

A diferencia de lo que ocurre en cualquier otro régimen de gobierno, en la democracia el proceso político se basa en una conversación constante llevada a cabo en público, con una cantidad de personas que poseen el derecho de participar en la conversación. En su proyecto, al menos, una sociedad democrática puede ser definida como una comunidad basada en la comunicación; esto es, un entramado de instituciones y costumbres para discutir diferencias y arribar a consensos (Brunner, 1994: 2).

En el texto completo de Brunner, sin embargo, se hace insistencia en la función informativa de los medios de comunicación, en una relación de estos con cada ciudadano, en la formación de la opinión pública. Pero esa “conversación llevada a cabo en público” no se desarrolla como proceso participativo, porque no se encuentra la dinámica social a través de la cual es posible. Es decir, no se encuentra el mecanismo para que la comunicación sea una *conversación* en la que todos los ciudadanos puedan participar. Y que, además, no se limite esa participación a la votación o a los instrumentos previstos en la Constitución Política como

el voto, la derogatoria de mandato, la iniciativa ciudadana legislativa, para el caso colombiano. Estos mecanismos amplían la participación ciudadana admitida en la Constitución anterior, pero no hablan de la deliberación ciudadana en busca de un pacto por el desarrollo que se traduce en un pacto por el futuro social.

La participación ciudadana, como expresión de la democracia, relacionada íntimamente con la descentralización de la administración y del modelo de desarrollo, es posible en la vitalidad de los procesos locales, de modo que la comunicación masiva, en un proyecto democrático, estaría subordinada a los procesos locales y no a la inversa. Es decir, en un proceso democrático participativo serio, en el cual los actores sociales hagan valer su capacidad de agencia, y los ciudadanos exijan su derecho a participar en la vida pública, la vitalidad de los procesos locales termina imponiendo su condición a los grupos que tienen en su poder los medios masivos y no a la inversa.

Esta vitalidad es, por otro lado, causa y efecto de incertidumbre, porque las decisiones dependen de la libertad de los ciudadanos, y si la libertad es respetada, deben ser acogidos sus resultados impredecibles. Pero la incertidumbre es esperanza cuando se garantizan los procesos comunicativos, porque estos permiten el debate, la argumentación y la negociación. La incertidumbre es fuerza que impulsa desde dentro toda dinámica humana. Y este acontecer de la libertad solo es posible mediante la acción comunicativa en equidad.

La apuesta por el desarrollo regional y local, como concreción de la democracia participativa, busca la apropiación de la palabra puesta en juego por parte de los ciudadanos, en condiciones de equidad. En este sentido, es un factor clave en la lucha contra la exclusión.

El problema que nos planteamos se refiere a las formas comunicativas que permitan la participación de los ciudadanos en las decisiones sobre su futuro, es decir, se trata de encontrar la mediación entre el Estado y los ciudadanos individuales, cuya relación directa es distante y eventual. Y, por supuesto, esta es una mediación comunicativa.

"La incertidumbre es esperanza cuando se garantizan los procesos comunicativos, porque estos permiten el debate, la argumentación y la negociación".

El horizonte histórico de la comunicación

104

El objetivo de esta breve mirada, a vuelo de pájaro, sobre un panorama del pensamiento de la comunicación, no pretende otra cosa que observar el mapa, con el fin de saber dónde estamos parados en este análisis y para dónde vamos. En este horizonte, nuestra mirada sigue un flujo de pensamiento que deriva de un proyecto democrático. En busca de la ubicación en dicho mapa conceptual, acudimos a una lectura ética↔política↔cultural de la comunicación, que permita encontrar formas comunicativas de actuación para la participación democrática.

Los funcionalistas

Cuando hablamos de estrategias de comunicación para un proyecto de desarrollo, pocas veces somos conscientes de que estamos acudiendo a un lenguaje bélico. En efecto, como herencia de la guerra mundial concluida hace poco más de medio siglo, y continuada de manera soterrada a veces, abierta otras, hasta el presente, recibimos una teoría guerrera de la comunicación, y una teoría guerrera del desarrollo.

En relación con el *desarrollo*, sabemos que el término empezó a usarse después de la Primera Guerra Mundial para referirse al camino que debían seguir las naciones débiles que, en opinión del presidente Wilson de los Estados Unidos, después de la Primera Guerra Mundial, eran incapaces de administrarse por sí mismas (Mattelart, 1995). Casi cuarenta años después, el Plan Marshall, después de la Segunda Guerra Mundial, trazó un programa de desarrollo para los países *subdesarrollados*, bautizando de esta manera a las naciones que tenían la probabilidad, por sus escasos estándares de producción, de caer en manos del comunismo soviético (Cortés, 1997).

Como herencia de las estrategias de comunicación alemanas en la guerra, que tuvieron una eficacia insospechada para los países aliados, la comunicación se convirtió en un objeto de estudio y, especialmente, en un campo de batalla. Como objeto de estudio, el funcionalismo matemático generó un lenguaje neutro, heredado de la observación sobre la operación de los telégrafos. De ahí nace ese esquema de la ingeniería de la comunicación que se hizo popular y que se consideró durante décadas el principio de la teoría general, que aborda la comunicación en clave de transmisión de información. De esta manera, la teoría cibernética de la comunicación de Norbert Wiener, y la teoría matemática de la comunicación de Claude Shannon y de Warren Weaver, ingenieros de la compañía Bell Telephone, se convirtieron en la forma de neutralizar el discurso comunicativo de la guerra (Cortés, 1997).

La crítica histórica al funcionalismo

Este paradigma funcionalista fue criticado fuertemente por escuela de Frankfurt y por las corrientes marxistas, al señalar que el funcionamiento de los *mass media* estaba insertado en la industria cultural de la sociedad capitalista, y no era posible aislarlo del contexto. De manera que cualquier producto comunicativo porta un mensaje que pretende reproducir el sistema económico y matizar sus contradicciones internas, como producción “ideológica”, es decir, como justificación en la conciencia de intereses concretos. En este sentido, para algunos autores, toda acción de los medios, manejados por dichos intereses, es alienante porque produce la ilusión de una vida que no es la propia.

La racionalidad instrumental sirvió de escudo protector para la comprensión de la comunicación como estrategia bélica. La escuela de Frankfurt, en los años cincuenta, desarrolló la teoría de la industria cultural en la Alemania de posguerra. Theodor Adorno y Max Horkheimer (1971) encontraron que el modelo de reconstrucción alemán incorporaba, como elemento central, las industrias culturales, que habían servido al régimen nazi como maquinaria de guerra, especialmente a través de la radio. La guerra había desmantelado la vieja política, y un continente herido se debatía por encontrar nuevos horizontes y nuevas esperanzas. Y, entonces, las industrias culturales se montaron en el caballo de Troya de los medios masivos, para poner ante los ojos de las poblaciones golpeadas, modelos de vida que concretaban las posibilidades de libertad y decencia. Lo importante era que la amenaza comunista no se apoderara de las conciencias.

De este modo, la crítica de los modelos comunicativos y culturales demostró que el sentido de los mensajes transmitidos por las industrias culturales y comunicativas no era evidente. Se realizó un análisis *hermenéutico* de los productos comunicativos, con el cual fue posible demostrar la falta de inocencia y de pretendida objetividad que defendía el paradigma funcionalista. Se demostró que las industrias culturales, de alguna manera, ponían en el mercado simbólico productos envenenados que los ciudadanos consumían de manera inocente. En esta crítica, se hacía central el cuestionamiento de la alienación y la crítica de la ideología.

No obstante, hubo un cierto mecanicismo en la manera como concibieron la recepción de los mensajes. El énfasis que esta crítica hacía en la posesión de los medios y en los mensajes emitidos, partía del supuesto tácito, y quizás no del todo consciente, de que los receptores eran pasivos y asumían mecánicamente los mensajes recibidos. El uso de los mensajes y las resistencias culturales a los medios fueron estudiados posteriormente.

Los medios

106

Marshall McLuhan y Quentin Fiore (1967), por su parte, se inquietan por el resultado que se obtiene en la relación del espectador con los diferentes medios. Encuentran que aquello que afecta al espectador no es tanto *el mensaje* o *contenido* de los programas, sino el medio que enfría o calienta la cultura, de acuerdo con sus características estructurales, a partir de la hipótesis de que el espectador participa en mayor o menor medida, dependiendo de los medios, que no son otra cosa que extensiones del hombre. En la televisión, por ejemplo, el espectador tiene que completar la imagen en la pantalla, que solo ofrece puntos blancos y negros (hoy píxeles con intensidades de RGB), y hace que el medio sea frío y exija alta participación del espectador, de ahí se da el salto a la concepción según la cual, esa relación de los espectadores con el medio hace que la cultura se enfríe, es decir, que haya una mayor participación cultural y un mayor alcance de esa participación.

Ahora bien, esa intervención no es conceptual sino mediática, es participación tecnológica en la producción de la imagen —visual, táctil (la televisión para McLuhan es táctil, auditiva)—. Esta mayor participación en códigos de sentidos otorga la posibilidad de borrar fronteras culturales y permite producir una retribalización que, finalmente, conduce a lo que él llama *aldea global*. La radio, en cambio, con señales análogas, tiende a calentar la cultura, convoca a una acción poco participativa por parte del espectador, que es precisamente pasivo ante el medio.

Hoy, esta visión es más comprensible cuando intentamos entender qué le sucede a un muchacho que dedica horas enteras a navegar o a jugar en Internet. El sentido de la globalización es muy fuerte en esta relación, al eliminar la noción de lo *cercano* y lo *lejano* y al exigir el establecimiento de lenguajes comunes universales. No obstante, en la dinámica global-local, el núcleo problemático no consiste en la eliminación de fronteras que produce el *enfriamiento* de los medios, sino en la actividad intersubjetiva expresada en el acto de comunicarse.

La teoría de la acción comunicativa

Es significativo el aporte de la teoría de la acción comunicativa en la comprensión de la comunicación como soporte y forma de la acción intersubjetiva. Habermas (1981) busca resolver el problema de la relación sujeto-objeto como problema clave de la teoría del conocimiento en la modernidad desde Descartes. De alguna manera, el sujeto trascendental de Kant se transparenta en distintas formas en la dialéctica, tanto hegeliana como marxista, en formas como la concepción del sujeto como sociedad y de objeto como naturaleza, en Hegel, o bien, en forma de

punto de vista de clase en Marx. Y la teoría de la acción comunicativa intenta darle una salida a la desubicación del individuo como sujeto de conocimiento desde una perspectiva que permita dar cuenta de la unidad racional y la pluralidad de los sujetos individuales, asumiendo dialécticamente al sujeto histórico universal y al sujeto individual mediante la posibilidad de *consenso*, derivado de unas condiciones que hagan transparente el punto de vista del otro. Es decir, la acción comunicativa persigue la relativización de la razón absoluta que solo puede ser razón de un sujeto sin sujetos, es decir, de un sujeto trascendental, de la humanidad o de la clase, como sujetos ideales. Esta perspectiva establece un paradigma de intersubjetividad en el consenso y de eficacia teleológica, que abre posibilidades nuevas en la investigación en ciencias sociales (Hoyos y Vargas, 1997).

El recorrido desde Husserl hasta Habermas, en el ámbito de la fenomenología, que incluye a Apel, a Ricoeur y a Derrida, es una especie de diatriba contra la monadología de Leibnitz, quien parece cancelar las posibilidades profundas de la comunicación humana. Y este recorrido ha ido concretando el problema de la comunicación, desde un cierto platonismo de Habermas hasta una perspectiva histórica en la fenomenología actual, que ubica la historia en “el mundo de la vida”, propuesta hecha por el fundador de la fenomenología.

Kart Otto Apel propone el *apriori de la comunidad ético-histórica de comunicación*, en la línea de la intersubjetividad de Husserl. Sobre ese concepto, Juan Carlos Scannone (1986),¹ construye a su vez el concepto de *nosotros ético-histórico* como superación de la dualidad subjetivo-objetivo y remite, de manera necesaria, el conocimiento a la historia y a la política como su campo de existencia real. En este contexto, la comunidad de sentido, la comunidad intersubjetiva de comunicación, es acción de conocimiento por ser *nosotros ético-histórico*. Es decir, el conocimiento parte de este *apriori* y se concreta en la acción real de los nosotros que se entienden también en la relación historia-cultura. En palabras de Scannone:

En cada nosotros ético-histórico se da analógicamente una instancia originaria, fundante y estructuralmente constitutiva, la cual —en su identidad analógica y plural— respeta las diferencias tanto éticas (entre “yo”, “tú”, “él”; entre “nosotros” y los otros “nosotros”; entre los modos éticos de la aceptación y del rechazo) como históricas (hermenéutico-culturales y socio-

1 Salvadoroño que trabaja en la perspectiva de producir una epistemología de la liberación latinoamericana.

materiales). De ese modo quedan respetadas no solo la irreductible alteridad del otro (y de cada otro “nosotros”) sino también la libre puesta en juego de la comunicación y la imprevisible novedad histórica. Tal respeto es exigido por la índole propia de la comunicación y de la comunidad de comunicación (Scannone, 1990).

En este contexto, ubicamos el fortalecimiento de los procesos comunicativos como el imperativo ético-político de construcción de sujetos sociales históricos. Si son las *comunidades de comunicación ético históricas* los sujetos que construyen sentidos, es en la vitalidad de los procesos locales donde podemos encontrar los sujetos de la construcción de la historia.

La teoría de las mediaciones

Un aporte crucial en este contexto es la categoría de *mediación simbólica* de Clifford Geertz, introducida por Jesús Martín-Barbero (1987) en el análisis de la comunicación. En su propuesta, se hace relativa la relación aristotélica de causalidad de los medios en la vida de las sociedades. Es decir, se cuestiona el determinismo de los medios que parecían tener un poder absoluto sobre la conciencia en la crítica estructuralista, y acude a la observación de las negociaciones que establecen las audiencias con los medios, en la perspectiva de la resignificación que elaboran los sujetos frente a todo acto simbólico.

La mediación es una instancia simbólica hecha pública donde se hace posible la intersubjetividad. Pero esa instancia simbólica no es institucional ni formal sino cultural, aunque pueda concretarse en instituciones y adquiriera formas específicas. En todo caso, las mediaciones comunicativas se dan dentro de procesos que implican tiempo social, tiempo cultural. No se trata, pues, de productos y de medios, sino de procesos que van arrojando productos y que transitan por determinados medios o en determinados escenarios, pero en la medida en que los sujetos sociales ganan el proceso de producción simbólica, son capaces de transformar los productos. Los sujetos sociales, en este proceso de mediación, ganan tanto la apropiación tecnológica como la incorporación creativa de los lenguajes y los procedimientos de producción en los medios (Martín-Barbero, 1987).

En este sentido, el concepto de *comunicación* se centra más en los procesos que en los medios, los productos o los mensajes: lo que se diga (mensaje), a través de qué se diga (medio) y en qué forma se diga (lenguaje-producto) están sujetos al devenir del proceso. El acontecer de este proceso, que por naturaleza será el escenario de la tramitación de los conflictos y no una forma de eludirlos, producirá

los mensajes y dará claridad sobre los diferentes intereses en juego. Lo importante es garantizar el acceso con equidad a las posibilidades expresivas.

Hacia una propuesta

109

El horizonte por el cual queremos transitar en este trabajo es la comunicación para la democracia, y la democratización de la comunicación. De esta manera, nos orientamos por la perspectiva de quienes abordan la comunicación como productora de comunidades de sentido (Apel, Habermas, Scannone), y no por quienes se preocupan por el funcionamiento de la transmisión de información. Por otra parte, no se nos escapa la importancia de observar lo que ocurre en las audiencias frente a la acción de los medios masivos, pero nuestro interés se orienta hacia las formas de apropiación de los procesos, según la indicación de Martín-Barbero, en la construcción de la democracia.

Triángulo comunicativo

El triángulo comunicativo establecido por los funcionalistas, y seguido por casi todas las escuelas de comunicación desde entonces, es, a saber, emisor-receptor, medio y mensaje. Desde el momento en que se mencionan los sujetos que se comunican en términos de emisor y receptor, ya se acepta el hecho de que la comunicación es un acto de transmisión de información o de *mensajes*, lo que limita de entrada la revisión del proceso de transmisión, sin tener en cuenta los procesos de producción y de consumo de dichos mensajes.

Por otra parte, cuando se habla de *medios*, suele pensarse en los medios masivos, como si la comunicación social solo pudiera transcurrir a través de la radio, la televisión o la prensa. Es evidente, sin embargo, que el auge de las TIC desacredita ese supuesto y muchos estudios sobre comunicación popular hablan de otras formas y escenarios de comunicación.

En tercer lugar, cuando se habla de mensajes se supone que se trata de paquetes codificados y cerrados, es decir, inmodificables, que son enviados para que sean descifrados por los destinatarios o receptores. Pero esta perspectiva ya ha sido revaluada de manera suficiente para insistir en su crítica. Mario Kaplún, en un intento por desbaratar el esquema vertical de la comunicación, y darle valor al comunicador popular, concibe a los sujetos de la comunicación como *emi-rec*, con el propósito de superar el sentido de una comunicación sin retorno. Dice Kaplún: “[...] la relación comunitaria que consiste en la *emisión/recepción de mensajes* entre interlocutores en estado total de reciprocidad; todo hombre debe

ser visto y reconocido, como un *emi-rec* y tiene derecho a participar en el proceso de comunicación actuando alternadamente como emisor y receptor” (1996: 85).

110 El sentido que tiene el concepto de *emi-rec* en este texto de Kaplún, como se observa, se refiere a “la relación comunitaria”, es decir, a la comunicación cercana, a los contextos locales, no a la comunicación masiva. Porque, en rigor, esta definición de comunicación sigue centrándose en el proceso de transmisión y no en los actores en un proceso de “participación”, como lo definía antes de la Segunda Guerra el Diccionario de la Real Academia de la Lengua.² No obstante, es evidente que la intención de Kaplún es una ruptura con el modelo funcionalista, al reconocer el derecho de todo ciudadano a participar en el proceso de comunicación. Frente al triángulo funcionalista, proponemos otro triángulo no funcionalista que pretende dar cuenta de un proceso más complejo:

- *Actores*. Los agentes de la comunicación para el desarrollo, en la perspectiva del actor social de Alain Touraine (1987).
- *Escenarios*. Contiene dos aspectos: el *alcance* de los circuitos de mediación comunicativa, que no necesariamente se refiere a la comunicación alternativa tradicional (entendida como pequeños medios) o a las nuevas tecnologías. Y la *oportunidad* (sentido de agenda).
- *Sentidos*. Presenta cuatro aspectos: problemas *culturales*, problemas *políticos*, problemas *éticos* y problemas *ambientales*. En nuestro estudio, nos interesan los sentidos que circulan en la esfera social en relación con lo público respecto a estos cuatro problemas.

A continuación, trataremos de ampliar estos tres conceptos que abordamos en este trabajo a modo de categorías de análisis, y que nos permiten definir el problema objeto de nuestro estudio.

Actor social como capital social de comunicación

El actor social en Alain Touraine (1987) se toma como el sujeto consciente que es capaz de *actuar* en el mundo y que se vincula, de alguna manera, con los nuevos movimientos sociales como transformador de las relaciones sociales. Este

² Si bien el diccionario adoptó un modelo funcionalista, según la moda heredada de Shanon y Weaver, para la definición de *comunicación*, en la definición de *participación* aún conserva la relación con la comunicación. Dice en su quinta acepción: “Comunicación o trato”.

actor social se remite a un nuevo paradigma planteado por Touraine, en el cual lo social es mirado desde una perspectiva cultural más que política. Es decir, no importa que un movimiento social triunfe políticamente, si sus postulados renovadores penetran la cultura y permiten que los actores que participan en dichos movimientos tengan un juego en la sociedad, diferente al que tenían a partir de cierto monismo político de los años setenta.

El problema consiste en que los nuevos movimientos sociales que se habían gestado en las décadas del cincuenta al setenta del siglo pasado, habían concebido la acción de los actores sociales en función de las reivindicaciones o de las resistencias, de manera que solo podía pensarse en un campo de acción por fuera de la institucionalidad social, y por eso, Touraine entiende que es la cultura y no la política el escenario de los nuevos movimientos sociales. Estos nuevos movimientos incluyen las luchas feministas, de los jóvenes, de las etnias, de la comunidad LGBT, de pobladores, de trabajadoras sexuales y de grupos que no eran considerados por la ortodoxia revolucionaria socialista.

Hay, sin embargo, un aspecto que no está considerado en la perspectiva de Touraine, puesto que su preocupación se refiere a los procesos de emancipación frente a un Estado que se supone ligado por necesidad histórica a los grupos hegemónicos. Pero cuando se trata de encontrar procesos de desarrollo endógeno, que potencien las fuerzas de una región o de una localidad, los actores sociales se conciben de una forma nueva, y el Estado es, sin duda, uno de los actores esenciales del proceso. Sergio Boisier (1994), quien adopta el término de Touraine, empieza a pensar en el actor social como actor del desarrollo, y elabora su sistema de mapas de actores pensando, por supuesto, en algo diferente, que se relaciona con la economía, con la política y con la cultura, como quería Touraine.

Quien le da un sentido al actor social en función del desarrollo, que integra la perspectiva emancipatoria de Touraine y la de trabajador del desarrollo de Boisier, es Amartya Sen, con su propuesta de *agente*, es decir, de sujeto con capacidad de agencia, con capacidad de gestión en un contexto de desarrollo concebido como la posibilidad de ganar libertad (Sen, 2000). Es preciso comprender que el contenido de la democracia en América Latina es el desarrollo. La ciudadanía se ejerce

"Cuando se trata de encontrar procesos de desarrollo endógeno, que potencien las fuerzas de una región o de una localidad, los actores sociales se conciben de una forma nueva, y el Estado es, sin duda, uno de los actores esenciales del proceso".

en función de la participación en un proceso de desarrollo. De manera que el desarrollo, entendido como posibilidad de libertad, le da sentido a la ciudadanía y a la democracia.

112

Capital social comunicativo

La inserción del actor social en los procesos de desarrollo obliga a pensar en las fuerzas que se requieren para generar el desarrollo, es decir, ubica al actor social en una interrelación de fuerzas y en una dinámica de relaciones sociales que exigen, en términos de Boisier (1999), una sinergia de capitales, de manera que se piensa el desarrollo no simplemente como un problema (o principalmente) de inyección de capital financiero a un territorio, sino de hacer converger múltiples energías desde dentro. Los actores o agentes sociales, entendidos no solo como ciudadanos individuales sino como ciudadanos organizados, conforman una de esas fuerzas que Pierre Bourdieu (1986) llama *capital social* y que define como: “[...] el agregado de recursos actuales y potenciales que están vinculados a la posesión o acceso a una red permanente de relaciones más o menos institucionalizadas de mutua aceptación y reconocimiento, en otras palabras, que están establecidas en función de la membresía en un grupo” (248).

En esta definición de *capital social* de Bourdieu, se contabilizan los recursos organizativos que producen sentido de pertenencia a un grupo y que permiten que los ciudadanos individuales sean parte de fuerzas que los ponen en contacto, es decir, se trata de la organización de las fuerzas y de la mediación individuo-sociedad. Por su parte, la Cepal entiende *capital social* como: “El capital social de un grupo humano podría entenderse como la capacidad efectiva de movilizar productivamente y en beneficio del conjunto, los recursos asociativos que radican en las distintas redes sociales a las que tienen acceso los miembros de un grupo” (s. f.: 17).

En esta definición, se señala cómo esas fuerzas asociativas inciden en la dinámica del desarrollo del conjunto social, e introduce el concepto de *red social* como el sistema de relaciones entre grupos. De manera que el capital social se amplía a sistemas relacionales en función de la dinámica del desarrollo.

Estas definiciones de *capital social* han permitido que, desde los años ochenta, se hayan identificado diferentes fuerzas, consideradas como “capitales” por sus características de ser acumulables y de intervenir efectivamente en los procesos de desarrollo, mediante dos propuestas de sistematización. La primera es presentada por Sergio Boisier (1999) en su concepción de *capital sinérgico*, y establece los siguientes tipos de capitales:

- Capital social.
- Capital cívico.
- Capital cultural o de identidad.
- Capital cognitivo.
- Capital simbólico.
- Capital institucional.
- Capital psicosocial.
- Capital humano.
- Capital mediático o relacional.

La segunda forma de sistematización ha sido desarrollada por el Instituto Tecnológico de Monterrey (Carrillo, 2004, citado por Chaparro, 2007) como un *sistema social de capitales*, con el objeto de establecer posibilidades de mediciones de los recursos de una región (Chaparro, 2007) en una larga lista de capitales correspondientes a dos grandes divisiones: *metacapitales* y *capitales productivos*, que pueden observarse en la figura 1.

En este esquema de capitales, pensado en función del desarrollo regional, se destacan algunos aspectos que es preciso considerar para nuestro objeto de estudio: en primer lugar, al parecer hay escondida una visión tecnológica de la comunicación, puesto que no remite ningún tipo de capital a la capacidad comunicativa de una región, más que a través de las TIC y los medios de comunicación. Sin embargo, relaciona otras formas de capital como las redes sociales y algunas funciones en otra clase de capitales como la participación social, la participación ciudadana y el control social de lo público, que podríamos vincular con las funciones comunicativas.

Sin embargo, resaltamos tres tipos de capitales que se pueden relacionar directamente con nuestra propuesta: el capital relacional, perteneciente a los capitales articuladores, contiene una serie de capitales subsidiarios como el capital social, las redes, la participación y la capacidad de generar organizaciones no gubernamentales y organizaciones comunitarias.

En segundo lugar, entre los capitales productivos, encontramos el capital humano, y dentro de este, el capital humano colectivo, donde se incluyen capitales subsidiarios como competencias existentes en la región, educación y formación para el trabajo.

Y, finalmente, encontramos aspectos del capital instrumental, vinculados con los recursos intangibles de una región, como la calidad institucional, el control social de lo público (veedurías ciudadanas) y la conectividad mediante TIC y

medios de comunicación. Es curioso que el TEC de Monterrey haya ubicado los medios de comunicación, la infraestructura de telecomunicaciones y la conectividad a través de TIC en los recursos intangibles, puesto que se trata de inversiones duras, como el parque automotor y la infraestructura vial.

114 Estos tres aspectos mencionados en este sistema social de capitales para el desarrollo regional, pueden resumirse en tres aspectos del desarrollo que competen a la comunicación estratégica: el capital humano, el capital social y el sentido. Es decir, en nuestra perspectiva, la capacidad de los actores sociales, su capacidad relacional o de organización y los sentidos democráticos frente a lo público.

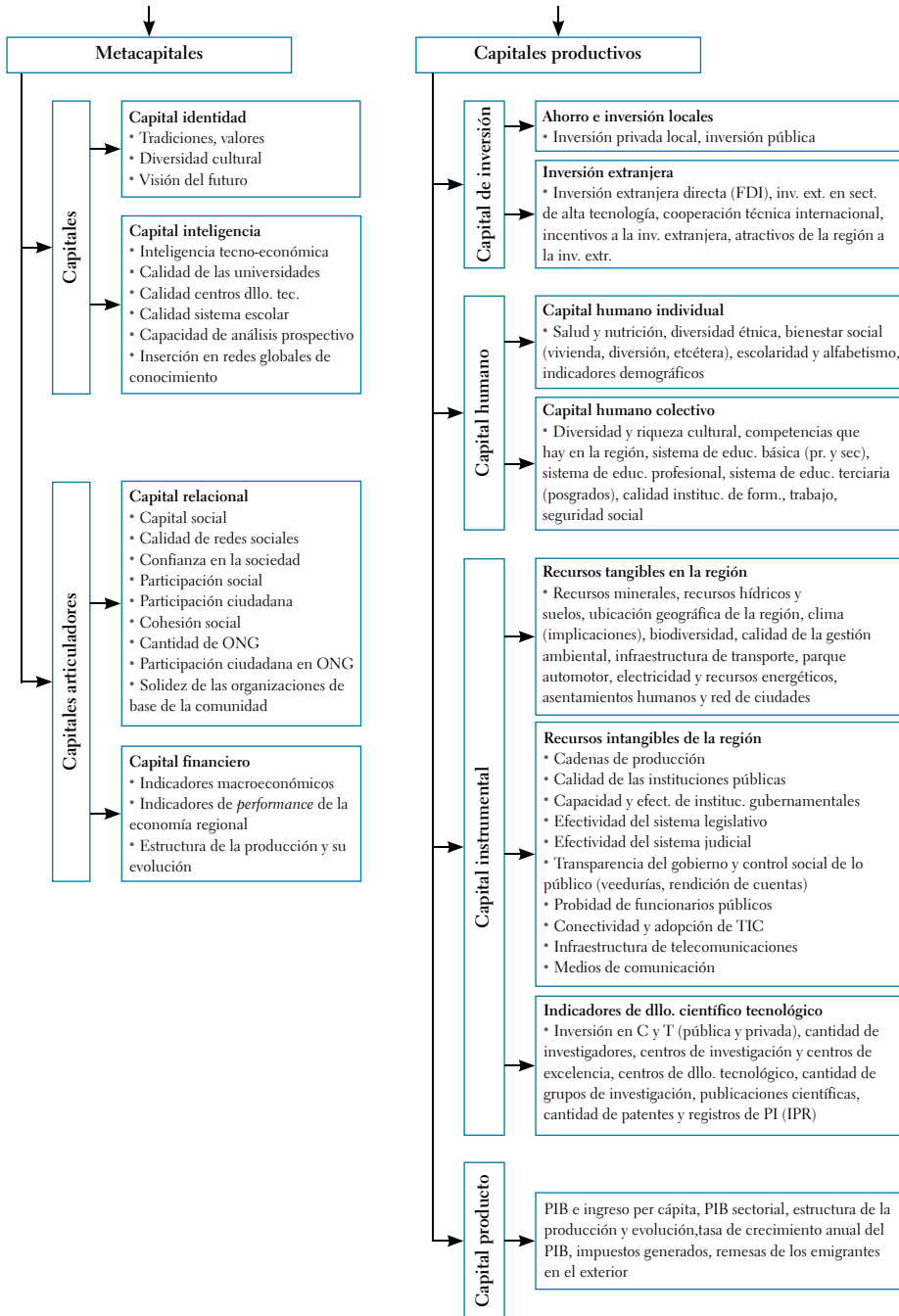
De acuerdo con Boisier (1999 y 2007), el desarrollo no es posible sino mediante una *sinergia de capitales*, capaz de impulsar el conjunto de la energía regional. Ahora bien, en una perspectiva democrática, ese desarrollo *sinérgico* no tiene sentido sino mediante la participación (inclusión) de todos los actores del desarrollo, a partir de los ámbitos locales, en una perspectiva de sostenibilidad (Banco Mundial, 2001; Ciro et ál., 2007). Esto quiere decir que se requiere un sistema de inclusión que tiene un componente institucional y otro componente social. En otras palabras, las instituciones deben estar diseñadas para la inclusión social y la participación ciudadana, y los actores sociales deben tener capacidades suficientes para exigir esa participación y para ejercerla.

Actores del desarrollo como actores de comunicación

Al pensar la comunicación como factor de desarrollo y como componente intrínseco de la democracia, tenemos que pensar, entonces, en actores sociales de comunicación como los sujetos que se ponen en contacto comunicativo en los procesos sociales. Esto quiere decir que se deben entender los actores del desarrollo como actores de comunicación. Todo actor de desarrollo es un actor de comunicación. Es decir, es un agente de concertación, de participación, que actúa en un escenario donde todos los agentes tienen derecho a “poner palabra”³

3 Hay una práctica originada en la cultura de los tunebos, que se ha extendido por todo el país y hoy la gran mayoría de culturas indígenas en Colombia la han adoptado. Se trata del mameo. La comunidad se reúne en un espacio donde suele mambear, y van masticando hojas de coca, que suavizan con ambil o con cal, mientras “ponen palabra”, es decir, mientras conversan. Cada uno de los miembros del grupo reunido “pone palabra”. Pero la palabra que resulta del proceso del mameo no es de ninguno de los miembros particulares. Es del grupo. Ya quienes pusieron palabra no distinguen lo que puso el uno o lo que puso el otro. El producto es la palabra común. Es decir, es la comunicación. En ese proceso de construcción de comunicación, no puede hablarse de emisores y receptores. Allí la comunicación es participación, o mejor, integración.

Figura 1. Sistema de capitales en una región



Fuente: elaboración propia.

sobre el futuro social. Un actor local de desarrollo activa procesos de inclusión en la medida en que sea un actor de comunicación. Todos los actores activos del desarrollo producen acciones comunicativas en un proceso participativo.

116 De alguna manera, todos los ciudadanos son agentes de comunicación en la medida en que participen en las deliberaciones y decisiones del colectivo social. Sin embargo, es preciso encontrar los escenarios de mediación donde se tramita la vida pública para examinar allí la manera como ocurren dichos trámites.

Comunicadores como actores del desarrollo

Dentro de los actores o agentes del desarrollo, como actores de comunicación, encontramos a los comunicadores de oficio como agentes que intervienen todo el proceso comunicativo. Es decir, los comunicadores como actores del desarrollo. Los comunicadores locales tienen una función especial dentro de los procesos comunicativos del desarrollo, o de la comunicación pública. El hecho es que estos actores pueden ser entendidos como capital social comunicativo en la medida en que sean capaces de activar procesos de concertación, de participación ciudadana, de información pertinente y oportuna en los procesos locales; en la medida en que sean capaces de activar pactos sociales por el desarrollo.

El fenómeno de los actores ciudadanos de comunicación

El aspecto central sobre el que llama la atención Alfonso Gumucio-Dagron (2001, 2004) es el fenómeno de la comunicación popular. Señala cómo la literatura de la comunicación ha dedicado sus esfuerzos a analizar los temas establecidos por los autores europeos y norteamericanos, y ha dejado en el olvido el fenómeno que ha tenido una fuerza inusitada en nuestro continente. Del mismo modo, los autores que han trabajado y analizado el hecho, como Juan Díaz Bordenave, Daniel Prieto Castillo, Rafael Roncagliolo, Luis Ramiro Beltrán, entre otros, solo han sido tenidos en cuenta cuando han sido citados por los teóricos de otras regiones.

El fenómeno que Gumucio-Dagron (2008) denomina *comunicación popular*, nosotros preferimos llamarlo *comunicación ciudadana*. La discusión es introducida por Lluís Bassets en su trabajo *De las ondas rojas a las radios libres* (1981). Este fenómeno es muy fuerte en Colombia y ha sido diagnosticado en algunos estudios de la década de los noventa (Ángel, 1998; Gómez, 2001). Se trata de las radios y televisiones comunitarias. Es evidente que tanto Gumucio-Dagron como estos estudios se refieren a los medios de comunicación masiva en manos de grupos ciudadanos organizados y no de gremios económicos.

Este fenómeno, sin embargo, solo es parte del tema de la comunicación local, inscrito en las diferentes regiones. Los medios de comunicación son importantes, pero no constituyen todo el fenómeno de la comunicación local, fundamento de una región concertada.

117

Las redes

Las redes, tanto de actores del desarrollo como de comunicadores son, en sí mismas, un problema comunicativo. Las redes son tejidos de apoyo y de información que alimentan los procesos de cada uno de sus miembros o nodos. Y se puede encontrar en estos tejidos tanto acciones colectivas como posibilidades de asociaciones temporales, rastreo de servicios y muchas otras formas de fortalecimiento de cada uno de los integrantes (Adler, 1994).

Las redes no son organizaciones representativas o *aparatos* como las asociaciones o las federaciones. Son sistemas de vínculos que no implican homogeneidad en los vinculados, que no requieren acuerdos programáticos, y donde nadie representa a nadie. Es decir, son formas de acción nodal donde se hace posible la deliberación, el intercambio de servicios y el acceso libre a la información que circula en el tejido.

En este sentido, las redes son una competencia comunicativa donde es posible movilizar opinión e información, aunque el sentido de la red no es, de modo inmediato, el consenso o el acuerdo. La heterogeneidad es, en ocasiones, la garantía de vitalidad de una red. En una red de comunicación, por ejemplo, cabe una emisora comunitaria, un canal de televisión local, un técnico electrónico, un grupo de teatro, un artista plástico, un grupo de grafiteros, un colectivo de comunicación no vinculado con ningún medio, y muchos otros que encuentran una oportunidad de acción y de apoyo en su vinculación a la red.

Escenarios

Un proceso comunicativo tiene, por lo general, un alcance y un escenario. Y en cada nivel existen circuitos por los cuales fluye la comunicación. Ahora bien, en la perspectiva del desarrollo regional, las agendas públicas y la actividad de los planes y proyectos de desarrollo en los cuales participan los diferentes actores, la comunicación juega un proceso heterogéneo, de múltiples niveles y variados propósitos, donde los diferentes actores y las comunidades tienen la posibilidad de poner a circular sus opiniones y sus sentidos, y donde se va decantando un sistema de representaciones sociales que puede constituir un verdadero saber.

Escenarios locales

El nivel local es el escenario privilegiado de la participación ciudadana y, por consiguiente, del acceso a la comunicación participativa, porque es allí donde el ciudadano tiene posibilidades de acceso a los medios y mecanismos de expresión de su opinión y de la información pública. Sin embargo, el ámbito local solo es un escenario de comunicación porque no toda la realidad social y del desarrollo se agota en el nivel local. En esta investigación, estamos ubicados en la perspectiva regional, y en la idea de *región* como sujeto, es decir, la región puede interactuar y comunicarse con otras regiones y con otros contextos (Ángel, 1998; Gómez, 2001).

En el país existe un fenómeno de comunicación local y comunitaria como fruto de los esfuerzos espontáneos de los ciudadanos y de sus organizaciones por encontrar maneras de comunicarse. La comunicación local y comunitaria nace como iniciativa ciudadana y crea un campo propicio para la participación en la gestión pública y el control social. Como expresiones de formas comunicativas en este ámbito local, podemos encontrar la televisión local y comunitaria, las radios comunitarias, las radios escolares, los periódicos barriales, las redes de carteleras, los cineclubes, los colectivos de comunicación, los grupos de teatro y muchas otras formas locales.

Estos esfuerzos ciudadanos, sin embargo, no han encontrado formas estables y potentes que permitan comprender el fenómeno como un sistema de comunicación ubicado en el nivel local. El desarrollo tecnológico vinculado con el manejo de lenguajes audiovisuales, la gestión empresarial y la producción conceptual es muy precario en el nivel local. Sin embargo, la persistencia de las experiencias hace pensar que es posible diseñar estrategias para fortalecer procesos participativos de comunicación en el nivel local.

La reunión

En el diagnóstico de comunicación realizado por el convenio Unicef-IDCT, se establece la reunión como el principal proceso comunicativo mediante el cual los ciudadanos se enteran de los acontecimientos públicos. La reunión es un genérico de las múltiples posibilidades de cita entre ciudadanos, por motivos aún más diversos. Se puede pensar en reuniones de padres de familia, de juntas de acción comunal, de clubes deportivos, de asociaciones, de sindicatos, de grupos culturales y, en fin, de infinidad de formas de vinculación que hacen parte de alguna manera del capital social.

Este fenómeno comunicativo, sin embargo, como fuente de información, puede tener diferentes manejos y formas, y su formalidad depende de la estructuración del capital social que le da vida y que se activa con la reunión. Es un fenómeno, además, que puede ser manejado por los organizadores, como sucede con todos los demás procesos comunicativos. Hay reuniones cuyo objetivo es simplemente informativo, como suele suceder con las reuniones de padres de familia, y hay muchas otras donde se toman o se alimentan decisiones. En el último caso, hay un *ciclo* que puede graficarse según la figura 2.

Figura 2. Ciclo de decisión



Fuente: elaboración propia.

Cada uno de estos momentos puede ser independiente de los otros y, de hecho, las posibilidades de manipulación de una decisión se facilitan con la separación de cada momento. Se precisa que la información previa a una deliberación sea oportuna y suficiente, con el fin de que los participantes de la reunión tengan tiempo de pensar y discutir en sus propios ámbitos sus posiciones. La deliberación que no cuenta con un proceso previo de información suele conducirse de una manera poco confiable. Por otra parte, los procesos de decisión pueden separarse de los momentos de deliberación, y pueden estar en manos de actores que ni siquiera participaron del proceso deliberativo. En esta forma, la deliberación es solo una ficción de participación.

Con esta caracterización, es posible observar cómo los circuitos más locales no garantizan por sí mismos participación democrática en los procesos de toma de decisiones del desarrollo local o regional. En muchas ocasiones, la descentralización no es garantía de democracia, puesto que lo que permite es la apropiación de los procesos públicos por parte de caudillos locales. Sin embargo, estos circuitos son el escenario donde suelen formarse las representaciones sociales que dan cuerpo al sentir colectivo.

Circuitos regionales y nacionales

Por otra parte, dado que los ámbitos del desarrollo no se agotan en el escenario local, es preciso observar tanto los circuitos locales como la relación de estos con los circuitos regionales, nacionales y globales. Es decir, en esta investigación es importante encontrar los vínculos comunicativos de la región con ámbitos mayores en las mediaciones de la participación ciudadana.

Encontramos aquí medios de comunicación como los canales de televisión regionales, los periódicos de circulación regional, las radiodifusoras de alcance regional, las reuniones de concertación de actores regionales con o sin mediación estatal, la mediación de actores de influjo regional y muchos otros.

El acceso a circuitos regionales por parte de actores locales del desarrollo y de comunicadores locales es una de las formas de desenquistar los ámbitos locales y proyectarse en contextos más amplios. Y es en estos contextos donde se logra una mayor eficacia, aún para los contextos locales. La reclamación de una comunidad barrial, por ejemplo, para que le sea suministrado el servicio de agua, no es eficaz si se difunde en dicha comunidad. Pero si esa reclamación se ventila en el contexto urbano o regional, el peso de la reclamación se incrementa, en la medida en que el control de lo público es ejercido por un mayor número de personas que opinan.

La capacidad de negociación del nivel local, el reconocimiento de sus potencialidades y sus mercados, la opinión de sus organizaciones, la proyección de sus imaginarios, la consolidación de sus identidades se hace más fuerte al incrementarse su proyección.

Globales

Los circuitos globales desterritorializan la comunicación y tienen dos formas: el acceso satelital de canales y radiodifusoras que simplemente amplían el alcance de las señales, y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), cuya forma más frecuente y más potente es Internet.

Sentidos

Lo público como problema comunicativo

Respecto a la democracia como sentido final de la comunicación pública, Bruner ubica el problema de la opinión pública en la perspectiva de Habermas. Pero la opinión pública es concebida como un diálogo entre gobernantes y gobernados.

El problema para nosotros es la formación de sujetos sociales comunicativos y de capital social comunicativo capaz de apropiarse de estos procesos comunicacionales, para poner en la mesa pública la diversidad, y la posibilidad de constituir fuerzas que incidan decisivamente en las agendas públicas.

Sentidos de la comunicación para el empoderamiento

Cultura

El abordaje de la dimensión cultural en función del desarrollo tiene sentido desde la construcción de la mediación simbólica de la vida social. En esta perspectiva, surge la pregunta por la posibilidad y pertinencia del diálogo entre las culturas que ocurre en la interacción de un proceso de desarrollo local. El hecho es que una comunidad que de alguna manera participa de un sistema simbólico, más o menos autóctono, más o menos impuesto, se ve enfrentada a uno o varios agentes externos que aportan sus propios sistemas simbólicos.

Podemos decir que el diálogo jamás es entre sordos. Lo que suele suceder es que cada cual ve y oye de acuerdo con sus codificaciones simbólicas, y, la mayoría de las veces, termina *sancionándose* una práctica desde las codificaciones de los recién llegados, con el efecto perverso de legitimación de prácticas que no promueven el desarrollo o que establecen viejos esquemas de gamonalismo, clientelismo o caudillismo existentes en las comunidades.

La *dimensión cultural del desarrollo* (Rist, 1999) se configura como un campo de actuación pedagógica y política, cuyo propósito deliberado es la contribución a la generación de las condiciones para transformar y construir órdenes o relaciones sociales, con base en principios éticos. Es decir, es posible actuar en la dimensión cultural en acciones tendientes al fortalecimiento de las identidades, construidas mediante un diálogo social que permita negociaciones simbólicas en la dinámica de generar una sociedad solidaria.

Ahora bien, las dinámicas simbólicas, los procesos de creación de modelos de acción (paradigmáticos) y de significaciones (sintagmáticos), desarrollados en el campo simbólico↔imaginario, pueden ser perversos. Basta con pensar en lo que produjo el narcotráfico en los sueños que ricos y pobres fabricaron sobre el país,⁴ y sobre sus posibilidades individuales hacia el futuro.

4 El narcotráfico creó ilusiones respecto al dinero fácil; las oportunidades de la ilegalidad; la acumulación desmesurada invencible; los estados intocables al margen del Estado; el éxito del riesgo; el desprecio por la vida (ajena y propia); la capacidad infinita de pago; los Robin Hood tiránicos y

El problema consiste en encontrar los mecanismos de creación de sentidos en la dinámica compleja de la cultura, donde compiten múltiples propuestas de validación de comportamientos y de significaciones producidas y reproducidas en la práctica social. Como se ha visto, la repercusión en la cultura es evidente. La pregunta se relaciona con la posibilidad de poner a competir modelos *en* el mundo simbólico, actuando solo *desde* el mundo simbólico.

En la propuesta integral del desarrollo, se comprende la integralidad como forma de generar desarrollo en todas las dimensiones y no solo en un sector o en una dirección. En este sentido, los modelos simbólicos solo pueden tener vali-

"En la propuesta integral del desarrollo, se comprende la integralidad como forma de generar desarrollo en todas las dimensiones y no solo en un sector o en una dirección".

dación social si se descifran en la complejidad de la acción y de la intervención. Es decir, solo se crean sentidos reproducibles culturalmente si la propuesta produce significaciones validadas en la vida social, en acontecimientos visibles públicamente, respaldados por la participación activa de muchos actores en la construcción de las propuestas.

No obstante, la integralidad en el proceso de producción de sentidos, la esfera de lo simbólico, es un campo de actuación crucial en la apropiación cultural de una propuesta de acción colectiva. Y este campo de actuación se concreta en los *circuitos de circulación simbólica*. Es decir, en los *espacios expresivo-comunicativos*.

En este campo encontramos algunas posibles *entradas*, dentro de las cuales la memoria colectiva es constituyente de identidad y se puede aplicar tanto en el nivel local como en el regional o nacional.

Memoria-identidades

Las personas y los grupos viven la vida como ficción, es decir, se comprenden a sí mismos y se ofrecen como relato (Augé, 1998), en otras palabras, el relato de la memoria es la manera como un grupo humano establece un ser propio y se

arbitrarios, cuyos favores pueden ser conseguidos mediante sexo y muerte. Se decía, por ejemplo, que Pablo Escobar podía pagar la totalidad de la deuda externa del país sin que se le moviera un pelo, y que podía mandar a matar a cualquier traidor sin que le temblara la mano. Se decía también que era generoso con los pobres y que tenía bajo su tutela verdaderas multitudes necesitadas. Estos héroes, hasta no hace mucho, eran invencibles y los relatos daban cuenta de esa pretendida invulnerabilidad.

entrega en consecuencia. En este sentido, es el relato-memoria donde el grupo establece sus fronteras y constituye un nosotros frente a otros nosotros. Un grupo con memoria es capaz de reconocer quién hace parte de este y quién no.

La memoria, por otra parte, es la forma en que se administra el tiempo; es decir, el relato-memoria es la forma en que un grupo humano encuentra, en las visitas al pasado, qué de la experiencia social es actualmente significativo, en la medida que hay una especie de reciprocidad entre la capacidad de hacer proyectos y la capacidad de darse una memoria. En el mismo escenario en el cual se provoca una visita al pasado, se revela lo que es significativo en el presente y se activa la posibilidad de proyectarse al futuro.

En esta forma, la memoria como relato, como narración que permite la identidad y que capacita al grupo para administrar el tiempo, es un asunto comunicativo. Es en los procesos comunicativos de negociar los relatos en donde se obtiene la posibilidad de proyectar concertadamente los rasgos de identidad cultural y la capacidad de pensar el desarrollo como proyecto de bienestar colectivo y como posibilidad de libertad.

Imaginario colectivo y representaciones sociales

Los sueños están pautados por ciertos formatos culturales a los que podemos llamar *imaginarios*. Es decir, cuando nos proponemos soñar juntos un futuro, es necesario proponer modificaciones en las estructuras del soñar.

Podemos pensar, entonces, que debemos recorrer un camino de construcción de metodologías que nos permitan trabajar en el mundo de los relatos, relacionadas con los trabajos de memoria, por un lado, pero que apuntan también a deconstruir y resignificar esquemas, modelos paradigmáticos relacionados con diferentes maneras de enfrentar el conflicto, la incertidumbre, la diversidad, el sentido colectivo, la relación con el tiempo histórico, mundos para imaginar la vida. En suma, es necesario deconstruir y resignificar los esquemas melodramáticos o los relatos heroicos, como manifestaciones de los imaginarios o maneras de soñar de la sociedad.

Abordar este tipo de productos culturales, que se movilizan a través de circuitos simbólicos como los *medios masivos*, es de la mayor importancia, porque en estos se codifican modelos paradigmáticos relacionados con diferentes maneras de enfrentar el conflicto, la incertidumbre, la diversidad, el sentido colectivo, la relación con el tiempo histórico. En esta dirección, se empiezan a desarrollar metodologías de investigación que buscan dotar a los equipos regionales de ins-

trumentos que ayuden a comprender las negociaciones, en el terreno simbólico, que realizan las audiencias en el consumo de los productos comunicativos.

124 Las representaciones sociales permiten a los grupos diseñar y conducir su acción y sirven de referente de interpretación de la realidad. Las representaciones sociales, que suelen asimilarse de forma despectiva al *sentido común*, son en realidad la organización de sentidos que sirven al grupo de marco de interpretación del mundo y de la sociedad. Las representaciones son relaciones forjadas en el espacio público donde circulan avalanchas de símbolos. De manera que los grupos con mayor identidad son capaces de construir sistemas de interpretación que, si bien no tienen la forma racional de un saber necesario, son saber válido.

Democracia

Llamamos así a los procesos, escenarios y temas que tienen que ver con la política, el desarrollo, la participación, el debate y todas las actividades comunicativas que se realizan en función de lo público. Aquí encontramos temas como la información pública, el control social de lo público, el debate sobre las agendas públicas y el debate sobre planes y proyectos de desarrollo.

En la lectura política de la comunicación, es preciso encontrar la manera en que se dan cita públicamente los diversos intereses que pretenden ejercer el poder político de una manera hegemónica. Frente a la fuerza de los intereses contradictorios, toda posición política se ve obligada a negociar, pero en el proyecto democrático una función del Estado es garantizar la expresión y la capacidad de negociación de las minorías. Es un asunto histórico lograr que el Estado sea efectivo en su tarea de proteger los intereses de las minorías.

Lo que sí es indispensable comprender es que la sociedad civil está en la obligación de vigilar el cumplimiento de esa condición del proyecto democrático. Esta perspectiva solo es posible mediante la visibilización de los intereses en espacios de negociación, es decir, en el hacer públicas las opiniones de los diversos intereses y en la visibilización de la gestión de lo público.

Información

La información es uno de los factores fundamentales para la formulación y la gestión del desarrollo. Es un campo neurálgico de empoderamiento y, como tal, implica una postura ética y política frente a su dominio y su uso. Tiene, además, una función productiva esencial, en el dominio tecnológico y la administración de los recursos. Entre los criterios para abordarla, podemos identificar los siguientes:

- La información debe estar al servicio del desarrollo.
- La información debe tener acceso público y, por tanto, debe codificarse de acuerdo con los diferentes contextos culturales, de modo que debe estar al servicio de los sectores populares.
- La información pública debe ser veraz. Es decir, debe sustentarse en fuentes confiables y con sistemas de captura y sistematización explícitos, con el fin de tener acceso a la comprobabilidad.
- La información debe ser actualizada. Es decir, debe alimentarse de manera permanente, de acuerdo con la dinámica global.
- Se debe fomentar una actitud proactiva frente a la información. Es decir, se debe fomentar una lectura crítica de la información y se debe desarrollar una capacidad de producción de información.

Con estos criterios, la información debe estar disponible en dos sentidos: en los dispositivos técnicos que coloquen la información al alcance de la comunidad en condiciones de equidad y libre acceso, y en términos cualitativos, la información debe circular y la clave de su circulación es la capacidad para acceder a esta, elaborarla —en términos de cualificación— y recircularla. En este último sentido, la información crea vínculos, visibiliza y cierra complementariedades, completa circuitos.

Al contrario de otras definiciones relacionadas con la información, proponemos una mirada en la cual el poder no está *en* la información sino en su *circulación*, en tanto pueda accederse a esta, elaborarse y recircularse; esto es, ponerse en juego en lugares comunicativos. En este registro, la clave comunicación-información tiene varios componentes que permiten comprenderla más allá de la instrumentalidad, como “servicio de información a la comunidad”.

Control social de lo público. Veedurías y observatorios

Por otra parte, es un acto comunicativo por excelencia la visibilización amplia de la gestión de lo público. En este contexto se inscriben las veedurías ciudadanas, los mecanismos de cabildo abierto, de derogatoria de mandato, la iniciativa ciudadana, y otros considerados en la Constitución, que requieren amplio debate público sobre la gestión del Estado y de todas aquellas personas que administran lo público.

En el contexto local, la permanente *visibilización* de la gestión local se constituye en un potente acto pedagógico de democracia, porque crea la sensación de

cercanía entre los ciudadanos y el Estado, de modo que se potencia el interés de participación de la sociedad civil local en los asuntos públicos.

126

Los observatorios ciudadanos sobre temas diferentes, como el observatorio de juventud, el observatorio de servicios públicos, el observatorio de participación, el observatorio de medios, y muchos otros que tienen múltiples formas de investigación, divulgación y participación en el diseño de políticas públicas, son una forma de vigilancia eficaz de la sociedad sobre la actividad pública.

Debate de las agendas públicas y de desarrollo

En la tradición política de la democracia, la comunicación ha jugado un rol central en lo que se ha llamado la *opinión pública*. Sin embargo, el significado del término ha derivado en la opinión de los medios masivos frente a políticas del Estado y del acontecer público. De esta manera, los medios masivos se toman la vocería de la opinión del país. Ahora bien, en esta perspectiva se supone que en esos medios confluyen las opiniones de los distintos sectores políticos. Pero la relación evidente entre los grandes medios masivos y los diferentes grupos económicos desvirtúa la representatividad de esta opinión en relación con todos los grupos que buscan tener una voz significativa en las instancias de la vida política del país.

El hecho es que los medios masivos no representan a las minorías porque no pertenecen a estas, y porque no fueron concebidos ni gestados ni tuvieron un crecimiento en función de la participación ciudadana en el manejo de lo público.⁵ En este sentido, queremos resignificar el término *opinión pública*, con el fin de que apunte a una verdadera participación de todos los sectores sociales en las decisiones respecto a lo público.

La Constitución, como *texto cultural*, relaciona información, opinión y medios de comunicación, en la perspectiva del libre acceso, el derecho a la información y la opinión, y la responsabilidad social de los medios de comunicación. Cuando la Constitución consagra como derecho fundamental la expresión libre de la opinión y el acceso a información veraz e imparcial, anuncia un significado nuevo de la práctica democrática. Ahora bien, en relación con la perspectiva del desarrollo regional sostenible, la participación social de los actores estratégicos del

5 El artículo 20 de la Constitución, perteneciente al “Capítulo 1. De los derechos fundamentales”, dice así: “Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura”.

desarrollo local implica la *visibilidad pública* de los procesos de negociación entre los diferentes intereses, en relación con los planes y proyectos de desarrollo. En este sentido, se requirieren estrategias comunicativas ❧

Bibliografía

- Adler, L. (1994). *Redes sociales, cultura y poder: ensayos de antropología latinoamericana*. México: Flacso.
- Adorno, T. y Horkheimer, M. (1971). *Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires: Sur.
- Alfaro, R. M. (1988). Participación para qué: un enfoque político de la participación en la comunicación popular. *Diálogos* 22, Felafacs, Lima.
- Alfaro, R. M. (1993). *Una comunicación para otro desarrollo*. Lima: Calandria.
- Alfaro, R. M. (2002). *Culturas populares y comunicación participativa, en la ruta de las redefiniciones*. Lima: Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.
- Ángel, D. (comp.) (1998). *Señales de humo*. Bogotá: Fundación Social.
- Augé, M. (1998). *Las formas del olvido*. Barcelona: Gedisa.
- Banco Mundial. (2001). Seguimiento al Taller Internacional sobre Participación y Empoderamiento para un Desarrollo Inclusivo. Recuperado en: <http://www.bancomundial.org/foros>.
- Bassets, L. (ed.). (1981). *De las ondas rojas a las radios libres*. España: Gustavo Gili.
- Benjamin, W. (1987). Le narrateur. R'eflexions sur l'oeuvre de Nicolas Leskov. En: W. Benjamin. *Rastelli raconte... er autres r'ecits*. París: Seuil.
- Boisier, S. (1994). *La construcción intelectual del regionalismo latinoamericano*. *Nova Economía*, 4, 1, Belo Horizonte, Cedeplar.
- Boisier, S. (1999). El desarrollo territorial a partir de la construcción de capital sinérgico. *Estudios Sociales*, 99, CPU, Santiago de Chile.
- Boisier, S. (2000). Desarrollo (local): ¿de qué estamos hablando?. *Estudios Sociales*, 103, CPU, Santiago de Chile.
- Boisier, S. (2003). ¿Y si el desarrollo fuese una realidad emergente? *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, 27, octubre, Caracas.

- Boisier, S. (2007). Sociedad del conocimiento, conocimiento social y gestión territorial. En: *Desarrollo regional-ensayos*. Manizales: Universidad Autónoma de Manizales-Paz y Competitividad.
- Bourdieu, P. (1986). "The Forms of Capital". En: J. G. Richard (ed.). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New Cork: Greenwood Press.
- Brunner, J. J. (1994). *Comunicación y política en la sociedad democrática*. Santiago: Flacso. Recuperado en: http://mt.educarchile.cl/archives/ComPol%25SocDEM_1994_DEF.pdf.
- Castoriadis, C. (1989). La institución imaginaria de la sociedad. Tomo 2: El imaginario social y la institución. Barcelona: Tusquets.
- Ciro, S.; Zuluaga, S.; Ángel, D.; Naranjo, C.; Castillo, J. R.; Naranjo, J. J.; Orozco, M. H.; González, S. J. (2007). *Empoderamiento como indicador de desarrollo*. Manizales: Universidad Autónoma de Manizales-Paz y Competitividad.
- Cortés, C. E. (1997). *La comunicación al ritmo del péndulo*. Bogotá/Quito: s/e.
- Cepal (s. f.). Panel 1: Aproximaciones conceptuales e implicancias del enfoque del capital social. Ponencias Irma Arriagada. Socióloga, funcionaria de la División de Desarrollo Social de la Cepl. *Serie Seminarios y Conferencias*, 31.
- Chaparro, F. (2007). Una estrategia de desarrollo basado en el conocimiento para el Eje Cafetero. En: *Desarrollo regional-ensayos*. Manizales: Universidad Autónoma de Manizales.
- Eco, U. (1968). *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*. Barcelona: Lumen.
- Gómez, G. (2001). *Diagnóstico de radio comunitaria en Colombia*. Bogotá: Ministerio de Comunicaciones.
- Gumucio-Dagron, A. (2001). *Haciendo olas, historias de comunicación participativa*. Nueva York: The Rockefeller Foundation.
- Gumucio-Dagron, A. y Thomas, T. (comps.). (2008). *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*. La Paz: Plural.
- Gumucio-Dagron, A. y Thomas, T. (2004). *El cuarto mosquetero, la comunicación para el cambio social*. Recuperado en: <http://www.geocities.com/agumucio/ArtMosqueteros.html>.

- Habermas, J. (1981). *Teoría de la acción comunicativa, I y II*. Madrid: Taurus Humanidades.
- Hoyos, G. y Vargas, G. (1997). *La teoría de la acción comunicativa como nuevo paradigma de investigación en ciencias sociales: las ciencias de la discusión*. Bogotá: Ascun/Icfes.
- Kaplún, M. (1996). Modelos de educación y modelos de comunicación. En: M. Kaplún. *El comunicador popular*. Buenos aires: Lumen-Humanitas.
- López, M.; Martín-Barbero, J.; Rueda, A.; y Valencia, S. (2000). *Los niños como audiencias. Investigación sobre recepción de medios*. Bogotá: Instituto Colombiano de Bienestar Familiar.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gili.
- Matelart, A. (1995). *La invención de la comunicación*. México: Siglo XXI.
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Londres: Routledge & Kegan Paul.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Corte Madera: Gingko Press.
- McLuhan, M. y Fiore, Q. (1967). *The Medium is the Massage*. Nueva York: Random House.
- Rist, G. (1999). *La culture et le capital social, complices ou victimes du "développement"?* Genève: Le 3 Janvier.
- Scannone, J. C. (1990). El a priori de la comunidad de comunicación y el nosotros ético-histórico. En: J. C. Scannone. *Nuevo punto de partida de la filosofía latinoamericana*. Buenos Aires: Guadalupe.
- Sen, A. K. (2000). *Desarrollo y libertad*. Bogotá: Planeta.
- Shannon, C. y Weaver, W. (1981). *Teoría matemática de la comunicación*. Madrid: Forja.
- Touraine, A. (1987). *Actores sociales y sistemas políticos en América Latina*. Santiago de Chile: Prealc-OIT.
- Wiener, N. (1948). *Cibernética o el control y comunicación en animales y máquinas*. Barcelona: Tusquets.