

LA INCOMUNICACIÓN SOCIAL EN LA GLOBALIZACIÓN DE LAS TÉCNICAS COMUNICATIVAS

Juan Huaylupo Alcázar ¹

CONTENIDO

Resumen	447
Abstract.	448
Introducción.	448
La comunicación: una relación con plurales significaciones	449
Fetichización de las relaciones sociales y los medios.	449
Los medios en la comunicación	450
Los sujetos y la interacción social en la significación de la comunicación.	454
El entorno en la comunicación	455
Pasado y presente en la comunicación	457
La comunicación: una relación social, común y orgánica.	458
El poder mediático	459
Bibliografía	461

RESUMEN

El ensayo analiza la comunicación como una relación social inextricablemente unida a la vida de las personas, organizaciones y sociedades. La comunicación no es una relación unilateral, parcial o privada, supone e implica un compromiso que va más allá de interacción entre sujetos, para articular circunstancias, culturas y sociedades, es la interrelación de subjetividades, historias y contextos. La privatización de la transmisión de mensajes interesados y unilaterales, dejan sin derecho a voz a la colectividad. La opinión y la política pública, fundadas por la democracia y la igualdad jurídica, en la constitución del sistema, derivado en opiniones y políticas privadas.

PALABRAS CLAVES: COMUNICACIÓN, DEMOCRACIA, PRIVATIZACIÓN, PODER MEDIÁTICO, MERCANTILIZACIÓN DE LOS MEDIOS.

1 Sociólogo; Catedrático docente e investigador en la Facultad de Ciencias Económicas y en el Sistema de Estudios de Posgrado, Universidad de Costa Rica. Correo electrónico: JUAN.HUAYLUPO@ucr.ac.cr

2 El naturalista sueco Carlos Linneo (1707-1783), en su obra *Systema Naturae* (1735) estudió las características de los niños ferales que han sido confirmadas con la aparición otros casos. Una referencia al respecto es efectuada por Eduardo Moreno (2010).

ABSTRACT

This essay analyses communication as a social relationship, which is inextricably linked to people's lives, organizations and societies. Communication is not a one-way process; it goes beyond interactions between agents. It encloses different stories, cultures, contexts and subjectivities. The transmission of partial and unilateral criteria has been privatized, leaving the community without a voice. Public opinion and policies were established on the basis of democracy and legal equality; however, they have been transformed into private policies and opinions.

KEY WORDS: COMMUNICATION, PRIVATIZATION OF COMMUNICATION, DEMOCRACY, MEDIA POWER, COMMERCIALIZATION OF MEDIA

INTRODUCCIÓN

La comunicación es intrínseca al ser humano, así como consustancial a la vida social, a través de la cual, transmitimos conocimientos, experiencias, creencias, tradiciones, mitos, ideas, interpretaciones, intuiciones o sueños. Las personas que han estado aisladas por largos periodos, como los niños ferales o salvajes, desarrollan hirsutismo, están imposibilitados de hablar y de caminar ergidamente², a la vez de tener una gran incapacidad para la vida social e incluso para el aprendizaje, mientras que desarrollan otras capacidades comunes en animales, como la sensibilidad olfativa, visual, etc., características que se profundizan al incrementarse el tiempo de aislamiento. Esto es, la socialidad entre humanos es una condición para la creación de funciones y de facultades fisiológicas, orgánicas y comunicativas que son propias de las personas en sociedad.

La aceptación de la importancia de la comunicación en la sociedad global, ha permitido caracterizar a la época como la sociedad de la información³, aun cuando no siempre

apreciada como una relación social, sino en ocasiones vista como si estas relaciones fueran un resultado del uso de los medios, por ello se ha asociado con el auge de los negocios, el crecimiento y poder global. Las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) son privilegiadas en las tendencias contemporáneas, por haber revolucionado los medios a velocidades crecientes de procesamiento y la transmisión de datos en el espacio planetario en tiempo real.

Esta característica ha contribuido a conformar la creencia de una comunicación asociada con la transmisión de palabras, mensajes, signos⁴, etc., sin embargo el sólo uso de los medios, es una comunicación aparente, dado que la comunicación supone una interacción

La inexistencia de ciencia sin datos, ha incidido en vincular la información con el conocimiento científico, lo cual es un error, lastimosamente muy generalizado en el quehacer cotidiano y académico, al endiosar las cuantificaciones, las estadísticas y las especulaciones cuantitativas, aun cuando no sean datos los que se procesan (Huaylupo, 2008). Asimismo, el pensamiento empirista ha sacralizado a la información como poseedora de atributos mágicos que permiten conocer, de modo absoluto, el presente y el futuro y en el ámbito administrativo, se cree que la posesión de mayor información permite acertadas decisiones, independientemente de la construcción, análisis e interpretación de la información.

2 El naturalista sueco Carlos Linneo (1707-1783), en su obra *Systema Naturae* (1735) estudió las características de los niños ferales que han sido confirmadas con la aparición otros casos. Una referencia al respecto es efectuada por Eduardo Moreno (2010).

3 La denominación de sociedad de la información regularmente se usa indistintamente con sociedad del conocimiento, ello por el equívoco de hacer equivalente el conocimiento y particularmente el conocimiento científico, con la información.

4 "Signo es cualquier cosa que pueda considerarse como substituto significante de cualquier otra cosa. Esa cualquier cosa no debe necesariamente existir ni debe subsistir de hecho en el momento en que el signo la represente. En ese sentido, la semiótica es, el principio, *la disciplina que estudia todo lo que puede usarse para mentir.*" (Eco, 1988: 28).

social, no está supeditada a los medios, por el contrario, son esas relaciones las que subordinan el uso de los medios de comunicación.

La comunicación como manifestación de las relaciones entre personas, es compleja y está condicionada por la naturaleza y peculiaridad históricas de cada contexto social. En este sentido, reviste formas y contenidos múltiples, de ninguna manera reducida a la trasmisión de palabras, mensajes o símbolos y menos aun puede ser simplificada al uso de determinados medios o instrumentos para la comunicación.

LA COMUNICACIÓN: UNA RELACIÓN CON PLURALES SIGNIFICACIONES

La revolución de las comunicaciones contemporáneamente ha sido apreciada como la transformación de las tecnologías de la información y la comunicación (TICs), cuando son los medios, su producción, difusión y uso, los que están determinados por las relaciones sociales. La integración de las culturas, economías y sociedades del mundo, han generado las condiciones y necesidades para una comunicación global. La diversidad de formas organizativas y culturas existentes en un mundo contradictorio, en recreación incesante, son condiciones para las comunicaciones. Las múltiples formas de comunicación entre personas, pueblos y sociedades, no podrán ser homogenizadas, por las peculiaridades históricas y culturales de los pueblos, aún cuando usen iguales medios de comunicación. La proliferación de medios de comunicación obedece a las nuevas condiciones sociales de un mundo cada vez más integrado mercantilmente, tanto para difundir, vender y comprar mercancías, como también para articular conocimientos y científicos en espacios distintos, o también para transmitir ideologías y prácticas funcionales a poderes globales.

La asociación de la comunicación con los medios ha contribuido a fetichizar la comunicación o identificar erradamente el medio con la comunicación. Los medios se crean, producen y consumen ante las condiciones sociales y las crecientes necesidades por conservar, intensificar o expandir relaciones entre

individuos, organizaciones y sociedades en el espacio mundial.

FETICHIZACIÓN DE LAS RELACIONES SOCIALES Y LOS MEDIOS

La sociedad capitalista ha articulado la sociedad y el mundo en un proceso político, donde lo económico ha sido el vehículo para integrar trabajos y clases sociales, el cual alimenta la omnipotencia del poder sobre la sociedad global.

El trabajo humano como sustancia que nutre el sistema capitalista, es enmascarado ideológica, política, económica y socialmente, para destacarse el dinero y las técnicas como trascendentes en el crecimiento e incluso en el desarrollo. Esto es, el dinero, objeto creado socialmente para viabilizar el intercambio, así como las técnicas pensadas y diseñadas para propósitos particulares, se les asigna cualidades que subordinan relaciones en las sociedades. La cosificación de las relaciones sociales, es una inversión alienante que está presente en la base misma del sistema capitalista existentes (Polanyi, 2003).

La valoración de la técnica como la base para la competitividad y rentabilidad de las organizaciones, ignora u oculta el papel y significación del trabajo humano, así como las relaciones en las organizaciones y sociedades,

Las relaciones económicas capitalistas ha fetichizado a los objetos y les ha atribuido cualidades mágicas omnipotentes, como nuevos dioses paganos en las sociedades contemporáneas, pero esa significación, ahora también esta asignada a la tecnología informática y los software. No se cuestionan los resultados de los programas informáticos, se creen que son correctos y perfectos, más exactos que cualquier cálculo humano, a pesar que son programas contruidos y diseñados para propósitos no necesariamente justos ni honestos. Hoy en día se engaña mediáticamente como informáticamente. La manipulación fraudulenta de la información, es aceptada por el mito de objetividad de los objetos, encarnado como prejuicio social. Los medios en manos de negociantes y políticos, para distorsionar, combatir (Virilio,

1997 y 1999), así como, para destruir la democracia (Popper y Condry, 1998) y las formas organizativas de la sociedad (Ramonet, 1998).

Las relaciones sociales se cosifican en la sociedad mercantilizada, como un medio que enmascara la manipulación del poder. Así, el poder se transfigura en una magnitud de dinero; la capacidad productiva del trabajo, se metamorfosea en supuestas capacidades de las máquinas y herramientas. Los objetos como el dinero, los medios productivos o de comunicación, otorgan una apariencia objetiva, tangible, unívoca y representativa de las relaciones sociales. Sin embargo, los objetos no sustituyen la comunicación ni representan las relaciones sociales y sus contextos. No existe comunicación entre cosas, máquinas o sistemas cibernéticos, la comunicación es entre sujetos y en contextos sociales.

“Es cierto que la élite se ha preocupado siempre más por la estrategia destinada a conquistar y conservar el poder. El poder social es conferido hoy más que nunca por el poder sobre las cosas. Pero cuanto más intenso resulta el interés de un individuo respecto al poder sobre las cosas, tanto más lo dominarán las cosas, tanto más le faltarán rasgos verdaderamente individuales, tanto más su espíritu se transformará en autómatas de la razón formalizada.” (Horkheimer, 1973: 139).

En la sociedad globalizada, signada como la sociedad del conocimiento, paradójicamente se desprecia o se ignora la riqueza, diversidad y complejidad de las relaciones sociales, para ponderarlas como relaciones entre objetos. La valoración de la comunicación como un acto mecánico de transmisión de signos, palabras y mensajes, fetichiza las relaciones sociales, así como, la razón instrumental en la comunicación, diluye la distinción entre el medio con el fin, a la vez que aliena una relación para apreciarla como una articulación entre cosas.

El sistema imperante requiere de una red de comunicaciones para la incesante expansión global del capitalismo, desde luego, no es una relación que se deba a la expansión mercantil de la

industria de la comunicación y la información. En la reciente crisis económica, los medios transmitieron velozmente los signos negativos a la valorización financiera del capital, pero lo hicieron desde una interpretación estereotipada y superficial, basada sólo en signos funcionales con los intereses de poderes empresariales globales. Una información completa de la complejidad del fenómeno estaba ausente, era una información sin sustancia, donde se destacaban magnitudes en relación con las inversiones. De este modo, la comunicación se convierte en un factor de crucial para ponderar y evaluar rendimientos y perspectivas de la inversión, así como para el control de los mercados productivos y financieros.

El mercado global aprecia la comunicación, no sólo porque permite la velocidad de rotación del capital y por ser fuente de lucrativos negocios, sino porque también ha contribuido a validar mediáticamente las relaciones económicas y consolidar los poderes predominantes. En las transferencias de datos, para las decisiones empresariales y gubernamentales, no interesan las implícitas relaciones sociales, así como tampoco la significación de las magnitudes, dado que las asumen como incuestionables (Huaylupo, 2008). Así, en tales circunstancias, muchos de los actos decisivos empresariales, suelen ser rotundos fracasos por atribución de veracidad o significación absoluta a los contenidos de pretendidas comunicaciones de cosas y entre cosas. Consecuencias de actos valorativos sesgados y parciales, que afectan a las sociedades en su conjunto y de modo particular a los más pobres del mundo.

LOS MEDIOS EN LA COMUNICACIÓN

La naturaleza social de los individuos, la interdependencia y condicionalidad social, hacen que la comunicación sea una cualidad intrínseca de las personas integradas en comunidades orgánicas.

La concepción de la comunicación como la trasmisión de palabras o mensajes, reduce la riqueza y complejidad de las relaciones sociales a los signos empleados en la interrelación

comunicativa. La rigidez y estandarización de la significación literal o semántica de los signos o palabras, no se imponen a la comunicación entre los sujetos comprometidos en relaciones específicas, cercanas o lejanas, en tiempo real o virtual. Son las relaciones las que dan sentido y significación a los signos, por ello idénticas palabras hacen referencia a contenidos distintos entre los actores de las relaciones comunicativas, así como pueden tener significaciones contradictorias en contextos diferentes. Ningún signo puede sustituir la complejidad de las relaciones sociales. La motivación, el ambiente, el entorno, así como los implícitos y énfasis de la comunicación, puede ser representada por los signos. Las palabras y los signos, sólo son un medio parcial, empleado personalizada o culturalmente, para establecer la comunicación entre individuos y sociedades.

La actuación de todo individuo está influida por su pertenencia a un entorno y un tiempo social particular, por ello las palabras y signos idénticos, tienen significaciones distintas y hasta contradictorias en otros contextos, así como adoptan distintas connotaciones en razón de los cambios en las sociedades.

La abundancia de mensajes de compra y venta entre despersonalizados actores, niega una comunicación de sujetos, a los que convierte en cosas, que compran y venden cosas.

“La industria cultural produce sistemas de signos a un ritmo frenético. La proyección mediática de éstos ejerce un incalculable influjo en la mente de los jóvenes y los no tan jóvenes ... en una era de economías globalizadas y orientadas al consumo, en la que el deseo de gratificación inmediata se ve espoleado por el mantra digital del día. La cultura industrial trata de igual modo la psique del neófito y la del lector maduro de fenómenos culturales, con la misma descortesía impersonal a la hora de evaluar, clasificar y mercantilizar arbitrariamente los signos culturales a través de los medios de comunicación y sus simulaciones de la realidad.” (Trifonas, 2004: 11-12).

La comunicación es una dimensión social múltiple y compleja, no dada por los instrumentos y técnicas empleadas, ni por la transmisión mecánica de signos, sino la impronta subjetiva entre actores integrados en comunidades sociales y comunicativas. La desatención de estos aspectos, para sólo apreciar la trasmisión y velocidad de signos despersonalizados o entre máquinas, sólo constituyen comunicaciones aparentes que metamorfosea una relación social y que imagina una comunicación sin personas.

La revolución de las comunicaciones ha cautivado a muchos en una sociedad capitalista, que desde sus orígenes (Weber, 1977), privilegia las formas tangibles como se operan en las sociedades, pero que invisibiliza el fundamento intangible de los cambios materiales. De manera similar, se clasifica los cambios en las sociedades, como cambios tecnológicos, lo cual es un prejuicio que ignora, las determinaciones históricas y culturales en los mismos.

Las consideraciones instrumentales de Arquímedes (287-212 a. C.) tienen en el capitalismo sus seguidores más fervientes, al atribuir a los instrumentos el aumento de la productividad y el crecimiento económico, de este modo el trabajo humano y las relaciones laborales se convierten en apéndices de los instrumentos, lo cual es la reedición de una ficticia visión mecanicista del mundo. En esta perspectiva McLuhan⁵, ha tenido una notable influencia sustentando el determinismo tecnológico. Su fascinación por los medios lo lleva a apreciarlos como extensiones humanas.

“El medio o el proceso de nuestro tiempo –la tecnología eléctrica- está remodelando y reestructurando los patrones de la interdependencia social y cada uno de los aspectos de nuestra vida privada. Nos está forzando a reconsiderar y reevaluar prácticamente cada pensamiento, cada

5 Herbert Marshall McLuhan (1911-1980), fue un notable visionario y precursor del avance tecnológico en la comunicación, quizás sólo comparable con Julio Verne en la construcción de utopías que iluminaron el quehacer científico y tecnológico. Algunas de sus previsiones aún son proyectos que no logran materializarse.

acción y cada institución que hasta hoy se daban por establecidos. Todo está en cambio: usted, su familia, su barrio, su educación, su puesto, su gobierno, su relación con los «otros». Y está cambiando dramáticamente.

Las sociedades siempre han sido moldeadas más por la índole de los medios con que se comunican los hombres que por el contenido mismo de la comunicación.” (McLuhan y Fiore, 1969: 8).

“Todos los medios son prolongaciones de alguna facultad humana, psíquica o física.” (McLuhan y Fiore, 1969: 26).

Marshall McLuhan (1972) atribuía a la invención del alfabeto había propiciado el secularismo, la ciencia, el Estado y en general, que los aspectos técnicos y eléctricos, cambiaban no sólo las formas de hacer las cosas, sino también la concepción del mundo, la cultura y los patrones sociales. La fascinación de los aspectos técnicos e instrumentales, también son compartidos por Manuel Castells (2001), atribuyendo al Internet las facultades que McLuhan otorgó al uso de las aplicaciones eléctricas.

“... Internet, una oscura tecnología que tenía poca aplicación más allá de los mundos aislados de los científicos, hackers y las comunidades contraculturales, se convirtió en la palanca de transición hacia una nueva forma de sociedad, la sociedad red y con ella hacia una nueva economía.

La internet es un medio de comunicación que permite, por primera vez, la comunicación de muchos a muchos en tiempo escogido y a una escala global. Del mismo modo que la difusión de la imprenta en occidente, dio lugar a lo que McLuhan denominó la Galaxia de Gutenberg, hemos entrado en un nuevo mundo de la comunicación: la Galaxia Internet. El uso de la internet como sistema de comunicaciones y como forma

organizativa hizo eclosión en los posteriores años del segundo milenio.” (Castells, 2001: 16).

El sustentar que los instrumentos son la prolongación de los órganos, fisiología y funciones humanas, pone en evidencia la capacidad creadora del ser humano, pero también sobrepondera al *homo faber*, al ser que fabrica y cambia su entorno, pero que lo reduce a los instrumentos de sus obras. De esta manera, se continúa con la tradición occidental que valora a las personas en función del uso de las técnicas en la creatividad artística, conocimientos científicos o en el crecimiento y el desarrollo, por ello, se sobrepondera a las máquinas, las técnicas administrativas, las tecnologías educativas y financieras, etc., que se emplean indistintamente en los espacios sociales.

Si bien, las creaciones o productos expresan la articulación del ingenio con el conocimiento científico y técnico existente, así como, con las necesidades y proyecciones de la época, sin embargo, no implica otorgar a los instrumentos facultades que no posee.

La comunicación entre personas de ninguna manera es un acto mecánico, unilateral ni despersonalizado. Los medios rupestres o electrónicos, no determinan la comunicación, su calidad ni sustituye a los sujetos de la comunicación.

“Los medios de comunicación del futuro acentuarán las extensiones de nuestros sistemas nerviosos, los cuales pueden ser separados del cuerpo y ser convertidos en colectivos. Las nuevas normas poblacionales alimentarán el cambio de las industrias de chimenea a la economía con información de marketing, en particular en Estados Unidos y Europa.” (McLuhan, 2005: 91).

Las técnicas pautan la forma de realizar las comunicaciones, pero lo hacen en un contexto y con los modos de empleo de sus usuarios. La comunicación en una sociedad iletrada frente a una sociedad cuya comunicación es

electrónica y mundial, no es indiferente a los contenidos de la comunicación.

“La comunicación consciente (el lenguaje humano) es lo que determina la especificidad biológica de la especie humana. Como la comunicación humana está basada en la comunicación e internet transforma el modo de comunicarnos, nuestras vidas se ven profundamente afectadas por esta nueva tecnología de la comunicación. Por otro lado, al utilizar internet para múltiples tareas vamos transformándola. De esta nueva interacción surge un nuevo modelo sociotécnico.” (Castells, 2001: 19-20).

El ignorar los implícitos en la comunicación, agotan sus significaciones al creer que la forma comunicativa, sustituye o representa a los interlocutores y sus contextos. La afirmación de McLuhan “Los contenidos o usos de esos medios son tan variados como incapaces de modelar las formas de asociación humana.” (McLuhan, 1969: 30), es al parece una reflexión crítica a su propio pensamiento, que permiten suponer que los medios promueven una apariencia comunicativa, o una superficialidad de las comunicaciones, así como difunden la creencia de la validez y pertinencia de la información por sí misma, independientemente de su construcción, del contexto y de su uso particular. La abstracción de los elementos de la socialidad de los actores que da significación a la comunicación, más allá de la representación simbólica y del uso de determinados medios de comunicación, sin duda es una simplificación que transforma y cosifica la comunicación.

La significación de las palabras y mensajes para interlocutores desconocidos, serán diálogos ajenos de la subjetividad y del contexto de protagonistas que sólo comparten el formal significado de las palabras, como los precios de mercancías, los diálogos escenificados en obras teatrales o la información que proporcionan las máquinas, son relaciones parciales y unilaterales, no supone una integración entre sujetos e incluso están diseñadas para impedir toda interacción entre personas, por ello, en

algunos casos los emisores son sustituidos por máquinas o personas que actúan mecánica y despersonalizadamente. En esta perspectiva, los receptores son considerados como objetos pasivos, consumidoras de ideas, cosas o propuestas, sugeridas o impuestas por voluntades ajenas y ausentes de toda relación comunicativa. Este proceso, en sentido estricto, no puede ser considerado como un acto comunicativo, sin embargo, es la forma predominante en la transmisión radial, televisiva y en las redes y vínculos virtuales.

La mercadotecnia contemporánea regularmente asume que los medios y la intensidad y frecuencia de las emisiones, modelan el comportamiento y pensamiento humano e incluso, se llega a creer que los contenidos de las aplicaciones de los medios de comunicación, son interpretados del mismo modo y obtienen idénticos impactos en las personas. Así, la comunicación no sería una relación social, sino el resultado unidireccional de quienes poseen y usan los medios, en razón de sus intereses e intencionalidades.

La comunicación unidireccional, es la configuración de un mundo tiránico, que ha tenido correspondencia con la forma como fue concebida y empleada, por Joseph Goebbels (1897-1945), Ministro de Propaganda de la Alemania Nazi, quien promovió la reiteración de la mentira⁶ para sembrar confusión, adhesiones y prácticas antisemitas, bajo el amparo de la más sanguinaria dictadura que ha conocido la humanidad. Quizás por ello, es una preocupación relativamente generalizada, de los gobiernos y de los propietarios de los medios de comunicación, por el control de los procesos educativos, las voces disidentes, así como de la emisión de los mensajes, para orientar y condicionar la opinión y voluntad de personas y colectividades, las cuales cuando más desinformadas e ignorantes sean, ofrecerán poca o nula resistencia ante decisiones y acciones en favor de poderes de autócratas, contra el

6 Goebbels, acuñó la expresión: “Una mentira repetida adecuadamente mil veces se convierte en una verdad” y Hitler afirmó: “Las grandes masas sucumbirán más fácilmente a una gran mentira que a una pequeña.”

interés público transgresor de la democracia y las conquistas sociales. Es decir, el uso de los medios no implica comunicación, pero tampoco una información que sea diversa, heterogénea, plural, por el contrario, es cada vez más parcial, en correspondencia con poderes mundiales que han vulnerado toda resistencia económica y política nacional. Cada vez es más evidente el vínculo político con el uso y control de los medios. Hoy en día las formas mediáticas inventan o magnifican problemas que se convierten en asuntos estatales y de divulgación generalizada, así se crean héroes y villanos mediáticos a políticos para buscar legitimidad o perpetuación en el poder, así como se sataniza a las organizaciones populares. La problemática de la pérdida de democracia, derechos, seguridad ciudadana o sobre la existencia de impunidad e inmunidad política y mediática, entre otros, no constituyen temas de discusión en los medios, por el contrario son ignorados o no considerados importantes. El uso de los medios de comunicación es privado y ha privatizado los temas e información divulgada.

En estricto sentido, no es distinta la práctica global de CNN, al reiterar incesantemente informaciones interesadas y otorgarles significaciones que justifican y amparan una visión funcional al poder económico y político global, como también manipuló, en asociación con el gobierno, la información sobre el tratado de libre comercio, en circunstancias previas a una consulta ciudadana en el espacio social costarricense.

La relativización de los modos técnicos de las comunicaciones, no es para postular la imposibilidad de comunicación humana, por el contrario, se afirma que las formas dominantes de “comunicación” en la sociedad contemporánea, expresan contenidos particulares de personas, organizaciones, clases o sociedades que están dirigidos a otros, pero son efectuados unidireccionalmente, sin posibilidad alguna de interacción, los mensajes publicitarios, las campañas electorales por el voto o los decretos presidenciales, sólo son unos ejemplos de ello. En sentido estricto, esas formas, son manifestaciones que buscan imponerse como intangibles del poder, pero no son interacciones, no es una

relación entre y con sujetos. Esos modos de concebir y hacer “comunicación” serán expresiones del ejercicio o pretensiones del poder, sobre las colectividades que son consideradas como objetos, consumidores y obedientes de mandatos.

La creencia que los medios transmiten sin aparente distorsión y en tiempo real, todas las comunicaciones posibles de manera plena y objetiva, sin duda es una ilusa creencia. Los contenidos son relaciones entre interlocutores, una comunicación sin implícitas ni explícitas relaciones, son intercambios de siglas, como cosas, que no pueden representar a los interlocutores en sus espacios sociales.

LOS SUJETOS Y LA INTERACCIÓN SOCIAL EN LA SIGNIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación supone la existencia de una socialización particular entre los sujetos en interacción, de tal manera que las motivaciones, necesidades, situación y condición de las personas, así como sus experiencias y conocimientos de los actores, están presentes en la comunicación. La comunicación implica una interacción subjetiva, no necesariamente consciente ni intencionada, pero da orientación particular a los contenidos de los signos, palabras o mensajes de los actores de la comunicación. La comunicación tiene implícitos que crea restricciones para la comprensión los contenidos de la comunicación. La comunidad existente entre los sujetos de la comunicación no elimina la posibilidad de incompreensión o distorsión de los mensajes. La individualidad de las percepciones en la comunicación no se disuelve ni desaparece, a pesar la comunidad e interacción de los sujetos, dado que cada actor otorga una significación particular a la comunicación, que no necesariamente se corresponden con el sentido e implícitos como son recibidos.

La descripción de acontecimientos si bien no pueden ser revertidos en la comunicación, la ponderación de los mismos pasan por la valoración individual de los actores, o dicho de otro modo, la comunicación no supone la veracidad, fidelidad ni univocidad de los enunciados que

se transmiten. Ninguna alusión es una presentación imparcial ni absoluta, un énfasis particular a las palabras o expresión corporal orienta el significado del mensaje, que no necesariamente corresponde con la realidad, ni necesariamente aceptado o compartido. En este sentido, es posible afirmar que la comunicación constituye una alegoría, que hace una referencia parcializada sobre lo que se alude, precisamente por la complejidad de toda relación social y por la particularidad o ambigüedad en el uso de las palabras o discursos.

“Tal como ha señalado Eco (1988), los signos no poseen un vínculo análogo, motivacional o correlacional con aquello que representa en la realidad. Porque se generan de forma arbitraria y funcionan como mediadores de nuestra percepción de la realidad.” (Trifonas, 2004: 12-13).

De esta manera, no habrá comunicación que pueda ser indiferente a la comunidad de intereses, situación, necesidades o preocupaciones de los interlocutores. Sin embargo, la masificación e intensificación de mensajes, para la propaganda mercantil o persuasión política o ideológica, son inútiles frente a la indiferencia de quienes reciben formalmente los mensajes, como vanos los intentos, ante contextos y situaciones que no guardan correspondencia con la condición de vida, motivación y valoración que poseen los receptores ni con las circunstancias del entorno. La creencia que es posible convencer a los individuos y poblaciones con el bombardeo mediático, imaginan a las personas son receptáculos vacíos, sin resistencia ni oposición al consumo, ideas o propuestas de los publicistas, políticos o propietarios.

La unidireccionalidad de los mensajes es una pseudo comunicación, es su antípoda porque no le interesa e inhibe la interacción comunicativa. Estas prácticas generalizadas en la globalización de los medios, son manifestaciones que no admiten observaciones, dudas ni cuestionamientos, son ajenas de los criterios de las personas y de las culturas.

La forma de comunicación que responde a unívocos y parciales criterios, sin duda son

expresión de la unilateralidad del poder, como ocurre con los intérpretes de los textos sagrados en todas las religiones, o como las resoluciones de los magistrados en la Sala Constitucional costarricense, que designados para interpretar y hacer respetar la Constitución, resuelve demandas contradictoriamente y violenta la letra y su espíritu.

Las comunicaciones son construcciones de interlocutores sociales y como tal tienen contenidos para usos o propósitos particulares, en espacios y tiempos específicos. Un mensaje unilateral no es comunicación, tal vez podrá ser un mandato o una imposición dirigida a sujetos apreciados como objetos.

EL ENTORNO EN LA COMUNICACIÓN

Las peculiaridades y complejidad de las relaciones sociales, confieren atributos a la comunicación, así, no podrán ser universales ni absolutos, serán relativos a las circunstancias particulares de los interlocutores, pero también al tiempo-espacio donde se realizan las comunicaciones. Las relaciones comunicativas articulan las condiciones del entorno, sus momentos y circunstancias, que propician y condicionan la comunicación.

La acción comunicativa entre sujetos no es autorreferencial, como lo asume Niklas Luhmann (1998), cada individuo representa a los grupos y sociedad que pertenece. Los individuos son inmanentes a la historicidad, clase social y sociedad donde se han socializado. La naturaleza social del individuo es una condición que forma parte de su individualidad (Nicol, 2001), que no puede eludir, a riesgo de negar su individuación y excluirse de toda capacidad comunicativa. Las personas son seres en comunicación permanente, sin comunicación pierden sus rasgos esenciales de socialidad y humanidad, pero no se disuelven en el acto comunicativo.

La actuación individual forma parte de una comunidad que la modela a través de los procesos comunicativos en tiempos y espacios particulares, de ninguna manera es la manifestación de seres absolutos, sin pensamiento, historia ni cultura, por el contrario cada sujeto comunicativo, es la representación individual

de su vida en sociedad. Esta cualidad otorga a los contenidos y significados inéditos a toda comunicación, como particulares y diversas son las relaciones entre sujetos en cada ámbito y época.

Las comunicaciones suponen un contexto, aunque en ocasiones son apreciadas como unidades autorreferenciales, como puede apreciarse en la literatura, donde el texto es el universo interpretativo, ya sea de un mundo aproximado, imaginado o estereotipado, que no requiere una valoración compartida. Sin embargo, ese no será el caso de la comunicación cotidiana entre sujetos y colectividades, como tampoco lo es en el ámbito del quehacer científico. Se puede afirmar que las formas de apreciar un texto, discurso o una comunicación, implican modos distintos de ser interpretados, "... el texto como un mundo, ya el mundo como texto." (Eco, 1995: 29).

Toda interacción comunicativa entre sujetos, supone un ámbito de vida y cultura común en un contexto compartido. El marco societal de la comunicación es importante para la interpretación de sus contenidos, porque los sujetos de la interacción comunicativa no lo hacen en el vacío social. El tiempo-espacio social está implícito en toda comunicación.

La interrelación comunicativa entre actores supone e implica relaciones que comprometen, en la conservación o transformación, el contexto de esas relaciones. Así, la existencia de múltiples manifestaciones idiomáticas y derivaciones en ellas, son manifestaciones culturales que han creado usos particulares a los signos y cuya reproducción en el presente, son la continuidad y vigencia de identidades en las sociedades y un mundo multicultural, que como ropajes comunicacionales posibilitan su distinción en la integración mundial. El uso de iguales signos o idiomas no crean identidades sociales y menos aún competitividades nacionales ni individuales⁷. La comprensión, entendimiento

entre sujetos, supone e implica, la existencia de una cosmovisión, cultura y una prospectiva de vida compartida. La presencia de ese entorno no sólo está presente en la interpretación de los contenidos de la comunicación, sino también en la forma sintáctica de los mensajes (Eco, 1988).

La vida en común requiere y supone modos para dialogar, confrontar o incluso antagonizar entre individuos, grupos o clases sociales. La diversidad y dinamismo en las relaciones da sentido, significación e identidad comunicativa a los sujetos y colectividades.

La comprensión de los símbolos, signos o mensajes requiere del conocimiento del contexto, que no es anárquico, arbitrario ni necesariamente idéntico a los interlocutores. La comunicación está impregnada de implícitos, espíritu, símbolos y atmósfera comunitaria, así como, de una cultura y época. Se podría afirmar que la comunicación expresa el sentido, pertenencia y representación de una totalidad, pero que no la sustituye. "Las leyes del significado son las leyes de la cultura." (Eco, 1988).

La comunicación entre personas que no comparten una vida en común, requerirán mediadores para comprender sus significados, aun cuando hablen el mismo idioma y conozcan sus signos y símbolos. Así, el lunfardo o el lenguaje de reos, mafiosos, millonarios o pobres, no serán transparentes para otras personas, grupos, clases o extraños. La comunicación creada por personas integradas en ámbitos sociales determinados, no es una comunicación para todos, por el contrario constituye barreras infranqueables para aquellos que no pertenecen a una comunidad. La frontera comunicativa es más poderosa que los muros que separan pueblos. Las murallas suelen ser endeble frente a las barreras comunicativas, que pueden separar personas, naciones y sociedades en espacios comunes.

Esto es, comunicarse entre extraños, empleando símbolos, lenguajes o mensajes iguales, no establece unidad ni identidad comunicativa, solo son comunicaciones aparentes. La

7 La pretensión de imponer algún idioma particular, como impulsan algunos gobiernos y ministros de educación en América Latina y particularmente en Costa Rica, son absurdas creencias para el logro de identidades ideológicas o mercantiles, pero son elocuentes manifestaciones que reniegan de sus

culturas y sus manifestaciones en los espacios nacionales. Las imposiciones idiomáticas de alguna potencia política o económica, son expresiones colonialistas que pretenden eliminar lo propio frente a lo ajeno.

separación cultural, clasista, ideológica, orgánica, laboral o profesional, son fronteras para la comprensión, el diálogo e incluso la concertación, lo cual no significa la posibilidad de acción colectiva, por el contrario la historia de la humanidad está plagada de procesos transformadores a pesar de la heterogeneidad social y clasista.

Las visiones y prácticas dominantes de algunas sociedades y Estados en la historia mundial, se han impuesto a través invasiones y conquistas destruyendo o intentando destruir todo vestigio de resistencia, bélica, ideológica y cultural, y para ello se han empleado todas las formas de comunicación para subordinar, confundir o persuadir a las poblaciones. Los poderes autocráticos del esclavismo, de las monarquías absolutas como la de Luis XIV, de las tiranías de Hitler, Stalin, Pinochet, Videla, Fujimori o otros gobiernos destructores de democracia, como en México, Honduras o Costa Rica, de ninguna manera conforman un entorno que propicie comunicación social, por el contrario, crean fronteras de odios que sólo admiten el antagonismo y el enfrentamiento en el devenir cotidiano, sin posibilidad de constituir o reconstruir la igualdad en sus espacios sociales.

Esta tendencia que limita la comunicación, es una paradoja en una sociedad global que ha integrado a todos los individuos, clases y sociedades heterogéneas en un proceso interdependiente, que requiere de la comunicación social como un requisito para su propia reproducción sistémica. Las limitaciones comunicativas entre clases, organizaciones o sociedades, no la desaparece, pero queda restringida a la cada clase o grupo, como una condición de su identidad social, laboral o cultural.

La atomización absoluta, sin comunicación entre las personas y clases, es la negación de la socialidad humana y constituye el horizonte utópico de las tiranías del pasado y presente que ilusoriamente materializar la tesis reaccionaria de "Divide y Vencerás", que imagina un mundo incomunicado, frente a la expresión inversa "Unir para Vencer", que implica comunicación para la acción colectiva.

PASADO Y PRESENTE EN LA COMUNICACIÓN

La comunicación es múltiple y diversa, no es sólo interacción de mensajes entre sujetos en un contexto determinado, es también interacción generacional, como cultural, entre sociedades o entre el pasado y presente. La comunicación como toda relación social, esta circunscrita a un tiempo y espacio, que le otorga ubicuidad a las relaciones comunicativas.

Los contenidos de la comunicación plasman los estilos de vida, creencias, el quehacer cotidiano e incluso las ilusiones, así como se materializan en las obras creadas. La socialidad materializa una identidad comunicativa entre sus diseñadores, ejecutores y da usos particulares a sus obras.

En la creación y manipulación de los símbolos, mensajes y objetos usados los individuos se expresan contenidos, saberes, conocimientos y prácticas concretas en la vida de las personas y culturas. La comunicación de los sujetos, es también la concreción del pasado en el presente, porque el presente, aun cuando siendo una ruptura con el pasado, es su referente relativo. El sistema social, político e ideológico, en la historia de los pueblos y sociedades, es el marco de toda comunicación que no agota su contenido en alguna interpretación. En este sentido, la comunicación es más rica en determinaciones, que cualquier interpretación.

El dinamismo de los significados de la comunicación, la relativiza y permite diversas y múltiples interpretaciones a través del tiempo. La condena al olvido a determinados contenidos en las comunicaciones, por disfuncionales, impertinentes o contradictorias al poder o tradiciones predominantes, paradójicamente no podrán ser perpetuas, porque tendrían que ser controladas, vigiladas o reprimidas. Dicho de otra manera, serán siempre recordadas, brindando la posibilidad de su recreación y adecuación a nuevas circunstancias. El pensamiento crítico contra a la explotación y la apropiación privada de la riqueza del mundo, la privatización del bienestar y el desfalco de la naturaleza y el ambiente, ha sido una comunicación sistemática y radicalmente censurada

política, económica, mediática y militarmente, pero no se ha esfumado, permanece en la memoria histórica con reediciones creadoras y contextualizadas. La encarnación social de un pensamiento en condiciones de organicidad y vida particulares, constituyen las pautas y tendencias de la comunicación.

Esto es, el esclarecimiento de la significación de las comunicaciones, a través de los objetos, símbolos, palabras o mensajes, sean vestigios del pasado o evidencias del presente, serán relativos y parciales, porque sólo visibilizan algunas dimensiones de interlocutores, entornos e historias.

La relatividad de las interpretaciones sobre las comunicaciones, no conforma una realidad imposible de conciliar, para la concertación e integración, como tampoco para la recreación comunicativa y acción colectiva.

LA COMUNICACIÓN: UNA RELACIÓN SOCIAL, COMÚN Y ORGÁNICA

La comunicación como condición de nuestra socialidad y humanidad, no es general ni universal, implica formas y contenidos específicos que no están dirigidos a todos los individuos y poblaciones, porque no todos forman parte de una comunidad comunicativa. La comunicación entre sociedades, en contextos comunitarios, han sido extraordinarios vehículos para lograr potencializar la fuerza y capacidad de transformación de las organizaciones y las sociedades.

La diversidad de grupos y organizaciones en una sociedad mundial heterogénea, pero integrada en un inmenso mercado planetario, así como inserto en esferas de poderes global, de ninguna manera están aisladas las sociedades ni las relaciones en cada contexto nacional. No existen sociedades ni Estados que no se encuentren condicionados por relaciones y poderes internacionales, tampoco existen municipios aislados e independientes de situaciones nacionales, ni individuos que puedan definir autónomamente su cotidianidad y futuro, como se cree en las visiones liberales e individualistas.

La estructuración social y orgánica de las sociedades, es el ámbito donde se desarrollan las relaciones sociales y comunicativas entre los individuos y colectividades. La facultad propositiva y de actuación colectiva para transformar las realidades, dan cuenta de una capacidad organizativa que impregna la comunicación y la acción de los individuos en las sociedades. Los proyectos colectivos que han conmocionado historia y las relaciones de los pueblos, son ejemplos de la organicidad, identidad y comunicabilidad entre las comunidades. La peculiaridad orgánica o la estructuración de las relaciones sociales, es un sello particular que modela las relaciones comunicativas en las sociedades.

La organicidad, como facultad creadora y transformadora, ha sido determinante en la constitución de la ciudadanía y de lo público en las sociedades capitalistas del pasado y el presente. Sin embargo, habría que reconocer que no todo proyecto societal ha sido creado ni construido colectivamente, ni obedece a los intereses de todas las clases sociales. La constitución democrática, no ha sido un modo generalizado de la organización social y política de las sociedades.

La democracia y dictadura constituyen dimensiones polares que iluminan las relaciones sociales entre grupos y clases en cada sociedad, pero estos procesos políticos se implican, democracia en dictadura, como democracia en tiranía. Ningún poder político en el ámbito nacional y mundial, es indiferente a las comunicaciones en el ámbito de su influencia, por el contrario, los regímenes democráticos se nutren del respeto, diálogo y participación ciudadana, mientras que las prácticas autocráticas del poder, debilitan o destruyen las formas organizativas y comunicativas. Sin duda, el contexto político incide en la comunicación, pero ni las tiranías más radicales conocidas, han podido ni podrán eliminar la interacción social ni las sociedades. El absurdo autista y destructivo del tirano, es el preludio de su liquidación.

Las relaciones en razón de la organicidad, es el contexto para la comunicación, es una directa referencia a la identidad entre interlocutores, que piensan, comparten experiencias y desarrollan una conciencia social en

situaciones y perspectivas comunes. Las luchas sociales en la sociedad civil, unifican, consolidan y crean organicidad y comunicación en las fuerzas contendientes en disputa e incomunicadas (Coser, 1970).

La consideración histórica de la organización de las poblaciones y sociedades en razón de sus propias peculiaridades y determinaciones, está en correspondencia con los procesos políticos democráticos en sus espacios sociales. La democracia siendo una forma de organización política de la sociedad, garantiza la comunicación entre actores desiguales, pero dichas relaciones no son arbitrarias, se corresponden con las estructuras sociales. La regularidad de la interacción comunicativa, como en los procesos democráticos, requiere de condiciones que posibiliten, garanticen y amparen la comunicación entre sujetos con iguales derechos y equitativas facultades sociales.

El dinamismo de las sociedades civiles y el poder, por las contradicciones y antagonismos permanentes en las sociedades civiles, modifican los procesos democráticos, así como, transforman, destruyen y crean organizaciones. Así, las conquistas democráticas en un tiempo, podrán ser derrotas en otros y con ello, también se alterarán los procesos comunicativos entre clases y en las sociedades.

La memoria histórica de la gestación de proyectos construidos colectivamente, es la revaloración permanente de una organización plural, mientras que su negación u olvido es el abandono de la identidad histórica por ignorancia o indiferencia de la constitución social de los individuos. El desarraigo de los individuos a sus contextos sociales, no tiene determinación individual, está condicionado por cosmovisiones individualistas y poderes que desorganizan y privatizan las historias nacionales. La construcción de naciones, así como los espíritus y perspectivas colectivas, son revaloraciones permanentes de capacidades organizativas que renuevan patrones de comportamiento y de comunicación entre generacionales poblaciones.

La impronta constitutiva de las estructuras de cada país impregnan los rasgos comunes en las relaciones comunicativas entre sus habitantes

y clases. De esta manera, es posible identificar actitudes, cualidades y comportamientos relacionados con patrones de sus ámbitos culturales y organizacionales, aun cuando no son determinaciones mecánicas ni absolutas, como para convertir a los individuos en seres estandarizados, pero tampoco es posible suponer que las creencias, prejuicios, estereotipos o prácticas de los individuos estén desarraigadas de todo condicionamientos social y organizativo.

Los negocios y los fraudes se han incrementado en correspondencia con la integración de mercantil y la incomunicación en las sociedades. Los medios en el presente sirven para la realización de transacciones donde se confrontan intereses entre los que venden, compran o estafan. En sentido estricto, ellas no son comunicaciones, hay intercambio mercantil y transferencia de valores económicos, pero de ningún modo interacción social entre sujetos ni culturas.

EL PODER MEDIÁTICO

El poder local o mundial, democrático o dictatorial, tiene en los medios de comunicación la sustentación de su influencia relativa sobre la sociedad o el mundo. Así, la forma como son usados no son indiferentes a los gobiernos, ni a los intereses y poderes mundiales.

El control o la concentración de la propiedad de los medios, es la centralización de los contenidos de los mensajes en los medios. La globalización liberal contemporánea ha articulado el poder político con intereses de los propietarios de los medios, tanto porque son lucrativos negocios, al estar al servicio de los gobiernos, como por consideraciones ideológicas y políticas. Los contenidos mediáticos están pautados por el poder, las excepciones, son valientes y extraordinarias, pero débiles y vulnerables.

La masificación de los medios en las poblaciones del mundo, no ha significado una integración comunicativa entre las poblaciones y sociedades, estas permiten la expansión de los negocios, la consolidación y legitimación de poderes globales, aun cuando tiene un efecto

colateral, permite la conocidos en el espacio mundial, así como posibilita la conformación de nuevas interacciones comunicativas. Sin embargo, lo característico de la comunicación en la aldea global o la interdependencia electrónica, que imaginó McLuhan (1969, 1972), no ha unido las sociedades, ha generado una comunicación aparente en un momento donde abundan las formas mediáticas.

En el pasado y el presente, la incomunicación o la arbitrariedad y unilateralidad de los mensajes, sin interacción ni valoración igualitaria entre pueblos, grupos étnicos, clases sociales y personas, así como entre las formas organizativas religiosas, políticas ideológicas, o entre los Estados y sus sociedades civiles, han sido las fuentes de multiplicación de todas las formas de exclusión y violencia que ha conocido la humanidad.

Los medios de comunicación han servido a los gobiernos dictatoriales para imponer una “cultura oficial”, como nos prevenía McLuhan (1974), así como son usadas por las empresas imperiales para la conformación demencial de un gran consorcio monopólico planetario, que no sólo amenaza con la conversión a una nueva edad media (Acosta, 2005), sino una nueva esclavitud de la humanidad, donde la opulencia y avance tecnológico, se reproduce en un universo de tiranía, pobreza, ignorancia, iniquidad y exclusión.

Los gobiernos autocráticos, antidemocráticos, son autistas con respecto de las demandas, necesidades, aspiraciones y sueños de sus pueblos, lo cual es la imposición de decisiones y acciones contrarias la voluntad, derecho e interés ciudadano. En tales circunstancias, el uso de los medios por parte de las dictaduras, ha sido un instrumento útil para persuadir, con la mentira, miedo, distorsión en las poblaciones. Este uso, no integra, incomunica la sociedad, antagoniza lo privado con lo público, es el preludio de la guerra y la violencia.

Los propietarios o quienes controlan los medios masivos de comunicación, solo tienen un compromiso aparente con la transmisión de contenidos significativos para la colectividad nacional o mundial. Los aspectos y temas que se divulgan en esos medios, son del interés privado de los

propietarios, socios o mafias con los cuales se reparten negocios. Los propietarios de los medios usan privadamente los espectros de sonidos e imágenes que no les pertenecen, que son ámbitos espaciales de la gestión nacional y estatal. A través de ellos se busca perennizar visiones, pensamientos, prácticas y poderes excluyentes. El pensamiento disidente, contestatario o simplemente disfuncional al poder prevaeciente, no tiene acceso a los medios, ni hay espacio para confrontarlos. Los medios masivos de comunicación, liquidan y extinguen, virtual y realmente, las voces y pensamientos disfuncionales. Karl Popper (1902-1994)⁸, un prominente liberal del siglo pasado, argumentó sobre el carácter antidemocrático de la televisión y de los peligros totalitarios en la sociedad de las imágenes (Alcoberro, 2003). Los tiranos, al controlar para su beneficio los medios, anestesian la conciencia crítica y manipulan psicológicamente para inducir comportamientos hacia la sexualidad, la violencia, la orientación política y conformación de visiones de mundo que comprometen el futuro de las sociedades. Consideraciones que se evidencian transparente y cotidianamente en las opiniones publicadas de los monopolios mediáticos y que adquieren una extraordinaria y manipuladora presencia en los procesos electorales, como ocurre en Costa Rica en los últimos procesos electorales (Vargas, 2006).

La comunicación unilateral, es un vehículo que irrespeta las identidades sociales, se divulgan aspectos alejados al interés común e incluso se pretende imponer asuntos privados como públicos⁹, mientras que los temas de

8 Karl Popper discute sobre la televisión en el artículo “Una patente para producir televisión” (1998) y poco antes de fallecer, se registra una entrevista donde defendía la necesidad del control público de la televisión, la cual fue efectuada por la televisión italiana (13/04/93), en plena campaña de Silvio Berlusconi, liberal y millonario propietario de medios, en la Italia contemporánea.

9 Lo público regularmente es interpretado superficialmente, se cree que algo es público por el hecho de ser publicado, como también lo suponía McLuhan (1972), e incluso atribuía a los medios de comunicación como creadores de lo público, lo

incumbencia de las colectividades son ignorados por la unilateralidad de las opiniones publicadas por los medios.

La comunicación mediática, no es opinión pública, es opinión publicada, que se difunde masivamente, sin ser pública. Las manifestaciones y comunicaciones ciudadanas serán públicas, cuando se interactúa, cuando son el resultado de la concertación para la delimitación de lo que es común a todos. Las manifestaciones de la ciudadanía son una fuerza, no sólo por ser una voz común, sino porque implica una voluntad, y decisión y acción contra las posiciones y acciones que niegan, anulan lo público. Por ello, no es extraño que los órganos mediáticos del poder, sean barreras que impidan la gestación de la opinión pública, o realicen todos los intentos para distorsionar, confundir o desvirtuar lo público. La desintegración e individuación de las colectividades destruye la constitución y construcción de ciudadanía, la democracia y lo público a nivel planetario.

El uso privado de los medios masivos y técnicos de comunicación, es el ejercicio del poder, como instancia justificadora y legitimadora de su práctica concreta y tangible en las colectividades excluidas de opinión, organicidad y de poder. La incomunicación intencionada en la sociedad civil, polariza y promueve la intolerancia y la violencia social en todas sus formas. La desregulación estatal sobre los medios, es el otorgamiento de libertades a los propietarios que esclaviza la ciudadanía y evidencia al Estado como cómplice contra lo público.

La incomunicación entre sujetos, organizaciones o sociedades, impide negociación, acuerdos y acción común. El poder económico y político expande explotación global de las riquezas y capacidades nacionales, con destrucción de de interacción comunicativa, liquidando democracia, ciudadanía, soberanía y organicidad entre pueblos y culturas.

cual es una posición distante de la valoración de lo público con los derechos ciudadanos, la democracia, la equidad o la igualdad, así como de la praxis de un Estado que ampara y actúa en razón de una comunidad de intereses en una sociedad desigual e integrada.

La comunicación forma parte inherente de las personas y de las comunidades, luego, cercenar, limitar, distorsionar o privatizar el derecho a la opinión e información plural y pública, es sin duda un atentado a los derechos ciudadanos y la vida social de los pueblos.

La multiplicidad de formas mediáticas, no ha significado la diversidad de pensamientos en interacción, por el contrario, ha eliminado la diversidad de pensamiento y de actuación de las personas y colectividades. La persistencia del pensamiento único en el ámbito de la centralidad de las prácticas económicas y políticas, atentan contra diversidad de pensamientos, culturas y desarrollos.

BIBLIOGRAFÍA

- Acosta, Alberto (2005). "El desarrollo entre tensiones globales y locales: El riesgo de una nueva Edad Media de alta tecnología." Argentina. Bitácora. <http://www.bitacora.com.uy/articulos/2005/diciembre/250/250general.htm#fresan>
- Alcoberro, Ramón (2003). "Popper y la televisión". Salvador López Arnal, Francisco Tauste Alcocer, Albert Domingo Curto, Pere de la Fuente Collell (Coordinadores). Popper-Kuhn: ecos de un debate. España. Editorial Montesinos. pgs. 199-214.
- Castells, Manuel (2001). La Galaxia Internet. Madrid. Editorial Plaza y Juanes.
- Coser, Lewis (1970). Nuevos aportes a la teoría del conflicto social. Buenos Aires. Editorial Amorrortu.
- Echeverría, Javier (2000). "Democracia y sociedad de la información." ISEGORIA. España. Revista de Filosofía Moral y Política. N° 22, pgs. 37-58.
- Eco, Umberto (1995). "Interpretación e historia." Interpretación y sobreinterpretación. Gran Bretaña. Cambridge University Press.

- Eco, Umberto (1988). *Tratado de Semiótica General*. Barcelona. Editorial Lumen.
- Horkheimer, Max (1973). *Crítica de la razón instrumental*. Argentina. Editorial Sur.
- Huaylupo, Juan (2008). "La Relatividad y Significación de los Datos." *Cinta de Moebio. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales* N° 32. Santiago de Chile. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Chile. pgs. 127-152.
- Luhmann, Niklas (1998). *Sistemas Sociales*. España. Anthropos Editorial, Universidad Iberoamericana y Pontificia Universidad Javeriana.
- McLuhan, Marshall y Quentin Fiore (1969). *El medio es el masaje*. Buenos Aires. Editorial Paidós.
- McLuhan, Marshall (1972). *La Galaxia Gutenberg. Génesis del "HomoTypographicus"*. Madrid. Editorial Aguilar.
- McLuhan, Marshall y Carpenter, Edmund (1974). *Aula sin muros*. Barcelona. Editorial Laia.
- McLuhan, Marshall y B. R. Powers (2005). *La aldea global*. Barcelona. Editorial Gedisa.
- Moreno, Eduardo (2010). "Yo Tarzán, tú Jane". *Áncora. Diario La Nación*. San José, pg. 35.
- Nicol, Eduardo (2001). *Crítica de la razón simbólica*. México. Fondo de Cultura Económica.
- Polanyi, Karl (2003). *La gran transformación: Los orígenes políticos y económicos de nuestro tiempo*. México. Fondo de Cultura Económica.
- Popper, Karl y Condry (1998). "Una patente para producir televisión." *La televisión es mala maestra*. México. Fondo de Cultura Económica.
- Ramonet, Ignacio (1998). *La tiranía de la comunicación*. Madrid. Editorial Debate.
- Trifonas, Peter Pericles (2004). *Umberto Eco y el fútbol*. Barcelona. Editorial Gedisa.
- Vargas, Armando (2006). "¿Es el costarricense un pueblo con voto pero sin voz? San José. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. www.c3fes.net
- Virilio, Paul (1997). *Cibermundo: la política de lo peor*. Madrid. Editorial Cátedra.
- Virilio, Paul (1999). *La bomba informática*. Madrid. Editorial Cátedra.
- Weber, Max (1977). *Ética protestante y el espíritu del capitalismo*. Barcelona. Ediciones Península.