

LA COMUNICACIÓN COMO FORMA DE LA CIUDADANÍA EN AMÉRICA LATINA

COMMUNICATION AS A CITIZENSHIP FORM IN LATIN AMERICA

DARÍO ÁNGEL*

Resumen

En este artículo, se hace un seguimiento a las concepciones de comunicación de teóricos latinoamericanos, representadas principalmente en José Joaquín Brunner, María Cristina Mata y Alfonso Gumucio, en busca de la manera como el Estado y las instituciones aplican la democracia y comprenden la opinión pública, y cómo las prácticas de comunicación ciudadana, como prácticas juveniles, contrastan con ese ideal y con las prácticas institucionales, a tal punto de crear sentidos más allá del diálogo y del consenso.

Palabras clave: comunicación, democracia, prácticas comunicativas, prácticas juveniles, comunicación ciudadana-popular.

Abstract

In this article, we make a follow up to the theoretical concepts of communication of Latin American theoreticians, represented mainly by José Joaquín Brunner, María Cristina Mata and Alfonso Gumucio, in search of the way the State and the institutions apply democracy and understand public opinion, and how the practices of public citizen communication as youth practices, contrast with that ideal and with institutional practices, to the point of creating meanings beyond dialogue and consensus.

Key words: communication, democracy, communicative practices, youth practices, popular-citizen communication.

* Comunicador Social. Director editorial e investigador de la Universidad Autónoma de Manizales. darangelus@gmail.com

Introducción

La forma como los jóvenes pueden participar en las decisiones públicas dentro de una democracia puede ser definida mediante, por lo menos, tres ópticas. Por supuesto, la de los jóvenes cuyas prácticas tienen como referentes la sociedad y sus propias construcciones históricas. Otra óptica posible es la de la institucionalidad. Y otra, que examinaremos aquí, es la de los teóricos que basan su discurso en prácticas de diversa índole y en una tradición teórica elegida según perspectivas políticas.

El interés de la reflexión es encontrar claves de práctica, modos de acción, lo que manifiesta una actitud esperanzada, que se incrusta a su vez en la propia esperanza de los jóvenes que actúan y se organizan para su acción comunicadora. La historia ha sido obstinada en esquivar a todos los *apocalípticos* que suelen ver en las grandes tragedias el fin de los tiempos de la humanidad. Pero en los nichos locales siguen germinando formas de vida que vuelven a poblar la tierra y que no son en absoluto *integrados*, según la metáfora de Eco (1965). Cuando se caen los grandes árboles, como al parecer se han venido derrumbando poco a poco, quedan las estructuras rizomáticas, flexibles, con gran capacidad de variabilidad, que transgreden las taxonomías y la necesidad lógica aristotélica y que germinan en la vida y en el saber local (Deleuze & Guattari, 1980).

El interés de estas líneas está ubicado en el campo de la comunicación y la democracia, cuya concepción es revisada en algunos teóricos de la comunicación en América Latina y constituye un ideal de democracia frente al cual se puede hacer exigible el derecho a participar en la vida pública. Esa perspectiva ideal de los principios democráticos contrasta, por una parte, con las políticas de comunicación en Colombia y con las prácticas de grupos con fuerte presencia juvenil. Este contraste certifica caminos diferentes en la forma como se puede hacer presencia pública de órdenes contrahegemónicos, de contraórdenes. Y, finalmente, se señalan formas propias de las prácticas comunicativas, especialmente juveniles.

Democracia, opinión pública y medios

“El principio del mundo moderno exige que lo que alguien debe reconocer se le muestre como justo. Pero, además, todos quieren aconsejar y tener voz en el asunto” (Hegel).

Para ubicar el problema que quisiera dejar planteado, debo empezar perfilando, con grandes trazos, lo que puede entenderse por comunicación en la sociedad de la comunicación y la información y, especialmente, lo que se suele entender por comunicación pública, y algunos

posibles ejercicios de ciudadanía sobre ese aspecto, en la perspectiva crítica que inspira a muchos teóricos en Latinoamérica.

Se sabe que la comunicación y la democracia están ligadas de una manera orgánica. De algún modo, un *régimen* democrático requiere, en términos de Castoriadis (1994), un *procedimiento* democrático. Y no es concebible un procedimiento para fundar la sociedad democráticamente, como régimen, si no es a través de lo que puede llamarse la *comunicación pública*. Para Habermas, el tema es crucial y su conflicto reside en encontrar una forma, una instancia y unas reglas de juego que permitan llevar a cabo la conversación pública que es, de algún modo, la concepción de la propia democracia.

La concepción habermasiana ha tenido seguidores muy fuertes en América Latina, y dentro de ese pensamiento es posible ubicar a José Joaquín Brunner (1994), uno de los teóricos latinoamericanos que expresan este punto de vista con mayor precisión. Dice Brunner:

La opinión de los gobernados es la base real de todo gobierno democrático. Las decisiones de voto, las preferencias por políticas determinadas y el control continuo de los gobernantes por los gobernados tienen como telón de fondo y se construyen a partir de lo que llamamos opinión pública.

Dicho en pocas palabras, la democracia representa, *idealmente*, un “gobierno de opinión”. En un régimen tal, la política se funda en *las comunicaciones* a través de la intermediación de la *opinión pública*. Pero esta última, como veremos de inmediato, no es independiente ni de la forma como se organiza la vida de los ciudadanos ni de la estructura, orientación y funcionamiento de *los medios de comunicación*.¹ (Brunner, 1994, p. 3).

El problema termina casi de inmediato en los *medios de comunicación*. De hecho, Habermas (1994: 4) sostiene que, al tratarse de un público amplio, los medios de comunicación son medios del espacio público. Son ellos —los medios— los encargados de movilizar la *opinión pública* que es, a su vez, la intermediación de la comunicación que, por su parte, es la condición fundante de la democracia. En esa dirección, Brunner establece unas funciones de la comunicación en la sociedad democrática, sobre la base de la premisa constituida por la relación comunicación-democracia:

¹ Las cursivas son nuestras.

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 un gran número de personas con derecho a participar en la conversación. *Como proyecto, al menos*, una sociedad democrática puede por eso 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, p. 3).

Sobre la base de esta premisa, inspirada evidentemente en el Habermas más consensualista, el autor establece las siguientes funciones:

- Crear una comunidad informada;
- representar a dicha comunidad en la esfera pública, y
- contribuir a la formación de la agenda de asuntos en torno a los cuales debe organizarse la política (Bruner, 1994).

Estas funciones, por supuesto, están mediadas por la *opinión pública*. En Habermas, la opinión pública es un fenómeno del “*mundo de la vida*” y del “*sistema*”, no de las instituciones o de la estructura política.

Según Brunner, la opinión pública depende tanto de las personas que conforman la sociedad como de los flujos de información a los cuales esas personas se encuentran expuestas, de manera que depende tanto de los sujetos sociales como de los *medios de comunicación*. Éstos se ubican en el proceso reflexivo de las personas en un doble nivel: “dotamos de sentido la realidad que nos rodea y, además, monitoreamos ese proceso para adaptarlo a las pautas culturales de nuestro grupo” (Brunner, 1994: 1).

En segundo lugar, al hablar en esta forma de la relación entre comunicación y democracia en general, se trata, de alguna manera, en términos de Santos (1998), de sujetos monumentales, representados, en este caso, en el *Estado*, la *opinión pública* y los *medios*. Son sujetos que actúan como representaciones en una estructura de representación, en la cual desaparecen los sujetos de la vida cotidiana. Éstos se limitan a estar informados y a monitorear lo que sucede en las esferas de la política. Más aún, Brunner señala cómo no es principalmente en las organizaciones ciudadanas, ni en los partidos, ni en estos tipos de instancias deliberativas donde los ciudadanos forman su opinión, sino por el influjo de *los medios* (Brunner, 1994: 3).

En este discurso, se considera, por supuesto, el hecho de que los *medios de comunicación* se parcializan y no reflejan la opinión pública que tiene, como se observa en el texto de Brunner, un sentido de movilización, de participación y de control del gobierno por parte de los

governados. El control de los medios reside principalmente en la conciencia de los periodistas. Se apela a su buena voluntad moral de asumir la responsabilidad sobre la formación de opinión pública porque, de otro modo, no sería posible la democracia. Esta perspectiva, muy extendida entre los comunicólogos que se ocupan de los asuntos de los medios y la política, y especialmente de los medios y la democracia², enfrenta finalmente al ciudadano *individual* con el *medio* como binomio del proceso comunicativo que puede tener significado en la política democrática.

Surge, entonces, la pregunta por las condiciones de posibilidad de la objetividad o la imparcialidad de los medios de comunicación. El fetichismo tecnológico tiende a ocultar ese oscuro objeto del actor comunicativo que es el responsable de los mensajes en los medios masivos de comunicación. Pareciera que es el comunicador o periodista el sujeto llamado a la responsabilidad periodística, pero el hecho es que el periodista no es un sujeto autónomo, sino un instrumento de la máquina comunicativa que constituye el llamado *medio de comunicación*. Los comunicadores no comunican lo que quieren o lo que creen justo, sino lo que son obligados o autorizados a comunicar (a menos que se declaren cuadros orgánicos de la perspectiva del medio en el que trabajan). Detrás de estos actores hay otros que son quienes en verdad dotan de sentido a los medios.

Ahora bien, la perspectiva liberal puede aceptar la crítica de que los medios de comunicación no pueden ser imparciales, aceptan que el *punto de vista* está cargado de ideología y de sentido político, aceptan que los medios tienen una vocación partidaria o intencionada que los hace necesariamente parciales, lo que no implica necesariamente, para esta perspectiva, que la opinión pública sea manipulada. Por el contrario, dice el argumento, si el medio de comunicación confiesa su tendencia, el ciudadano sabe a qué atenerse. Lo que se hace necesario, en este orden de argumentación, es garantizarle al ciudadano que pueda conocer todos los puntos de vista, mediante el combate de los monopolios comunicativos. Pues bien, éste es el espíritu de la Constitución Política de 1991. La Carta prohíbe el monopolio informativo y ordena la garantía de la *equidad* por parte del Estado.

En esta perspectiva, se trata de la competencia perfecta de mensajes en el mercado informático, mediante el libre flujo de la comunicación en el tinglado mediático. Dicho de otro modo, el libre acceso al mercado simbólico garantizaría de alguna manera el equilibrio entre las diferentes posiciones representadas por los medios, de manera que se conforma una opinión pública

² Nicolás Casullo (1985), Francisco Esteinou (1992), José Joaquín Brunner (1994), Pierre Livet (1995), Josef Thesing (1995), Eliseo Verón (1995), Dominique Wolton (1995a, 1995b), Manuel Garretón (1996), Germán Rey (1997), Jesús Martín-Barbero y Germán Rey (1999), Javier Darío Restrepo (en Rincón, 2001), Ómar Rincón (2001), Susana Frutos (2000), María Cristina Mata (2003), las publicaciones de la Fundación Iberoamericana para el Nuevo Periodismo (Restrepo, 2000), y todos aquellos que trabajan el paradigma periodístico en relación con la opinión pública en las nuevas escuelas de periodismo inspiradas en Ryszard Kapuscinski (2003) y la Agenda Setting (Bregman, 1995; Macassi, 1997).

imparcial y queda garantizada la democracia como expresión última del mercado simbólico. Aquí, el ciudadano es considerado como consumidor de productos simbólicos, que solo puede manifestarse en las urnas, como mecanismo clave de expresión de la voluntad popular.

De esta manera, se trata simplemente de la libre competencia de los grandes dueños de los medios frente a una sociedad de consumidores simbólicos llamados *opinión pública*. Lo que se cuestiona en esta perspectiva es el tipo de ciudadanía que se expresa en ese tipo de democracia. Se trata del significado de la opinión pública con la mediación de la tecnología de la comunicación y la información, que a su vez son mediaciones de la democracia. Y esto es más claro si se formula la pregunta por la forma en la que los ciudadanos participan en la opinión pública movilizada por los medios. Son las encuestas de opinión, las entrevistas casuales callejeras y otros mecanismos por el estilo los únicos accesos de los ciudadanos a los medios. Acceso insípido, inútil, insustancial.

Se plantea finalmente un esbozo que permite comprender las prácticas comunicativas ciudadanas y de los jóvenes dentro de un proceso contrahegemónico.

La comunicación ciudadana-popular

El reconocimiento de Habermas del feminismo, de la cultura popular de Bajtín y de las relaciones de asociación como fuerzas contrahegemónicas de Claus Offe³ (1994), y que él mismo reconoce como esperanzadoras, hace desviar la mirada de los medios masivos de comunicación y la fijan en los procesos comunicativos que se desarrollan en los ámbitos locales, cuyo signo es ambiguo y amerita una observación cercana. Habermas abre la posibilidad de otros movimientos sociales nuevos, que fueron expuestos por Touraine (1987) años antes de que aquél escribiera el prefacio de la edición de 1990. Lo que se encuentra en América Latina es que muchas fuerzas empiezan a sumarse en una dirección emancipadora y constituyen nuevas ciudadanías que, en términos de Germán Muñoz (2006), remiten a una "*Ciudadanía Comunicativa*". Germán Muñoz cita a María Cristina Mata, a Fabio López de la Roche y a Carlos Camacho para indicar tres posturas diferentes de la "ciudadanía comunicativa", en la que se integran tres perspectivas: la comunicación pública como derecho, el control ciudadano sobre los medios y las formas de "estar-juntos-con-otros en calidad de sujetos de derecho que comparten prácticas sociales, sistemas institucionales y representaciones culturales" (Muñoz, 2006, p. 274).

³ Estos tres elementos los desarrolla Habermas en el prólogo a *Historia y crítica de la opinión pública*, publicado en 1990, y constituyen elementos nuevos en su teoría, que abre esperanzas a la crítica elaborada en 1962.

El problema se refiere a la extensión del derecho a la comunicación pública que ha empezado a fortalecerse en América Latina desde hace más de cinco décadas y que constituye una nueva manera de concebir la opinión pública en una perspectiva de consolidación de la democracia. Por supuesto, el asunto central de esta postura radica en la forma como se concibe la acción política dentro del Estado Social de Derecho y cómo es posible en ese Estado fortalecer procesos democráticos que implican una crítica del concepto de opinión pública burgués.

Hacia una ubicación conceptual latinoamericana

Se pueden reconocer tres tendencias básicas frente a la relación entre comunicación y política que radicalizan posiciones y obligan a pensar el problema de una manera compleja, que permita desideologizar el diálogo:

La primera es la *concepción liberal* que defiende el derecho universal a la opinión pública y busca mecanismos de control a los medios de comunicación para que se garantice el derecho a ser informado de una manera veraz e imparcial. Esta perspectiva es criticada por Habermas, pero implica una lucha dentro del Estado de Derecho y una concepción ideal de democracia y ciudadanía. En esta dirección, para garantizar la imparcialidad de los medios, Denis McQuail (1998) considera que debe haber una legislación que regule la producción mediática, de tal manera que se garantice la libertad de prensa al mismo tiempo que se protejan los públicos. Tanto en la concepción de Habermas como en McQuail, se insiste en exceso en que la opinión pública que proviene del debate racional no logra imponerse a la que se forma en el mundo de la representación, considerada como más falible (Habermas, 1994: 263) y que es agenciada por los medios.

La segunda es la perspectiva que se expresa en la llamada comunicación *alternativa*, que implica una transformación total de la sociedad, como única manera posible de modificar la concepción burguesa de la opinión pública. Algunos de quienes formulan esta perspectiva consideran que la concepción de comunicación *alterativa*, que propone Roncagliolo (citado por Rodríguez, 1994), no constituye la superación de la comunicación alternativa, puesto que ésta “sólo puede desarrollarse dentro de un proyecto de transformación global de la sociedad, adoptando una multiplicidad de formas de acuerdo por un lado al momento histórico en el que tienen lugar, y por otro a la creatividad de sus protagonistas” (p. 2), mientras que la comunicación alterativa pretende alterar el orden existente dentro de sus límites, “lo cual no implica necesariamente una ruptura con el sistema económico-político de dominación” (Rodríguez, 1994, p. 2).

La tercera perspectiva es justamente la de la comunicación *alterativa*. Ésta parte por reconocer el desbordamiento de las fronteras del Estado-nación burgués, que se expresa en la generalización del problema ambiental, en la universalización de la perspectiva de género,

en la translocalización de las culturas juveniles y en la globalización del dominio del mercado. Este reconocimiento implica desarrollar un pensamiento y unas prácticas comunicativas que renuncian momentáneamente a una transformación radical del Estado burgués y centra su interés en el contexto local, cercano, de los vínculos próximos. Y en estos contextos, el significado de la ciudadanía cobra un sentido diferente. Ahora bien, ¿qué significa ahí lo público? La ampliación de la ciudadanía burguesa de propietarios a la ciudadanía universal y, por esa vía, a la opinión pública universal, pasa por la conversión de todos los integrantes de una sociedad en público que se interesa por lo público ampliado. Pero el confinamiento al silencio al que se ve sometido ese público desalienta cualquier intento de ser un público que opina de manera válida en el tinglado de los medios masivos. Entonces, se vuelve la mirada a lo local en conexiones con muchos otros locales dispersos globalmente. Es decir, se adopta una perspectiva de red.

Esta última es una perspectiva que podemos llamar *Comunicación ciudadana popular*, porque se da por fuera de la vigilancia y control a los medios masivos de comunicación. Para estos medios, los ciudadanos de las clases no propietarias no producen una opinión válida sino mediante encuestas de opinión y entrevistas callejeras esporádicas. Por eso, estos son públicos sin voz o, al menos, sin voz en los medios masivos de quienes tienen la posibilidad de ser propietarios. Y esto es así porque, como ya es un hecho reconocido, los grandes públicos solo se relacionan con los mensajes mediáticos como espectadores pasivos, lo cual no significa de modo mecánico que esos espectadores sean “manipulados” a capricho, como lo han demostrado muchos estudios de audiencias, pese a que autores latinoamericanos tan acuciosos como Gumucio (2002) consideran que el condicionamiento de las audiencias de los medios masivos es total. Este tipo de argumentación se basa, en primer lugar, en ciertos efectos macro obtenidos, por ejemplo en la imposición de marcas en el mercado y en el triunfo electoral de candidatos “mediáticos”, en segundo lugar, en el contenido de los medios analizado críticamente desde la Escuela de Frankfurt hasta ahora y, en tercer lugar, en la aplastante tecnología que ha logrado penetrar todos los rincones de la intimidad. Pero solo recientemente los estudios de audiencias han cuestionado estas perspectivas cuando se resolvió preguntarle a dichas audiencias sin suponer de antemano manipulación o libertad.

Y como también es ya un hecho sabido, el fenómeno de comunicación popular ha sido una realidad en todo el mundo (Gumucio, 2001). Y en las experiencias que constituyen este fenómeno se manifiestan muchas formas de ciudadanía, es decir, la “ciudadanía comunicativa” que expone ampliamente Muñoz (2006) se manifiesta en el mundo local con gran variedad de formas y de intereses. En la práctica comunicativa de las comunidades locales, han surgido algunas nociones que se corresponden con las posibilidades de desarrollo de dichas prácticas, en contextos poco institucionalizados, pero fuertemente organizados, con recursos escasos y con perspectivas muy variadas. Entre ellas, se destacan la noción de comunicación alternativa, comunicación comunitaria, comunicación local, comunicación popular y comunicación para

el desarrollo, que se inscribe esta última en la fila de todas las comunicaciones “para”, en una perspectiva de comunicación estratégica, aun cuando hay posiciones, como la de Gumucio (2004), que desvinculan la comunicación para el desarrollo de una perspectiva estratégica mecánica, según la crítica de Habermas, y la conciben como un diálogo entre actores del desarrollo.

La literatura desarrollada en América Latina sobre estas nociones es amplia y cuenta con teóricos reconocidos internacionalmente que constituyen lo que se puede llamar un movimiento, con pioneros tan significativos como Paulo Freire, Antonio Pasquali, Augusto Salazar Bondy, Rafael Roncagliolo y Mario Kaplún, con una orientación emancipatoria⁴.

La comunicación ciudadana-popular tiene, pues, un significado que pretende trascender la comunicación local o comunitaria, puesto que estas nociones la restringen a un territorio o a un grupo y no conciben la proyección pública amplia de lo que se comunica en ese margen territorial o grupal. Intenta, por otra parte, superar la discusión instalada en la comunicación alternativa, con la connotación esbozada arriba, y agrega la perspectiva ciudadana con el sentido de ciudadanía comunicativa detallada por Muñoz y se refiere a lo popular para distinguirla de la comunicación agenciada por los medios masivos de los consorcios financieros, que se desarrollan en el mundo de la opinión pública como expresión pública de la opinión privada *de quienes tienen propiedad*, aunque pretende superar la del comunicador popular de los años 70 desarrollada por Kaplún, y señala el fenómeno de la comunicación popular como una fuerza que emerge y se fortalece.

Los jóvenes en el proceso

En relación con la cultura popular, las formas de representación de los grupos en las prácticas comunicativas tienen efectos en la credibilidad de las representaciones identitarias. Esto, en los jóvenes, se suma a las representaciones del cuerpo, de la música y de otras prácticas. Las preguntas por la participación de los jóvenes en este proceso de democratización de la comunicación y de ésta en la democratización de la sociedad son preguntas de índole teórica y política: los jóvenes son calificados de anarquistas, ¿qué son en realidad? ¿Dónde inciden las redes de comunicadores? ¿Qué participación tienen los jóvenes en las redes de comunicadores? ¿Qué tipos de proyectos adelantan los colectivos y qué tipos de proyectos se adelantan en red? ¿Cómo logran transformar los sistemas de sociabilidad, sin que necesariamente se derive hacia formas de representación o de burocracia?

⁴ Entre los participantes en estas reflexiones pueden mencionarse: Díaz Bordenave, Kaplún, Reyes Matta, Rodríguez Caporalli y Sánchez, Shenkel, Alfaro, Gumucio, Cadavid, López Vigil, Pasquali, Prieto Castillo, Mata, entre muchos otros.

Lo primero que se debe reconocer es que los jóvenes no constituyen organizaciones de comunicación en tanto jóvenes. Las organizaciones de comunicación se construyen sin tener necesariamente en cuenta la condición juvenil, ni derivan de ella. Por consiguiente, las preguntas que se derivan de este primer reconocimiento en relación con los jóvenes se limita a si, en efecto, hay una participación de los jóvenes en estos procesos y, si la hay, ¿en qué se modifican las organizaciones y los sentidos de esta comunicación con la presencia de los jóvenes?

Esta restricción de las preguntas, por supuesto, no es cosa de poca importancia en los estudios relacionados con la participación de los jóvenes en los procesos políticos, porque interpela una concepción de juventud que pretende encontrar a los jóvenes aislados del conjunto de la sociedad. Por supuesto, se puede argumentar que una cosa es hablar de juventud o de juventudes y otra muy diferente hablar de los jóvenes, y las tendencias de los teóricos sobre juventud, que han cobrado la categoría de “juvenólogos”, van en esta dirección (Feixa, 1988, 1992, 1998a, 1998b; Reguillo, 1997a, 1997b, 2000; Muñoz, 2005, 2006). Las primeras categorías se refieren a los fenómenos culturales de las llamadas culturas juveniles, que sigue teniendo validez para estudiar determinado tipo de fenómenos. Y, una vez se cuestiona la categoría *juventud o juventudes*, la categoría *condición juvenil* (Muñoz, 2006; Reguillo, 2009) salta al análisis para referirse a una condición de los sujetos que no está determinada primordialmente por la edad ni por determinadas formas de manifestaciones culturales específicas de las juventudes. Rosanna Reguillo define la condición juvenil en la siguiente forma:

Conjunto multidimensional de formas particulares, diferenciadas y culturalmente “acordadas” que otorgan, definen, marcan, establecen límites y parámetros a la experiencia subjetiva y social de las y los jóvenes. La condición se refiere a posiciones, categorías, clases, situaciones, prácticas, autorizaciones, prescripciones y proscripciones que se asumen como “naturales” al orden vigente y tienden a naturalizarse como “propios” o inherentes a esta franja etaria. Entonces, la condición juvenil alude a los mecanismos tanto estructurales como (especialmente) culturales que enmarcan los procesos de inserción de sujetos concretos, considerados jóvenes, en una dinámica sociocultural histórica y geopolíticamente configurada. (Reguillo, 2009)⁵.

En esta definición, Rosanna Reguillo hace alusión, por una parte, a las *formas particulares* identitarias de los y las jóvenes como experiencia subjetiva y social propia. En segundo lugar, introduce la mirada del orden vigente respecto a la franja etaria de la juventud relacionada

⁵ Texto leído por ella en conferencia del doctorado en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, febrero de 2009, y que extrae de su último trabajo.

con su actuación social asumida como “natural”. Y en tercer lugar, se refiere a los mecanismos de inserción, especialmente culturales, en la dinámica de la sociedad. En esta forma, la autora se refiere tanto a los jóvenes como a su sociedad, de modo que la condición juvenil, para ella, no aísla culturalmente a los jóvenes, como si sus formas identitarias los apartaran del interés por la sociedad y por su inserción en ella. Los jóvenes, como cualquier otro grupo, al desarrollar formas de resistencia o de adaptación, de sumisión o de alteración, de resignación o de insubordinación, de reverencia o de irreverencia, manifiestan su interés por la sociedad. En el texto de Reguillo sobre la condición juvenil, se manifiesta esa doble vía de la sociedad hacia los jóvenes, que les ha asignado un rol considerado natural y de éstos hacia la sociedad en la transgresión a las formas asignadas.

El hecho es que la acusación más desatinada que se les ha hecho a los jóvenes es la de que no se interesan por la política o por la sociedad. Es la acusación de autismo, que los retira de su posibilidad de participación o de inserción. Pues en esa acusación, más que un hecho que debiera comprobarse, hay un deseo que los jóvenes no quieren cumplir. Hay trabajos, como el de Óscar Aguilera (2008), que evidencian el interés político de los jóvenes, en acciones masivas tan sobresalientes como La Revolución de los Pingüinos en Chile. Pero no hace falta demostrar el interés de los jóvenes por la política y por el conjunto de la sociedad, porque detrás de las proscipciones que gravitan sobre ellos, hay un reconocimiento de su interés. Lo que sucede es que lo que los jóvenes hacen y piensan y, sobre todo lo que hacen sobre sí mismos y piensan sobre sí mismos, no se ajusta necesariamente a lo que el orden vigente piensa y desea de ellos.

No obstante, en la *condición juvenil* hay un aspecto que no aísla a los jóvenes de las contradicciones de la sociedad, puesto que su inserción se da “en una dinámica sociocultural histórica y geopolíticamente configurada” (Reguillo, 2009). Se trata de su condición de clase. Los estudios sobre los jóvenes, empezando por la Escuela de Birmingham, tuvieron presente siempre el origen de clase de los movimientos juveniles. Pero, después, la vinculación a un problema de clase se fue borrando, de modo que las estéticas juveniles parecieron simples formalismos surgidos y diseñados por los aún más formalistas medios de comunicación.

Si bien es cierto que los *nuevos movimientos sociales* ampliaron las fronteras emancipatorias y destronaron a la tradicional clase trabajadora como sujeto único de la transformación de la sociedad, los *novísimos movimientos sociales* (como los llama con humor Carles Feixa, 1992), dentro de los cuales se incluyen muchos de los movimientos juveniles, y los viejos *nuevos movimientos sociales* no han eliminado las clases sociales y su dinámica en la perspectiva de la emancipación. Algunos autores, como Francis Fukuyama (1992), han querido demostrar, con argumentos poco convincentes, que la contradicción capital-trabajo ya no es significativa en el mundo globalizado, o al menos no es la contradicción que signa la política en la era de la globalización.

En esta forma, el intento de eliminar la contradicción básica del capitalismo entre capital y trabajo, núcleo de sus contradicciones sociales, por un supuesto ideal de trabajo globalizado y de ciudadanía global, sugiere que la globalización ha superado las viejas formas del liberalismo y por supuesto del neoconservadurismo. Para estos autores, la caída de la Unión Soviética significó la caída de toda forma de emancipación. Primero, porque están atrapados en el paradigma emancipatorio del marxismo clásico, asumido desde la otra orilla, la del capitalismo neoconservador. En segundo lugar, porque necesitaban de la catástrofe histórica del socialismo para demostrar con ella que no es posible derrumbar el capitalismo porque éste es un *hecho natural*. Tercero, porque desconocen todas las otras fuerzas que pugnan en la historia de la sociedad humana por alguna forma distinta de vivir.

Las formas organizativas

Finalmente, puede destacarse un aspecto crucial en el fenómeno de comunicación ciudadana por lo que significa para los procesos comunicativos juveniles. Se trata de las formas organizativas que se han gestado en el devenir del fenómeno. Si bien en muchos momentos se ha acudido a formas organizativas de tipo representativo, se advierte una variedad de otras formas en dos ámbitos diferentes: la organización de los colectivos y las redes de colectivos.

Es preciso acotar que las novedades organizativas en la comunicación ciudadana provienen especialmente de los colectivos juveniles, y son estos quienes han logrado configurar de manera estable formas no jerárquicas que dan movilidad y eficacia a las organizaciones. Y el interés por las formas organizativas se basa en el convencimiento de que las *relaciones de asociación* aludidas por Habermas (1994: 264), con referencia a Claus Offe, son verdaderas formadoras de opinión pública y constituyen en el mundo juvenil formas contrahegemónicas frente al mundo institucional. Habermas, al contrario que Brunner, reconoce en este fenómeno un modo de cobrar relevancia en la opinión pública.

Entre las características de las formas organizativas juveniles, se pueden reconocer, en primer lugar, las formas de red con la particularidad en los colectivos juveniles de que son redes en las cuales los nodos son elásticos, que se amplían o se reducen en la medida en que la actividad lo requiera. Las organizaciones pueden adquirir una formalización jurídica tradicional a fin de operar sin problemas en los aspectos comerciales, pero no necesariamente operan de acuerdo con esa formalización. Por otra parte, las alianzas de los colectivos con fuerte presencia juvenil con políticos locales son muy escasas. Más bien, buscan presencia en las instancias locales o municipales a fin de conseguir recursos y contar con representación política. Las formas de adscripción a las organizaciones giran en torno a la actividad del colectivo. Y, además, hay un sentimiento de vinculación identitaria respecto a su colectivo, de modo que en la presencia pública asocian el nombre personal al nombre del colectivo aún por fuera de los contextos en

los que aparecen como colectivos. En la forma red no hay representación y la acción colectiva solo se manifiesta en sociedades temporales en proyectos entre dos o más colectivos. Pero estas sociedades se disuelven una vez concluyen los proyectos. De todas maneras, los colectivos no suelen hablar en nombre de la red sino en nombre del colectivo.

Lo que se anuncia en esta somera descripción es solo el principio de un análisis profundo respecto a las implicaciones organizativas en el ámbito de la comunicación pública. De alguna manera, lo que se gestiona en esta red, y en otras de índole similar, es una nueva forma de democracia en la cual no hay propiamente representatividad, aunque se gestiona una actividad comunicativa ciudadana expresada en una serie de proyectos como concursos de relatos locales de memoria en la localidad Rafael Uribe Uribe, cursos de realización de video en la localidad de Usaquéen, cursos de comunicación a actores reinsertados en la localidad de Kennedy, producción de programas de televisión internacional para una alianza con colectivos de ocho países entre todos los colectivos de la red, talleres de muralismo en la localidad de Bosa, y como estos muchos otros.

Este tipo de proyectos va constituyendo una forma política que no se expresa de manera coordinada, pero que va reproduciendo formas de sociabilidad en estructuras más o menos estables que han permitido movilizaciones de toda la red como en las elecciones de un comisionado para la CNTV, entre otros eventos.

Como una síntesis

El minucioso recorrido que hace Habermas de la formación del Estado burgués, parece demostrar que éste no se produce para administrar lo público en función de toda la sociedad, sino que lo público está restringido a los propietarios burgueses y el Estado responde a los intereses de la burguesía. En este sentido, Habermas acoge la tesis marxista de un Estado de clase, pero hay algunas precisiones que empiezan a movilizar esa tesis: la evolución del Estado desde la concepción temprano-liberal hasta la actualidad está atravesada por tres hechos, por lo menos, que hacen cambiar la perspectiva, y que desarrolla en el prefacio a la *Historia y crítica de la opinión pública* de 1990: el influjo del feminismo, como fuerza renovadora instituyente, en la universalización de los derechos políticos fundamentales; la perspectiva de la cultura popular, que toma de Bajtín, como contracultura que puede enfrentarse al poder y que vive y se expresa sin conexión posible con la cultura dominante; y el reconocimiento de las “relaciones de asociación” de Claus Offe, como formadoras de la opinión pública, y que tiene su antecedente en la “vida asociativa”, que formó el estrato social de la publicidad burguesa, no obstante que para Offe, las relaciones de asociación preparan a los ciudadanos para la “acción responsable”.

En la perspectiva democrática el poder ocupado por la burguesía es el que se produjo en la modernidad bajo el signo de la monarquía, que es el poder de la ley y de la administración

nacional de la política pública. Pero quienes tienen acceso a la publicidad en el debate, es decir, quienes tienen opinión que puede ser publicitada son las capas de la burguesía que dominan el espacio público. El Estado burgués nació y creció como Estado de una clase. Sin embargo, la burguesía, que ocupa ese lugar en una perspectiva de poder político, sabe que tiene que penetrar el poder local para sostenerse mediante las elecciones. Y construye ese poder mediante la maquinaria electoral. Pero ese poder no se refleja en el debate público respecto a la administración, a la legislación o a la política pública adelantada por el Estado. En principio, el proyecto democrático acepta este Estado como el lugar de su acción política, pese a que haya nacido como un Estado para una clase, pero la ampliación de la base social que interviene en los procesos electorales, la universalización de los derechos políticos y la intervención de múltiples sectores en el Parlamento permiten pensar que la dinámica de la democracia tiene en este Estado una posibilidad de aproximar la gran base electoral dominada por la burguesía a un estatuto de opinión pública deliberante. Ese es el proyecto de los demócratas.

El ideal de una estructura comunicativa de la sociedad democrática que garantice la equidad en el acceso ciudadano a la opinión pública, es contradicho de manera cotidiana por los consorcios que hablan a través de los medios masivos de comunicación. Los esfuerzos por el control de dichos medios se hacen cada vez más inútiles y la confluencia equitativa de medios en el mercado informático libre es poco menos que una falacia, que el Estado no está dispuesto a garantizar. Esto está demostrado por la actitud de las diferentes instancias estatales frente a fenómenos como la televisión y la radio ciudadanas-populares.

La respuesta ciudadana a esta incongruencia del Estado ha producido un fenómeno que comparte con muchos países latinoamericanos que es la comunicación local y comunitaria, con expresiones en los diferentes medios y con una historia amplia que permite advertir su estabilidad, pese a los diferentes embates que han sufrido las experiencias ciudadanas por parte de los gremios y del mismo Estado.

La presencia juvenil en las experiencias de comunicación comunitaria es cada vez más abundante, pese a que no se encuentran organizaciones de comunicación juveniles propiamente. Pero la participación de los jóvenes en los colectivos de comunicación ha producido formas comunicativas y organizativas que no se ajustan a las formas tradicionales.

Puede encontrarse que los colectivos de comunicación se organizan de manera comunicativa, pues la forma *red* es una forma comunicativa. En relación con la estructura ideal de comunicación como forma de opinión pública movilizada por los medios masivos, estas redes no confían en los medios actuales y toman la voz mediante esfuerzos informativos que agencian de diferentes formas, pero desarrollan vínculos que van mucho más allá de la información del ciudadano individual enfrentado al medio masivo sin otro tipo de mediaciones. Aquí, se hacen cada vez más complejas las mediaciones y se disminuye la representatividad.

Ahora bien, en relación con la estructura real, las redes no desdennan la posibilidad de influjo y gesti3n frente al Estado, y generan procesos comunicativos que exceden la actividad mediática. En general, estos comunicadores no creen en la intenci3n democrática del Estado ni de los ricos. En todo caso, no se hacen ilusiones de un mundo organizado de otra manera. El eslogan del Foro Social Mundial, “Otro mundo es posible”, les hace fruncir la nariz.

Referencias

- Aguilera, Óscar. (2008). *Movidas, movilizaciones y movimientos. Cultura política y políticas de las culturas juveniles en el Chile de hoy*. Tesis doctoral, director Carles Feixa Pampols, tutor José Luis Molina. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Bregman, Dorine. (1995). *La funci3n de agenda: una problemática en transformaci3n*. En Ferry, Jean-Marc, Wolton, Dominique, et al., *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa – El mamífero parlante.
- Brunner, José Joaquín. (1994). *Comunicaci3n y política en la sociedad democrática*. Seminario “Políticos y Comunicadores: Interacci3n y Compromisos”. Santiago de Chile, 14 de diciembre de 1994.
- Castoriadis, Cornelius. (1994). *La democracia como procedimiento y como régimen*. *Iniciativa Socialista*, 38, febrero 1996. Disponible en: <http://www.inisoc.org/Castor.htm>
- Casullo, Nicolás. (1985). *Comunicaci3n: la democracia difícil*. Buenos Aires: Folios Ed. ILET.
- De Sousa Santos, Boaventura. (1998). *Subjetividad ciudadanía y Emancipaci3n*. En De Sousa Santos, Boaventura, *De la mano de Alicia. Lo social y lo político en la Posmodernidad* (pp. 285-343). Bogotá: Siglo del Hombre Editores – Universidad de los Andes.
- Deleuze, G., y Guattari, Félix. (1980). *Introducci3n: Rizoma*. En Deleuze, Gilles, y Guattari, Félix, *Mil mesetas*. Valencia, España: Ed. Pre-textos.
- Eco, Umberto. (1965). *Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Lumen.
- Esteinou Madrid, Francisco Javier. (1992). *Los Medios de Comunicaci3n y la Construcci3n de la Hegemonía*. México: Editorial Trillas.
- Feixa, Carles. (1988). *La tribu juvenil. Una aproximaci3n transcultural a la juventud*. Turín: L’Occhiello.
- _____. (1992). *De las bandas a las culturas juveniles*. *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, 15(V). México: Universidad de Colima.
- _____. (1998a). *De las culturas juveniles al estilo*. Disponible en: <http://ebookbrowse.com/de-las-culturas-juveniles-al-estilo-pdf-d118215872>

- _____. (1998b). *El reloj de arena: Culturas juveniles en México*. México: Causa Joven.
- Frutos, Susana. (2000). *Comunicación y derechos en la constitución de la ciudadanía*. *Diálogos de la Comunicación*, 59-60, 175-182.
- Fukuyama, Francis. (1992). *El fin de la historia y el último hombre*. Barcelona: Editorial Planeta.
- Garretón, Manuel Antonio. (1996). *Democracia, ciudadanía y medios de comunicación. Un marco general*. En *Entre públicos y ciudadanos*. Calandria. Lima.
- Gumucio Dagron, Alfonso. (2001). *Haciendo Olas: Historias de Comunicación Participativa para el Cambio Social*. New York, NY: The Rockefeller Foundation.
- _____. (2002). *El iceberg de la comunicación: la experiencia escondida*. Ponencia del Congreso Internacional de Promoción y Comunicación en Salud. Medellín, Colombia, 4-6 de diciembre 2002. www.infoamerica.org
- _____. (2004). *El cuarto mosquetero: la comunicación para el cambio social*. *Investigación y desarrollo*, 12(1), 02-23. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=26800101>
- Habermas, Jürgen. (1994). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. 8ª Ed. México: Gustavo Gili.
- Kapuscinski, Ryszard. (2003). *Lapidarium*. Barcelona: Anagrama.
- Livet, Pierre. (1995). *Medios de comunicación masiva y limitaciones de la comunicación*. En Ferry, Jean-Marc, Wolton, Dominique, et al., *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa – El mamífero parlante.
- Macassi, Sandro. (1997). *Las agendas públicas: de lo público al espectáculo*. En *Escenografías para el diálogo*. Calandria, Lima: CEAAL.
- Martín-Barbero, Jesús, y Rey, Germán. (1999). *Los ejercicios del ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona: Gedisa.
- Mata, María Cristina. (2003). *Ciudadanía comunicativa: un desafío para la democracia*. En *Veedurías y observatorios*. Buenos Aires: Ediciones La Tribu.
- McQuail, Denis. (1998). *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires, Argentina: Biblioteca de Comunicación, Cultura y Medios.
- Muñoz González, Germán. (2005). *Nuevas subjetividades y ciudadanías juveniles mediadas desde la comunicación en la cultura*. Bogotá: Universidad Distrital Francisco José de Caldas.
- _____. (2006). *La comunicación en los mundos de vida juveniles: hacia una ciudadanía comunicativa*. Tesis de doctorado en Ciencias Sociales, Niñez y Juventud. Centro de Estudios

Avanzados en Niñez y Juventud, Universidad de Manizales – CINDE, Manizales.

Reguillo, Rossana. (1997a). Ciudad y comunicación: densidades, ejes y niveles. *Diálogos de la comunicación*, 47. FELAFACS.

_____. (1997b). El oráculo en la ciudad: creencias prácticas y geografías simbólicas ¿una agenda comunicativa? *Diálogos de la comunicación*, 49. FELAFACS.

_____. (2000). Identidades culturales y espacio público: un mapa de los silencios. *Diálogos de la comunicación*, 59-60. FELAFACS.

_____. (2009). Conferencia en el Doctorado de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud. Manizales: Universidad de Manizales – CINDE. Sin publicar.

Offe, C. (1988). *Partidos políticos y nuevos movimientos sociales*. Madrid: Sistema.

Restrepo, Javier Darío. (2000). Contribución del periodismo a la paz: el cubrimiento internacional sobre Colombia (seminario internacional). Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano, Banco Interamericano de Desarrollo y Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura UNESCO. Cartagena, Colombia.

Rey, Germán. (1997). Otras plazas para el encuentro. En *Escenografías para el diálogo*. Calandria, Lima: CEAAL.

Rincón, Ómar (comp.). (2001). *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Friedrich Ebert Stiftung, Programa de medios de comunicación y Convenio Andrés Bello, Bogotá.

Rodríguez Esperón, Carlos. (1994). La guerra y la paz. El Salvador: de lo alternativo a lo alterativo. San Salvador: Prensa De Frente. Publicado originalmente en revista *Causas y azares*, 1, 99-106, Bs. As., primavera 1994. con la colaboración de Sandra Crespi.

Thesing, Josef. (1995). *Medios de Comunicación, Democracia y Poder*. Bogotá: Ed. Ciedla.

Touraine, Alain. (1987). *Actores sociales y sistemas políticos en América Latina*. Santiago de Chile: PREALC-OIT.

Verón, Eliseo. (1995). Interfases sobre la democracia audiovisual avanzada. En Ferry, Jean-Marc, Wolton, Dominique, et al., *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa – El mamífero parlante.

Wolton, Dominique. (1995a). Los medios: eslabón débil de la comunicación política. En Ferry, Jean-Marc, Wolton, Dominique, et al., *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa – El mamífero parlante.

_____. (1995b). La comunicación política: construcción de un modelo. En Ferry, Jean-Marc, Wolton, Dominique, et al., *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa – El mamífero parlante.