

Comunicación Pública: mediaciones para la movilización social¹

Public Communication: mediation to the social mobilization

Carlos Alberto Galvis*, Luis Horacio Botero**

* Facultad de Comunicación Universidad de Medellín, Colombia

** Facultad de Comunicación Universidad de Medellín, Colombia

Resumen

En la primera parte del artículo se hace una introducción y una sustentación analítica sobre el estatuto epistemológico de la mediación social desde autores como Hegel, Jesús Martín Barbero y Manuel Martín Serrano. En un segundo momento se acomete la tarea de fundamentar a la comunicación pública como un campo prospectivo en el desarrollo de la comunicación y como proceso mediador para la movilización social, por sus características de conocimiento de interfaz. Finalmente se concluye con una propuesta de comunicación pública para aunar la participación ciudadana y la movilización social y, por ende, contribuir a la calidad de las democracias.

Palabras clave: Comunicación pública, movilización social, democracia y mediación.

Abstract

The first part of the article provides an introduction and a supporting analytical perspective about the epistemological status of social mediation from authors such Hegel, Jesús Martín Barbero and Manuel Martín Serrano. In a second stage, we undertake our task of founding a public communication as a prospective within the field of communication, as well as a mediating process for social mobilization and from the knowledge of interface features. Finally, we conclude with a proposal submission for citizens participation and social mobilization, presenting a way to contribute to the quality of democracy.

Keywords: Public communication, social mobilization, democracy and mediation.

Introducción

La comunicación pública, como enfoque prospectivo de investigación en el campo de la comunicación, empieza a generar nuevos estudios, dados los cambios operados en la llamada "*comunicación de masas*" y en la aparición de nuevas formas de concebir lo comunicativo en la estructura global del sistema político y mediático.

Dado el vertiginoso desarrollo registrado a lo largo de los últimos años y el impacto en las esferas del convivir social, la comunicación se ha convertido en un área de acción fundamental para tal propósito. El

¹ Este artículo es producto de la investigación de "Comunicación Pública, un espacio para la construcción de democracia", del grupo de investigación en Comunicación, Organización y Política-COP-, auspiciado por la Facultad de Comunicación y la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad de Medellín, Colombia. Investigador principal: Carlos Alberto Galvis. Coinvestigadores: Luis Horacio Botero Montoya y Julio César Acevedo.

desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación –TIC- corre entrelazado con el proceso de globalización, como efecto y causa a la vez, al tiempo que la información se afirma como el principal insumo de los procesos productivos de punta y la comunicación como el proceso sin el cual no es posible la comprensión de las nuevas interacciones que se dan en la red y en lo social.

Los paradigmas tradicionales, propios de una sociedad de masas del siglo XX, quedaron atrás. Hoy, la comunicación se concibe no desde el modelo tradicional de Harold Laswell o del modelo matemático de Shannon y Weaver, sino desde múltiples modelos, cuyo común denominador radica en establecer nuevas interacciones sociales entre los actores que intervienen en el acto comunicativo. La *sociedad de la información* y no la *sociedad de masas* se abre paso, generando la posibilidad de pensar en que ésta sea un tipo de sociedad de transición y que la nueva sociedad que emerja sea la *sociedad de públicos*².

La "*virtualización de la realidad*", donde la realidad supera a la virtualidad o mejor la virtualidad es, en el hoy de la comunicación, la realidad misma o como algunos de los expertos en la red la están llamando la "*realidad aumentada*", las tecnologías de la información y la comunicación están generando una nueva forma de entender la comunicación y sus mediaciones. Al decir de Slavoj Žižek, un experto en el tema de los nuevos medios en el ciberespacio, "*no era que antes había una realidad real y hoy hay sólo una realidad virtual, sino que a través de la experiencia de la realidad virtual nosotros nos hemos dado cuenta de algún modo retroactivamente de que nunca hubo una realidad real. La realidad siempre fue virtual y nosotros ni siquiera éramos conscientes de ello*"³.

Mientras los medios tradicionales se caracterizan, en mayor o menor medida, por acotar en unas dimensiones bien definidas sus contenidos (espacial y temporalmente)⁴, los medios digitales pueden ofrecer una mayor cantidad de información, dada su capacidad de almacenamiento; la posibilidad de actualizar continuamente los datos disponibles y de proporcionar la información a los usuarios que la solicitan desde cualquier parte del mundo y en cualquier momento.

El modelo clásico que enfatiza que en la comunicación hay un emisor que envía un mensaje, a través de un canal, a un receptor o perceptor que recibe y percibe el mensaje y le da un uso y que luego este último se convierte en un emisor, para repetir el ciclo y lograr una retroalimentación o respuesta, ha sido, sencillamente, superado por no sólo un modelo, sino múltiples modelos de percepción y de interacción en la red.

² A propósito de la sociedad de públicos versus la sociedad de la información, se recomienda leer el texto de Luis Horacio Botero Montoya, titulado "*Teoría de públicos. Lo público y lo privado en la perspectiva de la comunicación*", publicado por el Sello Editorial de la Universidad de Medellín, tercera edición, en enero de 2011, donde al autor hace una apuesta por la sociedad de públicos, con el fin de lograr una mayor y mejor democracia.

³ Para mayor información, consultar la entrevista realizada por Ulrich Gutmair y Chris Flor en junio de 1998 a SLAVOJ ŽIŽEK, titulada "Histeria y Ciberespacio".

http://www.heise.de/bin/tp/issue/download.cgi?artikelnr=2492&rub_ordner=inhalt, página consultada el 14 de agosto de 2011 a las 17:17.

⁴ La preocupación por tiempo y espacio, que se supera de manera categórica en la red, ha sido objeto de cientos de discusiones y posturas. 1500 años atrás, San Agustín, empleando el más poderoso laboratorio a disposición de la humanidad, es decir, el cerebro, señaló que no hay tiempo sin espacio. En su texto *La Ciudad de Dios* expresa que al fluir el tiempo está relacionado con los cambios en la separación de objetos en movimiento; por lo tanto, si no hay espacio no hay objetos y el concepto de tiempo carece de significado.

Hoy, la respuesta no es unívoca y no se da en el mismo tiempo y en el mismo espacio, Incluso, el interlocutor no es uno, sino varios y puede estar en distintos lugares al mismo tiempo e interactuando con muchos que no conoce, pero que empezó a conocer, a través de un simple clic. Las palabras usuario, colaborador, usabilidad, accesibilidad, interactividad, participación, tejido social, interfaces, contenidos, interacción y hasta la misma comunicación adquieren nuevos significados.

Los cambios son multicausales y hacen que la forma tradicional de definir la comunicación, también sufra cambios sustanciales. Por ejemplo, uno de los teóricos de la comunicación, Manuel Castells, señala que "*la comunicación en red posibilita la integración de todos los mensajes en un modelo cognitivo común, mediante la conjunción de soportes en una misma plataforma*" (Castells, 2000: 404).

Las nuevas tecnologías de comunicación e información conllevan a nuevas modalidades relacionales y una serie de construcciones distintas, al menos en la concepción tradicional de los conceptos que hemos manejado desde las facultades de comunicación. "*En la era de la conectividad, por tanto, aquello que sucede y el modo en que lo hace depende de la red*" (Watts, 2006: 30).

Estas nuevas tecnologías y sus nuevas lógicas, obligan al cambio de paradigmas clásicos. Las interacciones son ya simbólicas y no son de propiedad exclusivas de los medios masivos de información. Incluso, pueden o no generar niveles superiores o inferiores de interacción, dado que dependen de los sujetos mismos⁵.

"Las interacciones de los individuos en un gran sistema pueden generar una complejidad muy superior a la que los individuos presentan, y, a veces, una muy inferior. De un modo u otro, la manera particular en que interactúan puede tener profundas consecuencias para las clases de nuevos fenómenos –desde la genética de poblaciones hasta la sincronía global y las revoluciones políticas- que pueden surgir a escala de los grupos, sistemas y poblaciones" (Watts, 2006: 29).

Hoy, estas interacciones se enriquecen con condiciones de tiempo, acceso, conectividad, rapidez y usabilidad, y redimensionan la interacción misma entre los sujetos. Sin embargo, y al decir de Foucault, cabe preguntarse si la nueva sociedad que se está generando, es decir, la *sociedad en red*, no es una forma más de una sociedad de control, entendida ésta como "*organizaciones en las que el rol de la vigilancia es asumido por todos los ciudadanos y éstos, a su vez, son objeto de vigilancia*" (Deleuze, 1996).

El propio Deleuze, en conversación con Foucault, señala que "*las sociedades de control operan sobre máquinas informáticas y ordenadores, cuyo peligro pasivo es el ruido, y el activo, la piratería o la introducción de virus*".

Las redes sociales son estructuras actuantes que avanzan, de manera vertiginosa en la Internet y que generan nuevas interacciones e interactividad entre los actores. Una frase concluyente del trabajo investigativo de Claudia Maya sobre las redes recoge la síntesis de las nuevas representaciones de la

⁵ Uno puede tener un ordenador personal, pero no disponer del tiempo libre para el acceso a Internet. Luego, y en concordancia con Watts, las interacciones pueden ser genéricas superiores o inferiores.

sociedad en red: *"El cibernauta, elemento constitutivo, de las "redes sociales" constituye un nuevo y misterioso sujeto en el que lo individual se funde con lo colectivo"* (Maya, 2009: 64).

Entre los cambios, que son paradójicos en principio, se encuentra el hecho de que en los nuevos modelos de comunicación que surgen a partir de la red, se percibe la poca discusión o la inexistencia misma de investigaciones en cuanto a si las tecnologías están o no generando nuevas formas de interacción, es decir, de comunicación en la red, hecho que es de competencia de los investigadores de la comunicación pública como una nueva forma de mediación para la movilidad social. Al decir de Dominique Wolton:

"La paradoja de la comunicación es la siguiente: si la historia de la comunicación es evidentemente muy larga, tan larga como la del hombre, la de las tecnologías del mismo nombre es, por el contrario, extraordinariamente reciente. Y los hombres todavía no se han habituado a uno sistemas de comunicación que cambian considerablemente su percepción del mundo, su modo de vida y de trabajo, y ya deben prepararse para la etapa siguiente en la que todo irá más rápido. Y entonces, ¿por qué hay tan pocas discusiones y controversias sobre las tecnologías de comunicación?" (Wolton, 2000: 36)

En el plano político encontramos que las reglas del juego también están cambiando aceleradamente al son del impacto mediático y del refinamiento de técnicas comunicacionales como las mediciones de opinión (*sondeocracia*⁶), el marketing político y manejos de imagen, y la información que se genera en las redes sociales, tales como Facebook, Twitter, LinkedIn, entre otras. Y en este nuevo escenario, el peso de la comunicación, cuando es pública, se está volviendo cada vez más preponderante, al punto que se ha tornado común que los medios masivos de información tengan que colocar los temas que circulan en el entorno y como una consecuencia de actos precedentes de los diferentes públicos, antes receptores de información, en la Agenda Setting o agenda de medios⁷.

En el ámbito cultural, en tanto, fenómenos como la televisión por satélite o Internet registran un impacto inédito, cuyo potencial para contribuir a ampliar el diálogo intercultural está siendo disminuido por la acción homogeneizadora de las poderosas *"industrias culturales"* dominantes y por una ciencia que se aleja cada vez más de las necesidades sociales.

En el curso de los avances de la ciencia y la tecnología tienen un rol determinante los patrones impuestos por los centros de poder. El desarrollo de la comunicación no escapa a esta pauta; por el contrario, su condición de factor de poder hace que se refuerce tal tendencia. Un indicio de ello nos lo dan las proporciones que están alcanzando los procesos de monopolización y transnacionalización de las empresas

⁶ Para mayor información sobre *sondeocracia*, se sugiere ir al capítulo IV del texto de Luis Horacio Botero Montoya, titulado: "Teoría de Públicos. Lo público y lo privado en la perspectiva de la comunicación", publicado por el Sello Editorial de la Universidad de Medellín en su tercera edición, enero de 2011. ISBN 978-958-8692-09-8.

⁷ Este asunto también puede verse con mayor amplitud en el capítulo VII del texto de Luis Horacio Botero Montoya, titulado: "Teoría de Públicos. Lo público y lo privado en la perspectiva de la comunicación", publicado por el Sello Editorial de la Universidad de Medellín en su tercera edición, enero de 2011. ISBN 978-958-8692-09-8.

que actúan en este campo, acentuando los ancestrales desequilibrios existentes entre países del Norte (desarrollados) y los del Sur (subdesarrollados y pobres).

Precisamente porque la comunicación es un elemento cada vez más central para la democracia, es que se torna imprescindible que existan mecanismos de mediación sociales, para garantizar una mayor democracia en la comunicación.

Comunicación para la democracia y democracia en la comunicación implica definir e implementar un marco de derechos que responda a las nuevas características de la época actual y que refleje su importancia social. Y este es un desafío que interpela al conjunto de la ciudadanía a tomar cartas en el asunto.

De allí nuestro interés de teorizar e investigar sobre la comunicación pública, desde múltiples tratamientos, en especial, el que corresponde como el espacio intangible de mediación de los ciudadanos de participar activamente de su propio desarrollo, mediante la consolidación de redes activas de comunicación que actúen como mediadoras ante las instituciones gubernamentales y ante las entidades encargadas de la producción científica, sean éstas públicas o aquellas patrocinadas por círculos de poder privados⁸.

Al decir del investigador inglés Denis McQuail, *"el concepto de comunicación pública actualiza la lucha de los sujetos por intervenir en la vida colectiva y en el devenir de los procesos políticos concernientes a la convivencia con "el otro" y por participar en la esfera pública, concebida ésta como el lugar de convergencia de las distintas voces presentadas en la sociedad"* (McQuail, 1998: 112).

La comunicación pública tiene por finalidad poner en marcha procesos de concertación social para la movilización, a partir del consenso y el disenso, bajo un norte orientador que es la negociación de propósitos colectivos. Por ello, es necesario desvelar la manera cómo la sociedad se comunica y cómo articula sus imaginarios, reconociendo siempre la diferencia. La comunicación pública no sólo es un concepto, sino una oportunidad para la construcción democrática de sociedad, a partir de una comunicación estratégica que posibilite escenarios para el desarrollo de las comunidades.

En este sentido, la comunicación pública denota la intrincada red de transacciones informacionales, expresivas y solidarias que ocurren en la esfera pública o el espacio público de cualquier sociedad. En su significado moderno extendido, este espacio designa principalmente los canales y redes de comunicación masiva, y el tiempo y el espacio reservados en los medios para la atención de temas de preocupación pública general (McQuail, 1998: 136).

⁸ Para una mejor comprensión de la comunicación pública se pueden remitir al libro *Comunicación Pública: repensar la comunicación para la democracia*. Autores: Luis Horacio Botero Montoya y Carlos Alberto Galvis Ortiz. Sello Editorial Universidad de Medellín. Medellín 2009. ISBN 978-958-8348-51-3

Epistemología de la mediación social

El enfoque paradigmático de la mediación social en Latinoamérica, auspiciado por los trabajos de Jesús Martín Barbero y Manuel Martín Serrano, ha tenido hondas repercusiones en el desarrollo de la investigación y conocimiento de la comunicación en todo el mundo.

Sin embargo, el concepto de mediación es mucho más antiguo, ya que va desde los trabajos de los filósofos griegos como Aristóteles en el "*organón*", donde expone en la doctrina del silogismo el llamado "*término medio*", pasando por Agustín de Ipona en su texto "*Confesiones*", donde resalta el carácter del verdadero mediador entre Dios y los hombres, hasta Hegel que en su texto de "*Enciclopedia de las ciencias filosóficas*", construye el concepto de mediación desde una perspectiva dialéctica. (Grisales y González, 2010: 119).

Para Hegel, la mediación se constituye en trascendencia, en movimiento del sujeto en su camino para constituirse como ser. El "*ser en el ente*", es decir, la esencia del ser, tiene sentido en la oposición sujeto-objeto vista en su temporalidad. Desde la mediación, el ser trasciende en su forma abstracta y la representación consciente de su ser inaugura el camino de la racionalidad.

Merleau-Ponty en las postrimerías de la modernidad y desde su análisis fenomenológico, va a sustentar el sentido de la mediación como percepción, a través del lenguaje, en especial en los campos de la comunicación y la cultura.

Empero, el mayor desarrollo de la mediación en comunicación se da en la década de 1970 con la obra del investigador español Manuel Martín Serrano "*La mediación social*", donde aborda particularmente la mediación de los medios masivos de comunicación (léase mejor información) y las formas de mediación cognitiva y mediación estructural.

"Desde el punto de vista cognitivo, la mediación equivaldría al sistema de reglas y de operaciones aplicadas a cualquier conjunto de hechos, o de cosas pertenecientes a planos heterogéneos de la realidad, para introducir un orden. (...) el mediador, por medio de "lo que ocurre" trata de explicar el orden. El suceso sirve para ilustrar una forma de consenso que ofrece un significado estable para interpretar el mundo. El mediador se sirve del acontecer para reproducir el código" (Martín Serrano, 1977: 49-53).

Manuel Martín Serrano construye los significados de las formas de mediación cognitiva y estructural, y va a decir que:

- A. *El conflicto entre el cambio del acontecer y la reproducción de las normas sociales reclama una mediación cognitiva. La mediación cognitiva está orientada a lograr que aquello que cambia tenga un lugar en la concepción del mundo de las audiencias, aunque para proporcionarle ese lugar sea preciso intentar la transformación de esa concepción del mundo.(...) un medio interesado en*

preservar incólume la norma que exige respeto a los Derechos Humanos explicará su transgresión (la concurrencia de una muerte por tortura) como un acontecer aberrante o inadmisibles; en todo caso procurará salvaguardar la legitimidad de la norma y no la del suceso. En cambio, puede aprovecharse de este hecho para erosionar el respeto hacia los Derechos Humanos. Presentará la muerte del detenido como un accidente y dará por sentado, explícita o implícitamente, la inevitabilidad e incluso la necesidad de que en la práctica policial se recurra a la tortura.

- B. *El conflicto entre la apertura del médium al acontecer imprevisto, y su cerramiento en una forma comunicativa, pide una mediación estructural. La mediación estructural está destinada a conseguir que aquello que irrumpe sirva para realimentar las modalidades comunicativas de cada medio productor. Es una tarea agónica en la que el medio se ve obligado a recurrir, para perpetuar su forma expresiva, a aquello que cada día vulnera los marcos formales de la comunicación, es decir, el acontecer imprevisible» (Martín Serrano y Silva. 1997: 140-141)*

Posteriormente, Jesús Martín-Barbero profundiza en el trabajo sobre mediación desde una mirada ecléctica, donde incorpora el estudio de la comunicación desde la cultura, el lenguaje y las prácticas sociales.

Martín-Barbero desplaza las mediaciones de los medios a la articulación entre prácticas comunicativas, movimientos culturales y matrices sociales y va a decir que todas las instituciones normativas (escuela, familia, medios masivos de comunicación) son mediadoras en los procesos sociales y culturales. Lo que permite comprender la relación entre sistema social y sistema de comunicación, es la mediación (mutua afectación y cumplimiento de tareas).

En 1987, Martín-Barbero publica el texto *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, donde fundamenta su tesis de la mediación en comunicación desde el lugar de la recepción, es decir, desde la apropiación de los contenidos de los medios. Lo importante es que el proceso de comunicación se comienza a mirar desde las mediaciones y no desde los medios.

Para Martín Barbero, las mediaciones son "*articulaciones entre prácticas de comunicación y movimientos sociales*" (Martín Barbero, 1998: 257). Define más concretamente las mediaciones como "*los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural (...) A modo de hipótesis, se proponen tres lugares de mediación: la cotidianidad familiar, la temporalidad social y la competencia cultural.*" (Martín Barbero, 1998: 298).

Epistemología de la comunicación pública

La comunicación pública tiene sus antecedentes contemporáneos en la comunicación para el desarrollo en América Latina y en el periodismo público (Public Journalism) de los Estados Unidos. No obstante la

primera auspiciada por el Ciespal y la Unesco, entre otras instituciones, va a caer en el ámbito de los determinismos de izquierda, mientras que el segundo se va a concentrar en la mediología, en especial en los procesos electorales y en temas específicos de la agenda de los medios. Por lo tanto en las dos corrientes son los medios los que imponen los temas de interés y no la ciudadanía la que activa la agenda pública.

Si bien el desarrollo teórico sobre una epistemología de la comunicación pública no es tan prolijo y antiguo como el de la mediación y su implicación en la movilidad social, existen autores en Latinoamérica y, en particular, en Colombia, que intentan acercarse a dicha epistemología. Entre ellos, se encuentran Jaramillo y Toro⁹, que señalan que la comunicación pública significa *"competencia y circulación de sentidos que la sociedad reconoce y tramita en su agenda, es decir, que se traduce en movilización social"* (Jaramillo, J. C. y Toro, B. 2002: 13). Este asistir a la reconfiguración de las mediaciones exige que el carácter participativo de la democracia esté permeado por la escena pública que se construye con el ecosistema comunicativo.

La comunicación pública en su acepción más amplia es *"mediación para la movilización social y la participación ciudadana"* (Botero y Galvis, 2009), al menos, esta es la apuesta posible y viable para el rescate de la pobre e insulsa democracia representativa en el mundo y, en particular, en países del tercer mundo.

Para Manuel Martín Serrano, la comunicación pública es *"ese espacio para la acción social en el que las comunidades también se han jugado, a lo largo de la historia, su viabilidad como organizaciones y, por tanto, su destino"* (Martín Serrano, 2004: 18).

Complementa el mismo autor que la comunicación pública es una *"forma social de comunicación en la cual la información se produce y distribuye por el recurso a un sistema de comunicación, especializado en el manejo de la información que concierne a la comunidad como un conjunto"* (Martín Serrano, 2004: 89).

Martín Serrano propone unos temas fundacionales en torno a la comunicación pública, que permiten establecer los linderos conceptuales en este campo de conocimiento. Los temas se fundamentan en preguntas radicales, a saber:

- *¿En qué se diferencia, y cómo llega a diferenciarse, la comunicación pública de las otras modalidades de comunicación social?*
- *¿Cuántos tipos diferentes de sistemas comunicativos han existido y existen para gestionar la comunicación pública? ¿Qué características los diferencian?*

⁹ Los trabajos de Jaramillo y Toro, sumados al proceso investigativo, inspiraron a Galvis Ortiz, Carlos y Botero Montoya, Luis Horacio a publicar un texto de reciente aparición sobre comunicación pública. El texto se titula: *"Comunicación pública. Repensar la comunicación para la democracia"*, fue publicado en 2009 por el Sello Editorial de la Universidad de Medellín, registro ISBN 978-958-8348-51-3 y es texto guía en algunas facultades de comunicación en Colombia, dada la escasa literatura propia sobre una epistemología de la comunicación pública.

- *¿Cuáles son las categorías, los métodos, y las técnicas necesarias para investigar la naturaleza y las funciones de los productos comunicativos, tanto en su dimensión de cosas materiales como en su dimensión de narraciones?*
- *La transformación de la visión del mundo que se ofrece en la comunicación pública, ¿se anticipa, acompaña o sigue a la transformación de la sociedad? ¿Qué sucede cuando las sociedades se dotan de instituciones mediadoras expresamente ocupadas en el control de las representaciones del mundo a través de la comunicación pública?*

Sin embargo, hay que admitir que tradicionalmente se conoce a la comunicación pública como el conjunto de información que el Estado entrega a sus ciudadanos y que se centra más en divulgar lo que hacen el poder y la farándula que en darle visibilidad a la ciencia y al ciudadano. De allí que este último se convierte en un personaje apático frente a los asuntos públicos, desinteresado, desinformado, destinado a que otros piensen y asuman por él las decisiones fundamentales de su devenir.

Desde otro ángulo, son los medios y no los ciudadanos los que determinan qué ofrecer, qué informar, qué leer, cuáles son los temas de interés público, y los temas fundamentales que conectan al ciudadano con la ciencia y con lo público¹⁰.

Los investigadores de la comunicación coinciden en afirmar que uno de los rasgos más definitivos de la época contemporánea es justamente la producción desmesurada de información, producto del acelerado desarrollo de tecnologías electrónicas. Parece legítimo preguntarse si tal explosión de información se compadece con una mayor y mejor comprensión de los contenidos por parte de los seres humanos. O, si por el contrario, y como lo advierte Bettetini, *"en un mundo cargado de artefactos comunicativos como nunca ha existido en la historia de la humanidad, la comunicación puede quedar reducida a un rumor ensordecedor. La espectacularidad global de lo cotidiano es muda"* (Bettetini, 1986: 86). O, para expresarlo en términos del colectivo de investigadores del grupo en Comunicación, Organización y Política –COP- de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín, ¿será que hoy estamos más mediados que comunicados?¹¹

La sociedad cuenta hoy con múltiples medios y tecnologías de información que deberían permitir una mejor comprensión de las mismas organizaciones y del ser humano que habita en ellas. Sin embargo, y en términos de Martín-Barbero:

¹⁰ Este hecho se conoce con la Agenda Setting. Para más información sobre este particular, se sugiere leer el capítulo VII sobre Agenda Setting y la espiral de silencio, que aparece en el libro escrito por Luis Horacio Botero Montoya, titulado *"Teoría de Públicos. Lo público y lo privado en la perspectiva de la comunicación"*, publicado por el Sello Editorial, Universidad de Medellín, tercera edición, 2011. ISBN 978-958-8692-09-8.

¹¹ Para mayor información sobre este particular, se sugiere leer las publicaciones "Anagramas, rumbos y sentidos de la comunicación", Volumen 6, Nº 11, Julio-Diciembre de 2007. ISSN 1692-2522 de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín y el capítulo III del texto "Pensar la Comunicación. Reflexiones y resultados de investigación", Tomo II, publicado por el Sello Editorial de la Universidad de Medellín. 2010. ISBN 978-958-8692-04-3, donde el colectivo de investigadores del grupo COP hemos escrito sobre los medios, mediaciones, mediados o incomunicados.

La centralidad indudable que hoy ocupan los medios resulta desproporcionada y paradójica en países con necesidades básicas insatisfechas en el orden de la educación o la salud como los nuestros, y en los que el crecimiento de la desigualdad atomiza nuestras sociedades deteriorando los dispositivos de comunicación esto es cohesión política y cultural (Martín Barbero, 2005, p. xii).

Se trata, en definitiva, de entender la responsabilidad social que compete a los medios en lo que respecta al papel que éstos juegan en la construcción de las identidades culturales, en la formación en lo político, en lo cultural, en lo científico y en la defensa de lo público.

Frente a la crisis de la conciencia pública y la pérdida de relieve social de ciertas figuras tradicionales del intelectual, es necesario que los comunicadores hagan relevo y conciencia de que en la comunicación se juega de manera decisiva la suerte de lo público, la supervivencia de la sociedad civil y de la democracia (Martín Barbero, 2005: 127).

La comunicación no puede estar exclusivamente orientada al ámbito de la información; por tal motivo, es preciso entender que la universalidad de los fenómenos comunicativos alberga también comprensiones y representaciones colectivas, expresiones sociales, sentidos compartidos y contextos tan disímiles que, sin lugar a dudas, modelan y decantan la naturaleza misma de la información, amén de caracterizar al individuo mismo en sus múltiples interacciones.

Uno de los alcances de la investigación de donde se desprende este texto, lo constituye el hecho de demostrar cómo la dinámica de las interrelaciones sociales, desde su complejidad, posibilita los mecanismos de participación con miras al fortalecimiento de la democracia, permitiendo con ello, la viabilidad de la construcción de una esfera para lo público y para la ciencia, a partir de la comunicación pública.

Asimismo, se trata de recrear las inmensas posibilidades que emergen desde la comunicación pública como reconstructora del tejido social, como constructora del desarrollo y como filosofía de vida para hacer visibles a los invisibles, además como espacio para hacer más perceptibles los hallazgos y las teorizaciones que produce la ciencia.

Movilización y participación ciudadana

La propuesta de comunicación pública para la movilización social que proponemos en este artículo, se centra en la propuesta del modelo mediador de acción social, formulado por el profesor español Manuel Martín Serrano.

Según Martín Serrano, un modelo mediador es una única representación de la práctica social que actúa al mismo tiempo en tres niveles, a saber: (Martín Serrano, 2004: 78)

1. *Asigna a los recursos y a los objetos que son creados, transformados, utilizados o destruidos, para llevar a cabo la remodelación de los sistemas, un modo de ser utilizados y un significado funcional o histórico.*
2. *Orienta la organización del trabajo hacia la producción de determinados objetos, relacionando la especialización o división técnica de la comunidad con el logro de unos objetivos funcionales o históricos.*
3. *Legitima la orientación de la acción social hacia el logro de unos cambios funcionales o históricos concretos presentando esa opción política como la necesaria consecuencia de los recursos disponibles y de las peculiaridades organizativas de la comunidad.*

Para Martín Serrano, el rasgo que le permite a un modelo mediador de la acción social cumplir con la función de integración es, precisamente, su capacidad para establecer una y la misma lógica para el manejo de los recursos, de los actos y de los fines. (Martín Serrano, 2004: 78).

A su vez un sistema de comunicación pública va a actuar en el sistema social en tres niveles: la supraestructura, la estructura y la infraestructura, que incluyen componentes cognitivos, organizativos y materiales.

HOMOLOGÍAS ENTRE SISTEMA SOCIAL Y SISTEMA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA

| | SISTEMA SOCIAL (SS) | SISTEMA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA (SC) |
|-----------------|---|--|
| Supraestructura | Normas (jurídicas, morales, etc.). Ideas (Científicas, estéticas, políticas, etc.) Creencias (dogmas religiosos, prejuicios, etc.). | Visión de lo que acontece propuesta en las narraciones |
| Estructura | Organizaciones para la producción y reproducción de la sociedad (por ejemplo organización familiar y del trabajo). | Organizaciones mediadoras (por ejemplo, empresas informativas). |
| Infraestructura | Recursos y equipamiento para la producción y reproducción social (materias primas, herramientas). | Medios de producción, difusión y recepción de información (por ejemplo, imprentas, emisores de radio, televisión). |

Fuente: Martín Serrano, Manuel. (2004). La producción social de la comunicación. Madrid: Alianza Editorial, p.65.

El modelo mediador de la acción social implica que la comunicación pública se asuma desde una nueva perspectiva en el desarrollo de la comunicación. Debido a sus posibilidades de permitir la comunicación en interfaz, la comunicación pública permite consolidar espacios de participación ciudadana que, direccionados hacia la democracia, se convierten en una muestra real y posible de innovación social¹².

El hoy de la comunicación, que se inscribe en el terreno de las mediaciones y no sólo de los medios, implica nuevos retos para los comunicadores actuales que se radican en los medios de información y en los lugares cercanos a la gerencia o alta dirección en las organizaciones, sean éstas públicas o privadas, y para los docentes y educandos de las facultades de comunicación.

La comunicación, que es pública por esencia, desde esta nueva perspectiva se identifica no sólo con la necesaria consolidación de un nuevo *ethos* social, sino con la necesaria democratización y apropiación social de la ciencia y la tecnología y esto es, precisamente, innovación social.

Las nuevas mediaciones que se producen en las redes sociales, por ejemplo, nos plantean nuevos retos e interpretaciones para los investigadores en comunicación. El asunto no se trata de determinar, de manera cuantitativa, el número de usuarios o de contactos o de clips que circulan en las redes, o las maravillosas posibilidades estadísticas que nos arrojan los usos de las redes sociales, o de hacer apologías a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, sino las nuevas formas de mediación y de apropiación del conocer y entender la realidad que se da en el nuevo medio (internet) y las nuevas denominaciones de elaboración de contenidos.

Sin duda alguna, Internet, como medio, permite explorar nuevas oportunidades en la red, y está transformando la economía y la sociedad y modificando nuestra forma de pensar. Al decir de Islas: "*El desarrollo de las comunicaciones digitales móviles nos desplaza hacia una nueva ecología cultural: la sociedad de la ubicuidad*"¹³

Debido al auge de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, varios países han migrado hacia este componente, dándole el alcance de una política pública. El caso de Colombia es uno de los más significativos en América Latina, toda vez que una de las apuestas de los dos últimos gobiernos ha sido el darle prioridad en los temas de modernización del Estado, a través de la estrategia del *e-government* o gobierno en línea. En Colombia, se cambió el nombre de ministerio de Comunicaciones por Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.

Desde la irrupción de Internet como gran medio masivo, se han generado altas expectativas respecto a su impacto en el ejercicio de las actividades del hombre como individuo y de éste en sociedad. En el *e-government*, las expectativas de la ciudadanía apuntan a que se pueda acceder a más y mejor información y

¹² Si bien hay múltiples acepciones sobre el concepto de *innovación social*, nos identificamos con aquel que establece que ésta es la que permite que la comunidad se vea impactada y se impacte, de manera positiva, para su transformación social.

¹³ Para mayor claridad veáse el trabajo de Octavio Islas. Disponible en: <http://www.octavioislas.wordpress.com> (fecha de consulta 30 de noviembre de 2010).

a que se pueda ejercer control a las autoridades, aumentar los espacios de influencia y, en general, aumentar la eficiencia en el uso del tiempo y los recursos.

En forma paulatina, las organizaciones públicas y políticas están siendo presionadas por una ciudadanía que ya ha comenzado a cuestionar la forma tradicional de hacer las cosas.

Desde la creación de la web 1.0 (que era, esencialmente, para la transmisión de datos) hasta las versiones de la web 2.0 (que es interacción y creación de comunidades virtuales) y la web 3.0 (cuya apuesta es a la elaboración de contenidos y el desarrollo de soluciones completas y complejas para el usuario), la comunicación dejó de ser la misma. Con los nuevos medios de comunicación digital y sus enormes posibilidades de creación, el receptor deja de ser pasivo, para convertirse en un nuevo *prosumidor*¹⁴.

Según Octavio Islas:

*"Debemos reconocer a los prosumidores como los actores comunicativos de la sociedad de la ubicuidad. El papel de los prosumidores resultará definitivo en las siguientes remediaciones que experimentarán Internet como el conjunto de dispositivos que formen parte de los ambientes comunicativos que deriven del desarrollo de las comunicaciones digitales móviles"*¹⁵

Las redes sociales están generando cambios sustantivos en las formas de comunicación y de interacción. El paradigma de la comunicación, incluyendo la estratégica y que impactaba desde la organización a sus públicos, se ha convertido en obsoleta. Hoy, la comunicación precisa que se repense desde las nuevas lógicas y desde nuevas mediaciones o remediaciones.

Los nuevos modelos de comunicación digital, por ejemplo, son al mismo tiempo nuevas formas de comunicación que las organizaciones no pueden desconocer. Una organización, sea pública o privada, que hoy no contemple el uso de los nuevos medios de información en red y que no incluya una acción participativa de sus públicos, para la construcción de sus mensajes, no es estratégica o, al menos, no actúa de manera estratégica.

Conclusión

Como lo hemos expresado en varios apartes de este artículo, entendemos la comunicación pública desde la definición de Martín Serrano, como *"ese espacio para la acción social en el que las comunidades también se han jugado, a lo largo de la historia, su viabilidad como organizaciones y por tanto su destino"*. (Martín Serrano, 2004: 18).

¹⁴ El término *"prosumidor"* es utilizado por el mexicano Octavio Islas, quien en los últimos años se ha dedicado a explorar las nuevas mediaciones o remediaciones que se dan en la red.

¹⁵ *Ibidem*, <http://www.octavioislas.wordpress.com>. (fecha de consulta 30 de noviembre de 2010).

Según el mismo autor, la comunicación pública es una *"forma social de comunicación en la cual la información se produce y distribuye por el recurso a un sistema de comunicación, especializado en el manejo de la información que concierne a la comunidad como un conjunto"* (Martín Serrano, 2004: 89).

La pregunta de hoy es cómo construir mensajes para la participación y la movilización ciudadana, desde la perspectiva de entender y asumir el hoy de la comunicación que es pública por esencia.

Una verdadera estrategia de comunicación pública para la movilización social debería generar iniciativas y espacios en los grandes medios masivos y no masivos (mediante negociación de tiempos que se pondrían en manos de esos grupos sociales sin acceso sistemático a los medios), para romper con la desafortunada práctica vigente de condenar a quienes tienen más urgencia de expresión y debate a un papel de receptores pasivos.

Como lo afirma Edgar Morin, es necesario retornar a la ciudadanía y su participación en asuntos vitales de la sociedad y la democracia. Si retomamos la flecha noológica¹⁶, podemos afirmar que a la democracia la resignifica una promesa enmarcada dentro del *u-thopos*. Es necesario, por lo tanto, que reintegremos a la discusión política al sujeto como gran olvidado de las ciencias y de la mayoría de las epistemologías y que afrontemos su relación con el contexto planetario y desde la ciencia antroposocial.

"Es necesario articular la antroposociología con las ciencias de la naturaleza que permitan el surgimiento de un nuevo espíritu científico dado por la reforma del pensamiento que favorezca el desarrollo de la aptitud para contextualizar y globalizar los saberes, permitiendo el surgimiento de un pensamiento ecologizante, en el sentido en que la misma sitúe todo acontecimiento, información o conocimiento dentro de su relación de inseparabilidad respecto de su entorno cultural, social, económico, político y, desde luego, natural. Se trata de buscar siempre relaciones de interretroacciones entre todo fenómeno y su contexto; reconocer la unidad en el seno de la diversidad, la diversidad en el seno de la unidad, afrontar las incertidumbre, el desarrollo de la inteligencia estratégica y la apuesta a un mundo mejor" (Morin, 2000:115).

Esta antropolítica requiere volver a educar al ciudadano en lo político y en la *res pública* y su potencialidad como constructora no sólo de participación, sino de democracia. El camino del u-thopos requiere forjar una nueva hermenéutica del sujeto democrático, que a su vez debe pasar por una política de civilización, como lo propone Edgar Morin. De allí que la comunicación pública emerge como un campo para educar al ciudadano en la democracia, en lo público y en la participación, para enfrentar con urgencia todos los

¹⁶Este término significa etimológicamente estudio de la mente o de la inteligencia (del griego *nóús*) y surgió por primera vez en una época en la que, a falta de pensamiento creador, proliferan los neologismos cultos, con el objetivo de denominar nuevas –o pretendidamente nuevas– disciplinas filosóficas. El escolástico luterano Georg Gutke (1589-1634) utilizó el término por primera vez en su obra *Habitus primorum principiorum seu intelligentia* (1625) para designar la parte de la /metafísica que se ocupa del conocimiento de los primeros principios, algo que otros por la misma época denominaban *archeologia*. No se trata, como alguien pensó, de una evolución de la noética averroísta, sino que se integra totalmente en la línea aristotélica de la filosofía alemana; se trata de un desarrollo del principio aristotélico que ve el entendimiento como *habitus primorum principiorum*. Así aparece claramente en la definición que da Calov, poco después, del término de Gutke: «Noología es el hábito mental principal que contempla la afinidad de las cosas, en tanto que fluye de los mismos primeros principios del conocer»¹. El término, lo mismo que sucedió con gran parte de la terminología filosófica moderna, debió transmitirse dentro de la escuela woffiana y, aunque fue de uso poco frecuente, puede encontrarse en Crusius; incluso Kant utiliza el término *noologista*, significando *racionalista*, en tanto que opuesto a empirista.

factores que están perturbando el devenir de la democracia: violencia, nuevos poderes (narcotráfico, paramilitarismo, guerrilla), totalitarismos y mediocracias.

En otras palabras, y para citar a Morin, *"Esto significa que, salvo una catástrofe posible, no estamos al final de las posibilidades del ser humano. Al contrario, estamos ante una nueva etapa en la cultura y la civilización"*.

La prospectiva de la comunicación y de la comunicación pública de la sociedad en un mundo cambiante interconectado por redes, sólo es posible desde su dimensión de mediación. La ciencia y la tecnología no pueden ser ajenas a esta nueva realidad que surge desde la red, pero que trasciende la red misma, dado que los actores (antes receptores de mensajes) ya no son pasivos. La comunicación pública se constituye en el nuevo escenario donde emisores y perceptores o *prosumidores* que actúan para la consolidación de una mejor y mayor democracia y para permitir mayor participación y movilidad social en la búsqueda de una sociedad mejor.

La nueva prospectiva de la comunicación, y de la comunicación pública en particular, no puede ser ajena a este hecho que trasciende la forma tradicional de comunicarnos con los diferentes actores de la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

BETTETINI, G. (1986). La conversación audiovisual. Problemas de la enunciación fílmica y televisiva. España: Cátedra.

BOTERO MONTOYA, LH. (2011). Teoría de Públicos. Lo público y lo privado en la perspectiva de la comunicación. Medellín. Sello Editorial Universidad de Medellín. Tercera edición. Medellín.

BOTERO MONTOYA, LH. y GALVIS ORTIZ, C. (2009). Comunicación pública. Repensar la comunicación para la democracia. Medellín: Sello Editorial de la Universidad de Medellín.

CASTELLS, M. (2000). The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society and Culture, Second Edition, Vol. 1, Blackwell, Oxford.

GRISALES, LM. y GONZALEZ, EM. (2010). *"De un modo de relacionar dos elementos contrarios a la mediación o acerca de la aproximación histórica al concepto de mediación"*. En Revista Anagramas Volumen 9 Número 17. Sello Editorial Universidad de Medellín. Pp. 117-130.

ISAZA, JF. (2005). "El arte como lenguaje de la ciencia". En Cuadernos para la reflexión. Compañía de Financiamiento Comercial S.A. Dann Regional. N° 9, septiembre. Medellín.

ISLAS, O. (2010). "El prosumidor. El actor comunicativo de la Sociedad de la Ubicuidad". Disponible en: <http://www.octavioislas.wordpress.com> (fecha de consulta 30 de noviembre de 2010).

--- (2003): "El desarrollo tecnológico como detonador de algunas crisis epistemológicas que enfrentan las ciencias de la comunicación". En: *Razón y Palabra*, No. 33, junio-julio Disponible en : <http://www.razonypalabra.org.mx/antteriores/n34/oislas.html>. (Fecha de consulta: junio 29 de 2010).

JARAMILLO, JC. y TORO, JB. (2002). Comunicación Pública y movilización social. Proyecto de Comunicación Pública. Imprenta Departamental de Antioquia.

MARTÍN-BARBERO, J. (1996). Pre-textos. Conversaciones sobre la comunicación y sus contextos. Editorial Universidad del Valle. Cali.

--- (1998). De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía. Bogotá: Convenio Andrés Bello.

--- (2005). "Los oficios del comunicador". En Revista Co-herencia. Revista de Humanidades-Universidad Eafit. ISSN 1794-5887. Vol. 2. Enero-Julio.

---y SILVA, A. (1997). Proyectar la Comunicación. Bogotá. TM Editores.

MARTIN SERRANO, M. (1977). La mediación social. Madrid: Akal.

_____. (2004). La producción social de la comunicación. Madrid. Alianza Editorial.

MAYA, C. M. (2009). "Las relaciones de poder en el contexto de las sociedades de control. Propuesta de una perspectiva para el análisis de la interacción virtual". En: Revista Anagramas. Rumbos y sentidos de la comunicación. Sello Editorial Universidad de Medellín, julio-diciembre, volumen 8, N° 15.

MCQUAIL, D. (1998). La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

--- (2000). Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós,

--- y WINDAHL, S. (2003). Modelos para el estudio de la comunicación colectiva. Pamplona: Ed. Universidad de Navarra,.

MORIN, E. (2000). La Mente Bien Ordenada. Barcelona: Seix Barral.

WATTS, D. (2006). Seis grados de separación. La ciencia de las redes en la era del acceso. Barcelona: Editorial Paidós. Transiciones.

WOLTON, D. (2000). Internet ¿Y después?: una teoría crítica de los medios de comunicación. Editorial Gedisa. Madrid.