

# Comunicación en tiempos de crisis

POR RODRIGO VELASCO ORTIZ\*

En el pasado Encuentro Académico de Facultades de Comunicación Social organizado por AFACOM, el profesor Jesús Martín-Barbero nos invitaba a trascender el "Encuentro de Teorías" en favor de un encuentro con el País. Es que hay tiempo para todo y, en la coyuntura actual, de exaltación de la violencia, de corrupción política y administrativa, de economía angustiante y desbocada, urge revisar las responsabilidades que como comunicadores nos competen. Si la teoría no nos es de utilidad para comprender y transformar la vida, carece de sentido promoverla.

## Comunicación: algunas ideas.

Más allá de las consideraciones físicas de la comunicación electrónica, visual o sonora, más allá de las consideraciones mecánicas de emisores, canales, mensajes, receptores y ruidos, la comunicación humana alude al establecimiento de campos de representación simbólica comunes a varios individuos. El objeto de la comunicación son las ideas, las representaciones, los sentimientos y los contenidos del mundo subjetivo interno, asociados a símbolos externos, denominados genéricamente lenguajes.

Aquí resulta especialmente interesante constatar que, en el fondo, la comunicación humana descansa en un acto de fé, jamás comprobado de manera directa: creemos que otros experimentan, en el interior de su subjetividad, fenómenos iguales o semejantes a los nuestros cuando se refieren a ellos con los mismos o semejantes símbolos externos que nosotros usamos.

Muchas veces la renuncia a un sentido general de la vida que vaya más allá de la experiencia directa, es decir, el rechazo a proyectos de largo plazo, individuales o colectivos, se ha sustentado en el argumento positivista de atenerse tan sólo a los "hechos objetivos, verificables experimentalmente", según el modelo hipervalorado de las ciencias de la naturaleza. Se ha confundido un modelo de conocimiento con el conocimiento total; se ha engrandecido el recurso a la experiencia como la única prueba de validez; se ha ignorado que los llamados

hechos son interpretaciones y, en general, se ha desprestigiado la fuente de todo sentido, cual es la subjetividad.

Igualmente, desde una pretendida neutralidad objetiva, se ha negado o deslegitimado el poder de la comunicación y sus intencionalidades, siempre presentes aunque no siempre conscientes. Esta fuerza transformadora de la palabra ha sido reconocida desde los orígenes míticos de la humanidad; por ejemplo, en el relato bíblico del Génesis, en el que tanto la palabra divina como la humana tienen un claro poder creador. En la triada que relaciona al sujeto con el mundo material y con los otros sujetos, los lenguajes obran como configuradores de los mundos subjetivo, objetivo e intersubjetivo, de manera multidireccional, no sólo en un sentido. No es viable pues, ignorar el papel transformador de la comunicación, el mismo que reclamamos para el desarrollo de nuestras sociedades.

El largo proceso de humanización, expresado en la cultura con todas sus manifestaciones, ha sido posible gracias a nuestra condición simbólica, a nuestra capacidad de crear y utilizar lenguajes para comunicarnos.

Comprender algo es interpretarlo, construir sentido con ello desde la subjetividad; comprender a alguien es participar en el sentido que ese alguien ha construido; comprenderse es conferir sentido a la propia vida en el marco del mundo de los otros y de los objetos.

Como lo han expresado los filósofos humanistas, el carácter inacabado del ser humano hace que la construcción de la identidad individual, el proceso de convertirse en persona, sea ante todo un proyecto, una apuesta hacia un futuro inexistente en cuyo diseño y realización el ser humano se juega su vida. De allí deriva su carácter ético: sin futuro imaginado el deber moral se desvanecería.

De manera semejante, la conformación de la

identidad de los grupos humanos, bien sea como pareja, como comunidad, como empresa o como país, se relaciona con un proyecto, con un ideal, con un imaginario hacia el futuro de aquello que el grupo desea ser, de aquellos valores hacia los cuales tiende la acción colectiva. De no existir elementos con los cuales el grupo se identifique, que trasciendan los deseos individuales y además lo hagan en forma de deber o de obligación moral, el grupo pierde identidad y se disuelve en la desagregación de sus miembros hacia otros colectivos que los aglutinen. Ninguna colectividad humana resiste la ausencia de tales obligaciones relacionadas con imaginarios futuros.

Si pensamos en la esfera de la comunicación social, la labor del profesional es ampliar el espacio simbólico común de lo público, no de lo privado. Para ello es preciso considerar la forma como se configura la identidad colectiva, esto es, mediante las acciones comunicativas de las identidades particulares, en una acción sinérgica que es mucho más que la suma, el promedio o cualquier operación aritmética que podamos hacer con las unidades individuales. La construcción de lo

público, bien sea que se logre con estrategias democráticas o autoritarias, siempre es el resultado de negociaciones, de confrontación de sentidos, del establecimiento de acuerdos mínimos dentro de los cuales operan los actores.

Desde una perspectiva humanista, al mirar la interacción social como un campo en el que se desarrollan los valores humanos y en el que existe un lugar para la ética, es indispensable propiciar cada una de las tres fases que recorre la conformación de la identidad colectiva, esto es, la aceptación radical del otro, considerando su dignidad por la cual es fin en sí mismo y no instrumento de nadie; la confrontación argumentada allí donde se presentan las discrepancias y, por último, la búsqueda y definición de acuerdos mínimos, base de la acción común,

**Si pensamos en la esfera de la comunicación social, la labor del profesional es ampliar el espacio simbólico común de lo público, no de lo privado**

con los cuales cada uno se compromete.

Así, el Comunicador Social, en razón de su oficio y de su preparación, tiene como responsabilidad contribuir al desarrollo pleno de cada una de estas dimensiones de lo colectivo: comprensión de la diferencia, debate abierto y búsqueda de acuerdos. Su preparación le proporciona información básica sobre su entorno, le permite apropiarse de elementos teóricos y metodológicos sobre la comunicación humana y le confiere el dominio de algunos lenguajes y de algunos medios. Su función consiste, entonces, en comprender algún fenómeno de interés social, traducirlo al lenguaje de su competencia y presentarlo a través del medio adecuado para

**Tras un proceso de desgaste y descrédito de las autoridades tradicionales, los valores y las ideas que ellas habían representado se vinieron a menos**

que otros ciudadanos, a su vez, comprendan, se informen, debatan o acuerden algo al respecto. El comunicador social ha de ser ojos, oídos y voz de diversos actores sociales, para que múltiples voces y miradas se encuentren a su vez. Ahora bien, para que la comunicación sea posible, es preciso que exista un campo común a los interlocutores, no solamente desde el lenguaje, sino desde los mismos temas que se abordan. Si, por circunstancias de los participantes, un tema es considerado obsoleto o risible o absurdo, referirse a él en serio puede resultar poco menos que imposible; sería preciso que desde algún lado se iniciara la persuasión acerca de la importancia y la pertinencia del mismo, o al menos que se pusiera en duda su impertinencia; en otras palabras, que se planteara una nueva agenda de la comunicación.

## La comunicación y un país en crisis.

En nuestra época y en nuestro país se vive un

malestar generalizado, un vago sentimiento del absurdo y sin sentido del esfuerzo por sobrevivir, una desconfianza en casi todas las instituciones. Tras un proceso de desgaste y descrédito de las autoridades tradicionales, los valores y las ideas que ellas habían representado se vinieron a menos. Los representantes de cada una de las instituciones: familia, religión, ejército, iglesia, estado, partidos políticos, han sido eclipsados por los representantes de las instituciones económicas. Parece como si el único valor, al cual se pudieran convertir todos los demás, fuera el medio de cambio más conocido: el dinero.

Sin embargo, el dinero tiene en sí mismo un vacío fundamental, radical, consistente en su ausencia de valor intrínseco, en ser fundamentalmente un medio para alcanzar otros bienes. Así, por más buscado que sea, no alcanza la fuerza necesaria para cohesionar una comunidad; no es suficiente para aglutinar en torno a sí, por largo tiempo, a una población dada. Surgen entonces las preguntas: *¿qué tipo de ideas o valores requieren nuestras sociedades para fortalecerse en su identidad?, ¿será posible encontrar unas metas sociales que trasciendan el presente, que entusiasmen a los individuos para su logro?, ¿será conveniente revisar algunos de los ideales que en el pasado confirieron sentido a los pueblos?.* De ser así, como parece, los comunicadores sociales tendrían ante sí el enorme reto de convocar a la discusión y al acuerdo para el desarrollo y fortalecimiento colectivos.

En el caso colombiano, una parte muy significativa del malestar de nuestra sociedad radica en la fuerte escisión entre los discursos públicos acerca de los valores morales y las prácticas reales de quienes los pronuncian, avaladas y propiciadas por la misma sociedad que las recrimina. Es la contradicción insostenible entre una propuesta teórica y un país real, mencionada en el primer párrafo de este papel. Ejemplos de ello son las promesas de los candidatos, siempre incumplidas por los elegidos; la conocida expresión "Le llegó su cuarto de hora", referida al gobernante de primer, segundo o tercer orden, quien debe aprovechar el poco

tiempo disponible para entrar a saco en los dineros públicos; el desprecio real por la ley, unido a la desconfianza permanente en la palabra empeñada en cualquier negocio y, en general, la ausencia de compromiso de los individuos frente a los acuerdos colectivos.

En reciente encuesta realizada entre niños y jóvenes de diversas ciudades colombianas por el Centro Nacional de Consultoría, los menores manifiestan que el error más grave que cometen los adultos, luego de la violencia (23%), es que "no cumplen lo que prometen" (20%) pero, al sumar otros errores como "dicen mentiras" (11%), "no cumplen las normas" (7%), "no se comprometen en campañas en beneficio del país" (6%), el conjunto asciende al 44%. Es decir, casi la mitad de los niños percibe esa ruptura entre el discurso y la práctica, a pesar de que, precisamente por su poca experiencia, consideran que en su casa (98%) y en el colegio (93%) realmente les están enseñando a ser mejores ciudadanos.

## ¿Cohesión o corrosión?

La falta de fe en los otros, la desconfianza en principios, normas y valores que trasciendan el beneficio particular inmediato, obran como corrosivo social, como disolventes de lo colectivo. Frente a tal malestar y ante la necesidad de recuperar la confianza en los otros, urge explicitar un proyecto de país. Sin la ingenua pretensión de cerrar los ojos a las múltiples dolencias que nos aquejan, hemos de renunciar al monotema de la desgracia, al pesimismo autodestructor, a la permanente exaltación de los males. Hemos de apostarle nuevamente a proyectos de largo plazo, no necesariamente eternos o milenarios, pero sí que trasciendan como colectivo los intereses inmediatos de los individuos. Otra vez, sin timideces vergonzantes, hemos de mostrar el valor humano del esfuerzo, del posponer el gusto momentáneo en aras de satisfacciones más permanentes.

Cuando un enfermo está grave, una de las

peores cosas que le pueden suceder es la incredulidad en su curación, la desconfianza en el buen estado de otras partes de su organismo que pueden contribuir al restablecimiento de la parte enferma. En nuestra sociedad, así parezca risible, así no esté de moda y así suene ilusorio, es preciso renovar la fé en todas las fuerzas constructivas que existen en la totalidad de los colombianos.

Este es el reto de los comunicadores en nuestro país (¿en nuestra época?): atraer la atención hacia el sentido, propiciar la interacción razonable, esperanzada, comprensiva, en busca de un modelo propio de sociedad. Es necesario mirar bien lejos, no perder el horizonte, distraídos por las molestias o los atractivos inmediatos. **Los comunicadores sociales tendrán ante sí el enorme reto de convocar a la discusión y al acuerdo para el desarrollo y fortalecimiento colectivos** Si bien el comunicador no establece las metas, debe creer en su posibilidad; si no determina el ideal de ser humano, debe propiciar su configuración por parte del colectivo; si no fija los criterios de validez de los argumentos en los asuntos en debate, ha de confiar en que los miembros del grupo, él incluido, pueden establecerlos mediante discusiones razonables.

Este número de la revista Cuestiones está dedicado a los lenguajes y en él, sus autores, cada uno a su manera, proponen diversas maneras de construir sociedad, bien sea desde la academia, la empresa o la vida cotidiana: María Eugenia Pinilla, en el ámbito de las empresas de la región santandereana, destaca la gestión de la comunicación como eje fundamental de la evolución y la transformación de las instituciones. Luz Marina Gutiérrez, en el campo universitario, propone una mirada interpretativa de la lectura, como construcción del sentido de un mundo que se despliega ante otro mundo del cual participa el lector. La comunicación como participación en la construcción de universos y

la lectura complementada con una escritura que, al recrear el texto, lo hace más comunicativo.

Margarita Gómez, también instalada en el ambiente universitario, nos invita a jugar con las palabras, como remedio al formalismo excesivo y artificial promovido desde algunas experiencias educativas, un juego que requiere establecer un campo, común a docentes y alumnos, dentro del cual es posible y para el cual nos ofrece algunas reglas, algunas pistas que lo harán más interesante. Álvaro Acevedo nos sugiere el ensayo como una vía para comprender los contextos al desarrollar la proporcionalidad entre contexto/comunicación y lenguaje/cultura; al identificar la lectura con la comprensión expresada en la escritura y al sintetizarlas en el ensayo como producción académica. Campo Elías Narváez nos invita a considerar un currículo desde la estética, como propuesta para la formación de comunicadores sociales en el ejercicio y en la comprensión de las nuevas sensibilidades, de suerte que trascienda las abstracciones intelectuales sin sentido o las simples destrezas tecnológicas.

Luz Stella Porras nos ilustra acerca del ensayo, como un género de la comunicación escrita y como un acto de aprendizaje e investigación. Su revisión sobre el tema nos brinda pistas e ingredientes metodológicos para hacerlo operativo, fuente de aprendizaje y de gozo.

Víctor Manuel Sarmiento nos da cuenta de sus reflexiones alrededor de los obstáculos que ha de superar la academia universitaria para que la lectura y la creación de textos sean fuente de producción de sentido: maestros desorientados en la producción o en la selección de textos, exigencias no diferenciadas según el tipo de escritos, uso de fragmentos descontextualizados, entre otros.

**Los menores manifiestan que el error más grave que cometen los adultos, luego de la violencia, es que no "cumplen lo que prometen"**

Finalmente el maestro Sergio Acevedo, desde la música, nos propone construir un mundo donde las leyes de la armonía estén por encima de la discordia, la disputa sea reemplazada por el contrapunto y los conciertos no sean para delinquir sino para llenar el mundo de acordes musicales.

\* Decano de la Facultad de Comunicación Social UNAB. Filósofo. Magister en Educación.

