

MIRAR DESDE LA COMUNICACIÓN

Una manera de analizar las prácticas sociales¹

Washington Uranga

Si la ciencia continúa siendo un capricho de nuestros egos inflados y no interroga también el orden político, el dualismo proseguirá.

Frei Betto²

Llega un momento en que cualquier realidad se acaba. Y entonces no hay más remedio que volver a inventarla (...), hay que volverla a concebir.

Mario Benedetti³

Las prácticas sociales, entendidas como manifestaciones de la interacción histórica de los individuos, pueden ser leídas también como enunciaciones que surgen de las experiencias de vida de los hombres y mujeres convertidos en sujetos sociales. La historia puede entenderse como un entramado de “gramáticas discursivas” que se expresan a modo de “estrategias comunicativas” que combinan la estética de la vida cotidiana con los formatos mediáticos masivos y comerciales. Las prácticas sociales son, desde lo comunicacional, “prácticas de enunciación” que se van construyendo a través de las narraciones, y mediante el desarrollo de habilidades y técnicas expresivas, un discurso que es entramado de la cultura y fundamento de la historia de vida de una comunidad. ⁴ Complementariamente las prácticas sociales son también los no dichos, las estrategias de silencio, las resistencias. Todas ellas, las enunciadas y las que no lo son, se dan en un marco de condiciones de formulación y posibilidad que le dan encuadres y marcos de referencia.

¹ Este texto contiene elementos ya incluidos en URANGA, Washington y BRUNO, Daniela, “*Tres perspectivas para comprender/nos*”. Mimeo, Buenos Aires, 2001. Se integran también aquí numerosos aportes surgidos en el trabajo conjunto y en el debate con los equipos de cátedra del Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales de la Fac. de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP y del T.A.O. en Políticas y Planificación de la Comunicación de la Fac. de Ciencias Sociales de la UBA, a cuyos integrantes el autor agradece sus contribuciones.

² FREI BETTO, *La obra del artista. Una visión holística del universo*. Ediciones Barbarroja, Buenos Aires, 1998, ISBN 987-97335-0-9, pág. 51

³ BENEDETTI, Mario; *El porvenir de mi pasado*, Seix Barral, Buenos Aires, 2003, ISBN 950-731-362-1, pág. 191

⁴ Ver MARTIN-BARBERO, Jesús; *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Fondo de Cultura Económica. Santiago de Chile, 2002, ISBN 956-289-032-5, pág. 234

De todo ello se componen las prácticas sociales. De allí su complejidad y también la dificultad para dar cuenta de manera adecuada de las mismas, de la diversidad y las tensiones por las que están atravesadas y que, al mismo tiempo, las constituyen.

Los sujetos sociales son artífices de tales procesos histórico culturales. Y no por los hechos excepcionales de los que participan, sino fundamental y primariamente por lo que protagonizan en la vida cotidiana. Esos mismos sujetos son relevantes para el análisis de los especialistas y de los investigadores porque en su quehacer cotidiano van conformando una experiencia colectiva, constituyendo la cultura y de esta manera, construyendo la trama de una historia que nos contiene a todos y a todas. Una trama que es primer lugar objeto de interpretación por parte de los mismos sujetos participantes y, al mismo tiempo y segunda instancia, por parte de los científicos sociales. Ni la historia ni la vida cotidiana se agotan en el análisis de los investigadores ni pueden ser íntegramente contenidas en sus interpretaciones.

La riqueza de lo real se ubica, inevitablemente, por encima de las categorías que intentan comprenderlas y, muchas veces, encorsetarlas. Las prácticas transcurren siempre de manera azarosa, no previsible ni encasillable en los parámetros del análisis denominado científico. La ciencia positiva trabaja sobre la base de la verificación de regularidades y la sistematización de las mismas, para obtener conclusiones. Pero más allá de estas, la necesidad de encontrar alternativas hace que el ser humano saltee permanentemente tales barreras haciendo ingresar en el escenario posibilidades laterales de la realidad, nunca antes previstas o imaginadas. La historia humana es una permanente creación imposible de ser aprehendida en su totalidad y de una vez y para siempre.

Feliz e inevitablemente, tal como dice Mario Benedetti, "llega un momento en que cualquier realidad se acaba" y afortunadamente siempre habrá sujetos capaces de reinventarla. Lo difícil invariablemente será encontrarle una explicación a lo que se hace y el único lugar para hacerlo es la vocación intrínsecamente humana que impulsa de manera permanente hacia el horizonte utópico, y que, en el marco de la modernidad, apunta persistentemente a mejorar la calidad de vida. Esto sólo podrá lograrse a través de la convicción de que "el futuro está abierto" y que es allí, en ese horizonte y en su exploración donde pueden encontrarse nuevas configuraciones para la transformación del

presente.⁵ En el convencimiento también de que “el futuro es, en una parte muy importante, fruto de nuestro esfuerzo y de nuestro sacrificio. En definitiva, de nuestra ambición y de nuestra voluntad”⁶. También para entender que todo el espacio de las prácticas sociales están atravesadas siempre por luchas de poder en función de las cuales se ponen en juego estrategias y dispositivos de comunicación.

De allí que podamos afirmar que el conocimiento denominado científico no puede regodearse sobre sí mismo y no tiene sentido si, tal como lo plantea Frei Betto, no interroga el orden político. Lo científico es parte intrínseca de lo político. Esto vale de igual manera para la comunicación. Pensar la comunicación es, también y necesariamente, pensar lo político.

Este es el recorrido que intentaremos hacer a lo largo de estas páginas. Partiendo de entender las prácticas sociales como experiencias de comunicación y como una manifestación de lo político, adentrarnos en diferentes abordajes de esta relación que nos permitan desentrañar los procesos sociales y la acción transformadora de los sujetos allí. Esta será nuestra forma de producir conocimiento científico analizando las prácticas sociales desde la comunicación.

La comunicación como proceso de producción social

La comunicación es un proceso social de producción, intercambio y negociación de formas simbólicas, fase constitutiva del ser práctico del hombre y del conocimiento que de allí se deriva. De este manera podemos decir que “la comunicación se define por la acción” porque es “a través de nuestras acciones (que) vamos configurando modos de comunicación”. Pero, al mismo tiempo, “la comunicación que hacemos de nuestra acción, el lenguaje que utilizamos, constituye el sentido y el contenido de nuestra acción”.⁷

⁵ Ver MERELLO, Agustín; *Prospectiva. Teoría y práctica*. Editorial Guadalupe, Buenos Aires, 1973, cap- 1

⁶ GABIÑA, Juanjo; *Prospectiva y planificación territorial. Hacia un proyecto de futuro*. Alfaomega-Macombo, Santafé de Bogotá 1999, ISBN 958-682-121-8, pág. 1

⁷ URANGA, Washington, *El cambio social como acción transformadora*, en ENZ, Angélica y otras (editoras), Comunia-La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2006, ISBN 987-601-017-4, pág. 40

Definir la comunicación desde esta perspectiva se ubica en la línea de pensamiento latinoamericano de los investigadores de la comunicación que apunta a trascender el aspecto estrictamente técnico y del desarrollo de habilidades tanto de elementos discursivos como de los medios, para ubicarlo sobre todo en el espacio de las relaciones entre sujetos, enmarcados en contextos sociales y culturales. Dicho esto, por cierto, sin desconocer la importancia que el sistema de medios, masivo y comercial, tiene hoy en nuestras sociedades como configuradores privilegiados del sentido.

“Confundir la comunicación con las técnicas o los medios es tan deformador como pensar que ellos son exteriores y accesorios a la (verdad de la) comunicación, lo que equivaldría a desconocer la materialidad histórica de las mediaciones discursivas en que ella se produce”⁸, sostiene Jesús Martín-Barbero.

Rosa María Alfaro se refiere a un modelo de comunicación “relacional” que considera que “entre emisores y receptores hay complicidades, mutuos acercamientos y satisfacciones, compromisos varios, aunque esta relación sea desigual, porque son los medios los que enuncian el discurso cotidiano, enredando la vida privada y pública de los consumidores”⁹.

Estamos hablando de la comunicación como interacción social. Mediante la comunicación se construye una trama de sentidos que involucra a todos los actores, sujetos individuales y colectivos, en un proceso de construcción también colectivo que va generando claves de lectura comunes, sentidos que configuran modos de entender y de entenderse, modos interpretativos en el marco de una sociedad y de una cultura. Eso que aquí preferimos entender como claves de lectura por cuanto son llaves de contribuyen a la interpretación común y por lo tanto hacen posible también acciones concertadas en las prácticas, encuentran puntos de coincidencia con lo que otros autores reconocen como “valores sociales” y otros más volcados a lo comunicacionales designan como “percepciones comunes en los públicos”. En todo caso lo importante es tener en cuenta que en este sentido la comunicación es por lo tanto soporte de la relación productiva, fundamento de la institucionalidad y

⁸ MARTÍN-BARBERO, Jesús; *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Fondo de Cultura Económica. Santiago de Chile, 2002, ISBN 956-289-032-5, pág. 231

⁹ ALFARO, Rosa María. *Una comunicación para otro desarrollo*. Ed. Calandria, Lima, 1993, pág. 23

de la ciudadanía, base de los dinamismos sociales a partir de los procesos interactivos que dinamizan los imaginarios y las acciones de los sujetos.

Vivimos en una sociedad atravesada por la comunicación y la sociedad se constituye hoy mediante una trama de sentidos producidos, intercambiados y negociados por sujetos individuales y colectivos. En otras palabras: la comunicación es constitutiva de la sociedad y por lo tanto el análisis de las prácticas sociales demanda, en el marco de la complejidad, una mirada desde la comunicación. Esto dicho siempre desde la perspectiva del análisis complejo que reconoce que toda producción de conocimiento requiere de saberes concurrentes y complementarios en el marco de la transdisciplina.

El investigador brasileño José Marques de Melo afirma que “la comunicación es un proceso que relaciona comunidades, sociedades intermedias, gobiernos y ciudadanos en la participación y toma de decisiones conjunta ante los estímulos y los factores que, de manera permanente, presenta a aquellos ambientes socio-económicos y políticos. Se aprecia también a la comunicación en función del conocimiento, expresión y fortalecimiento de los valores, tradiciones e identidades culturales. Así entendida, la comunicación no está limitada a la presencia de los medios, sino que implica además una suerte de transversalidad social y la interacción dinámica de una red de relaciones de personas y grupos donde media e intervienen otros elementos, espacios, factores, contenidos, instituciones, etc. que concurren en diversas formas y manifestaciones de comunicación. Además, sirve de soporte esencial y motor de actividades de desarrollo, como la educación y la cultura, la ciencia y el medio ambiente, etc.”¹⁰.

Las prácticas comunicativas en la sociedad son muchas y muy diversas. No existe un modelo dentro del cual se las pueda encasillar, porque responden a la esencia misma del ser humano como sujeto libre, de condición humana compleja y esencialmente social. Tales prácticas se recrean por los hábitos propios de la cultura, que van generando nuevas ritualidades, por el desarrollo de técnicas y tecnologías de comunicación, y por el entrelazamiento y la interacción de ambos campos en el ámbito de la vida cotidiana de las personas. Así puede decirse que la difusión de Internet crea

¹⁰ MARQUES DE MELO, José , *Identidades culturales latinoamericanas*, en MARQUES DE MELO, José (coord.), *Tiempo de la comunicación global*. São Paulo, Ed. IMES, 1996, pág. 35

nuevos hábitos comunicacionales sobre todo en los más jóvenes, desarrolla otras habilidades. Pero tales adquisiciones comunicativas se incorporan también en el ámbito de la educación institucionalizada, terminan incidiendo sobre los métodos pedagógicos y en las relaciones familiares. Por este camino las prácticas comunicativas promueven nuevas necesidades sociales. Así la falta de acceso al mundo cibernético de Internet, sus hábitos y sus habilidades, puede leerse hoy como una forma de exclusión social.

Las prácticas sociales implican procesos de significación y producción de sentido. Los sujetos, emisores y receptores, se constituyen ellos mismos en el espacio discursivo. Esta perspectiva, cuyas nociones provienen, en parte, de la semiótica textual, permite considerar que “toda producción de sentido, en efecto tiene una manifestación material” y que “partimos siempre de configuraciones de sentido identificadas sobre un soporte material (texto lingüístico, imagen, producción sonora, sistema cuyo soporte es el cuerpo, etc.) que son fragmentos de semiosis. Cualquiera que sea el soporte material, lo que llamamos un discurso o un conjunto discursivo no es otra cosa que una configuración espacio temporal de sentido”¹¹.

La circulación de ese sentido no es lineal. A diferencia de lo que constituyó el objeto de interés de la sociología funcionalista norteamericana, que en consonancia con las teorías matemáticas de la información centró sus estudios en los análisis del contenido y de los efectos de los medios de comunicación, estamos proponiendo desarrollar una perspectiva que incluya en el análisis a todos los sujetos participantes en el proceso en tanto productores de sentido¹².

Para Eliseo Verón “del sentido, materializado en un discurso que circula de un emisor a un receptor, no se puede dar cuenta con un modelo determinista. Esto quiere decir que un discurso, producido por un emisor determinado en una situación determinada, no produce jamás un efecto solo y uno solo. Un discurso genera al ser producido en un contexto social dado, lo que podemos llamar un campo de efectos de sentido posibles. Del análisis de las propiedades de un discurso no podemos deducir cuál es el efecto de sentido que será en definitiva actualizado en recepción. Lo que ocurrirá

¹¹ VERON, Eliseo y SIGAL, S. *Perón o muerte, los fundamentos discursivos del fenómeno peronista*, Buenos Aires, Legasa, 1986, ISBN 978-950-23-1269-9 págs. 126 y 127

¹² Para mayores referencias sobre el desarrollo de las teorías de la comunicación ver: MATTELART, M. y MATTELART, A.. *Historia de las teorías de la comunicación*, Barcelona, Paidós, 1997. ISBN: 84-493-0344-3

probablemente, es que entre los posibles efectos que forman parte de ese campo, un efecto se producirá en unos receptores y otros efectos en otros. De lo que aquí se trata es de una propiedad fundamental del funcionamiento discursivo, que podemos formular como el principio de indeterminación relativa del sentido: el sentido no opera según una causalidad lineal”¹³.

No es posible analizar las prácticas sociales sin el aporte de la comunicación. Pero al mismo tiempo la comunicación es sólo un lugar de entrada, una perspectiva para el abordaje que exige otros saberes y competencias. Dicho de otra manera: no es posible aislar los “problemas comunicacionales” o separar los “aspectos comunicacionales” de una determinada situación. Lo comunicacional está necesariamente integrado a la complejidad misma de lo social y de lo político y, a la vez que ayuda a su constitución, forma parte de toda situación.

Debería decirse, sin embargo, que existe siempre la posibilidad de utilizar recursos y herramientas de comunicación para analizar una determinada práctica, aún asumiendo que este ejercicio no agote el análisis o no de cuenta totalmente de la complejidad y multidiversidad de esa experiencia. En todo caso este tipo de análisis, basado en la integralidad comprensiva a la que nos referimos más arriba, tendrá que conducirnos así sea de manera incompleta a las cuestiones políticas, sociales o de otro orden. Aspectos, estos últimos, que requerirán posteriores grados de profundidad o continuidad en el estudio.

Así entendido, la vida cotidiana es fuente de producción de sentidos, es lugar de comunicación. De esta manera podemos decir que desde el nacimiento mismo estamos insertos y desde entonces somos sujetos y actores de la trama de sentidos que implica la comunicación. “La sociedad nos habla a través de múltiples discursos y nos va exigiendo que aprendamos a expresarnos de determinada manera y a referirnos a ciertos temas por encima de otros”, sostiene Daniel Prieto Castillo. Así vista la “situación de comunicación” se transforma en unidad de análisis para analizar desde la comunicación las prácticas sociales. Entendiendo también que “una situación de comunicación comprende relaciones intrapersonales (yo conmigo mismo), grupales, sociales en general; las circunstancias económicas, políticas, culturales, el desarrollo de ciertas tecnologías, de

¹³ VERON, Eliseo y SIGAL, S.; op. cit., págs. 15 y 16.

ciertas formas de enfrentar y resolver los problemas de la naturaleza y la sociedad”¹⁴. Por supuesto, que esta mirada evita toda simplificación que reduzca la comunicación al juego de emisores-receptores, para comprender el proceso de comunicación como un todo significativo, que se constituye mediante redes discursivas y el entrecruzamiento de discursos diferentes, opuestos y contradictorios, que ponen en evidencia los conflictos y luchas de poder, sin por ello dejar de pertenecer al mismo todo significativo que denominamos “situación de comunicación”.

¿Podemos entonces leer prácticas sociales desde la comunicación? Podemos hacerlo en tanto y en cuanto asumamos una tarea que implica investigación, es decir, producción de conocimiento sistemático.

¿Qué se considera en este caso? Al respecto el educador y comunicador Jorge Huergo precisa lo siguiente: “Si trabajamos en procesos comunicacionales, necesitamos considerar al otro como un interlocutor (alguien que no es mero “destinatario” de nuestras propuestas, sino alguien que es capaz de pronunciar su palabra y de comunicarse de diferentes modos): necesitamos conocerlo sistemáticamente, metódicamente. Si los otros son nuestros interlocutores, para generar procesos y desarrollar proyectos de comunicación con ellos (o en sus ámbitos) necesitamos reconocer sus “marcos de referencia”: las relaciones directas de la población, las concepciones, valoraciones, estereotipos, expectativas y creencias que a diario comparten los distintos actores y sectores de una comunidad. Si vamos a producir materiales comunicacionales necesitamos trabajar una etapa de “prealimentación” de los mismos para que los interlocutores se reconozcan en ellos; esto implica una investigación que nos permita conocer los códigos (no sólo lingüísticos sino también experienciales, ideológicos, culturales), las vivencias cotidianas, las preocupaciones; las preguntas y las expectativas de los interlocutores; sus visiones justas, para incorporarlas al mensaje, y las equivocadas, para incorporarlas también, a fin de ayudarle a problematizarlas y cuestionarlas. Si llevamos adelante procesos de planificación y gestión de procesos comunicacionales, necesitamos investigar (a veces permanentemente) las situaciones comunicacionales de las instituciones, las organizaciones o las comunidades interlocutoras; un esfuerzo que va más allá de un diagnóstico

¹⁴ PRIETO CASTILLO, Daniel. *La comunicación en la educación*. La Crujía. 2da. edic. 2004, ISBN 987-1004-80-X, pág. 97

previo y que nos ayuda y orienta en la toma de decisiones. Si trabajamos en medios de comunicación y coincidimos que la comunicación es un proceso de articulación entre interpelaciones y reconocimientos (así trabaja, por ejemplo, la producción mediática masiva), para poder “invitar” a los otros a adherir o identificarse con los “modelos” que presentamos, necesitamos conocer e investigar sus formas de ser, de pensar, de actuar, es decir: su cultura y sus modos de comunicación. Si realizamos procesos de educación/comunicación, con más razón, necesitamos conocer y reconocer el “universo vocabular” de los otros, como proponía Paulo Freire, esto es: investigar el conjunto de palabras o el lenguaje con que los sujetos interpretan el mundo; el conjunto de ideas, concepciones, esperanzas, dudas, valores y desafíos”¹⁵.

Comunicación, cultura y cambio social

Esta perspectiva de abordaje de los procesos sociales desde la comunicación implica situar su estudio en el terreno de la cultura. “Pensar los procesos de comunicación desde ahí, desde la cultura, significa dejar de pensarlos desde las disciplinas y desde los medios. Significa romper con la seguridad que proporcionaba la reducción de la problemática de comunicación a la de tecnologías”¹⁶. Supone, en cambio, el permanente reconocimiento en las prácticas sociales de productores-receptores que intercambian mensajes en ámbitos específicos para hacerse sentido común, es decir, manifestación de cultura, mediante procesos de negociación y de generación de consensos. A modo de ejemplo puede decirse que aquello que se entiende por normas de convivencia en una sociedad son el resultado del intercambio y de la negociación de mensajes hasta plasmar en un sentido común que se transforma en un bien cultural, una norma, a la que se adhiere mayoritariamente para el bien del conjunto social.

Del mismo modo estos procesos de intercambio y de negociación de mensajes y sentidos, le van dando forma también a los sujetos, forjando su identidad en un determinado espacio social. Ser ciudadano de un determinado país, pero al mismo tiempo artista o abogado, y pertenecer a una generación joven que hizo sus estudios iniciales en ciertas condiciones, constituye un rasgo

¹⁵ HUERGO, Jorge; *Métodos de investigación cualitativa en comunicación*. Mimeo, 2001.

¹⁶ MARTÍN BARBERO, Jesús; *De los medios a las mediaciones*. Barcelona, Ed. G. Gili, 1987, ISBN 968-887-024-2, pág. 227

distintivo de identidad. Así se puede decir que cada sujeto es por sí mismo, por su individualidad, pero es, al mismo tiempo, en cuanto sujeto hablado por la cultura de su tiempo, por su historia, por su espacio: sujeto expresado a través de una puesta en escena en la vida social. Los sujetos involucrados en dichas prácticas aparecerán entonces atravesados por dimensiones contextuales culturales, históricas, económicas, sociales y jurídicas y solamente a partir de la comprensión de estas dimensiones se los puede entender en toda su complejidad. Hablando de la Argentina no podríamos decir que los jóvenes de entre 18 y 25 años de sectores que hoy tienen dificultades para conseguir trabajo y que nunca vieron trabajar a sus padres y quizás a sus abuelos, pueden constituirse de igual manera que aquellos hijos de inmigrantes forjados en la cultura del trabajo en la segunda mitad del siglo pasado. Para comprender a unos y otros hay que trabajar sobre sus historias de vida, desentrañar la manera como unos y otros se fueron constituyendo en el marco de la cultura. Lo mismo diremos si se trata de comprender sus mensajes. Es una simplificación y un grave error afirmar que los jóvenes de hoy "son vagos" porque cuando se les ofrece una posibilidad laborar no persisten y abandonan rápidamente. ¿Por qué habrían de hacerlo si nunca recibieron como mensaje que el trabajo es un valor y que vale la pena el esfuerzo de una jornada de ocho horas cuando su experiencia les ha demostrado durante años que cuando sus padres trabajaron igual sufrieron hambre y opresión? ¿O por qué habrían de valorar la vida si han convivido siempre con la muerte cercana y el mensaje que reciben de la sociedad es que su expectativa de vida es corta por diferentes razones? De esta manera sus conductas y reacciones sólo pueden entenderse en el marco de los mensajes que la sociedad emite, que otros actores expresan y que estos jóvenes interpretan desde el contexto de su propia historia de vida.

Todo lo anterior, por cierto, sin dejar de tener que partiendo de la comprensión de la situación en la que se encuentra inmerso cada sujeto, es necesario trabajar en pos de construir la posibilidad y las alternativas para el cambio. La mejor comprensión de la situación de un sujeto en el marco de la vida social no debería llevarnos a justificar todas y cada una de sus actitudes y modos de comportamiento, sino a encontrar allí mismo aquellos signos portadores de futuro o anticipatorios del cambio, para potenciarlos y desarrollarlos, o los obstáculos o impedimentos, para encontrar la manera de ponerles un límite o eliminarlos.

“Uno no es simplemente emisor, uno es emisor en situación, dentro de tensiones sociales, dentro de ciertas relaciones de poder, dentro de un grupo y no de otro. En otras palabras, lo que funda al emisor no está en lo esencial en él, sino en las relaciones sociales dentro de las cuales se inserta y vive, según los límites fijados por la formación social a cada sector de la población”¹⁷, sostiene Daniel Prieto Castillo.

Por ese motivo definimos la cultura como un modo de organizar el movimiento permanente de la vida cotidiana, del ser y actuar de todos los días, sencillo, rutinario pero, por ello mismo, configurador de conductas, de modos de ser y actuar. La cultura puede entenderse así como un principio organizador de la experiencia, mediante el cual los sujetos ordenan y estructuran sus acciones a partir del lugar que ocupan en las redes sociales.

¿Por qué abordar el estudio de las prácticas sociales desde la cultura? Porque allí se pone de manifiesto el entramado entre sujeto, tiempo y espacio. Lejos de constituirse en un mero organizador de la experiencia presente, habla también de los sueños y la fantasía, de las utopías; es ligadura y raíz con nuestro pasado, recuerdo de los sucesos y acciones que nos fueron constituyendo a lo largo de la historia. La cultura de nosotros mismos. Registra lo que hemos sido, pero también nuestros imaginarios respecto de lo que hemos querido ser, de lo que quisimos hacer, nuestra explicación de por qué llegamos a tal punto y por qué no logramos tal otro objetivo. Desde allí es también base de los sueños, registro de las alternativas de futuro, cimiento, base de proyección y límite de los imaginarios y de las utopías. La cultura es un denso tejido de conocimiento que cada sujeto enraizado en su espacio social tiene de sí mismo, del conocimiento de sus posibilidades, de sus proyecciones y también conciencia del límite.

La cultura puede definirse de igual manera como el entretejido simbólico de procesos comunicacionales, en los discursos, en los mitos y los ritos que le van dando forma y a través de los cuales esa cultura cobra materialidad. De allí también a la hora de analizar los sujetos sociales desde la comunicación se hace imprescindible recurrir a estas manifestaciones materiales de lo simbólico. Así una comunidad se expresa en sus manifestaciones artísticas, en luchas, en prácticas

¹⁷ PRIETO CASTILLO, Daniel; *Diagnóstico de comunicación*. CIESPAL, Quito, 1990, pág. 103

reivindicativas, pero también puede hacerlo en sus formas asociativas, en sus certezas y en sus expresiones religiosas, entre otras. De la misma manera el lenguaje es soporte de la cultura, en tanto y en cuanto es un vínculo para expresarse y ser ante los demás.

En tanto sujetos sociales desarrollamos una serie de costumbres perceptuales que se convierten en proceso de aprendizaje y que permiten vencer la complejidad del contexto, sentirnos más seguros, disipar las incertidumbres. Pero a la vez esa complejidad del contexto es una permanente invitación a la recreación de esas costumbres perceptuales.

Los sujetos se constituyen individual y colectivamente enmarcados en un determinado universo simbólico¹⁸, una trama discursiva en la que ciertos sentidos institucionalizados aparecen operando en la forma del ser y actuar social. Por tanto, se hace preciso adoptar una concepción del sujeto en relación con los discursos que éste construye y que lo construyen.

“Un proceso de comunicación no puede ser entendido sin los conceptos de formación social y de marco de referencia. Todos sus elementos están insertos en ellos, sin el contexto es imposible el texto, aún cuando éste tenga algún grado de especificad”¹⁹, asegura Daniel Prieto Castillo.

Para ejemplificar: la represión policial como tema recurrente en la producción reciente de la denominada cumbia “villera” o “cabeza”, el rock y el punk argentino, son expresiones de una forma de percibir, comprender y evaluar el mundo circundante y a la vez resistir, denunciar y proponer configurando con todo ello un determinado sentido de la transformación. Quienes escriben e interpretan hablan por ellos mismos, pero también son hablados por el tiempo y el contexto en el que viven y, al mismo tiempo expresan y ponen de manifiesto a la cultura del tiempo en todos sus aspectos, también los políticos y sociales. Las identidades de estos músicos son, por lo tanto, identidades complejas que se constituyen en la trama de todos estos cruces.

Pero es necesario descartar toda pretensión de presentar el lenguaje como espejo de lo real. Hay

¹⁸ Entendiendo que el universo simbólico es “la matriz de todos los significados objetivados socialmente y subjetivamente reales”. BERGER, P. y LUCKMANN, T: *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu, 14ª. edic., 1997, ISBN 950-518-009-8, pág. 125 y siguientes.

¹⁹ PRIETO CASTILLO, Daniel, *Diagnóstico de comunicación*. CIESPAL, Quito, 1990, pág. 105

una dimensión multidimensional de los fenómenos lingüísticos que habla siempre de una complejidad expresada en tensiones, en contradicciones y, sobre todo, en lucha por el poder. Todo ello queda de manifiesto en el lenguaje dotando de opacidad a esas manifestaciones. No puede haber en consecuencia un traslado automático y simplista del lenguaje para convertirlo en único dato para la comprensión de las prácticas. Si una persona desocupada sostiene que “no tengo ganas de trabajar” no puede interpretarse unidireccionalmente como vagancia, porque seguramente está expresando frustraciones anteriores, resultados de opresiones, falta de oportunidades y otra serie de factores que, además de las condiciones personales, fueron configurando en el sujeto esa “falta de ganas”. Lo real aquí, no es la “falta de ganas”. Lo real, en términos de análisis, tiene que ser construido a partir de la historia de vida de esa persona, de los factores que influyeron en ella, de los juegos de poder a los que fue sometida, etc.

Nuestro acceso a la cultura y a las culturas se produce precisamente a través de una red constituida por los fenómenos discursivos que se manifiestan en las prácticas sociales. Esto es lo que nos permite, desde la perspectiva de la comunicación, constituir a estas prácticas en objeto de nuestro análisis.

De allí también que pensar los procesos comunicacionales desde una perspectiva de cambio, exige una inserción en marcos histórico culturales y políticos, donde exista una percepción respecto de la idea de cambio. Esto no implica una única concepción respecto del cambio, ni la adhesión a la misma idea de todos los participantes. Supone sí asumir que lo comunicacional no es autónomo de esa lucha política por el cambio y que todos los actores son partícipes del proceso, tanto en lo político cultural como en lo comunicacional estrictamente hablando. No es posible concebir estrategias de comunicación aisladas o esterilizadas de lo político. En otro trabajo afirmamos que “la comunicación para el cambio social es una tarea que involucra y compete a los actores, sujetos individuales y colectivos, al ámbito concreto en que estos se desempeñan y al contexto en el propio ámbito y los actores se encuentran insertos”.²⁰

²⁰ URANGA, Washington, *El cambio social como acción transformadora*, en ENZ, Angélica y otras (editoras), Comunia-La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2006, ISBN 987-601-017-4, pág. 41

Hay que trabajar en el desarrollo de habilidades y recursos de comunicación para transparentar, para hacer visibles en las prácticas de los hombres y mujeres de hoy, signos portadores de un futuro utópico que alimente la esperanza de un mañana distinto, pero ya presente. Nadie nos creará un mañana diferente que no podamos reflejar al menos de manera incipiente en nuestras prácticas y comunicaciones de hoy. Encierra un gran engaño decirle a los jóvenes que son “el futuro de nuestro país” y de nuestra sociedad si estos jóvenes no pueden ver hoy, en nuestro actuar cotidiano, signos portadores del futuro que le estamos anunciando.

Por este mismo motivo, la comunicación para el cambio social tiene que partir de la reconstrucción de la memoria (de lo que sucedió, pero también de las rutinas, de los discursos que hablan de experiencias acumuladas), porque esto resulta fundamental para entender el sentido del cambio y porque una sociedad sin memoria es un pueblo sin futuro.

Percepciones, concepciones y evaluaciones en el proceso de planificación desde la comunicación

Los seres humanos actuamos de acuerdo al significado que le adjudicamos a nuestras condiciones materiales de existencia. ¿Qué significa esto? Acordemos inicialmente que todo objeto se constituye sólo como objeto de discurso. Es decir: no es posible concebir un objeto al margen de la producción social de sentidos. Pero esto no significa que no nos sea posible establecer la existencia de un mundo exterior más allá del pensamiento y la propia voluntad. En el marco de una asamblea, un integrante de la comisión directiva de la organización “X” se pone de pie, levanta su silla por el aire y la arroja al resto de la comisión directiva. Ese hecho es independiente de nuestra participación como observadores. Sin embargo, el episodio sólo puede ser constituido como objeto en tanto objeto discursivo, mediado por percepciones, valoraciones e interpretaciones. El modo en que alguien describa y especifique lo sucedido como “un estado de demencia momentánea” o “un acto de justicia” dependerá de estas percepciones, valoraciones e interpretaciones.

Nuestro primer objetivo como planificadores de procesos comunicacionales es conocer a los individuos en el marco de las relaciones de unos con los otros y comprender los significados que se

construyen en la interacción en situaciones concretas. Para ello es necesario tener cuenta que no hay linealidad discursiva, que se produce sentido tanto en la emisión como en la recepción, y que las relaciones comunicativas son siempre asimétricas.

¿De qué forma accedemos a los significados que los sujetos construyen en su vida cotidiana, en sus relaciones con otros sujetos, en su trabajo?

A través de la formulación que estos sujetos hacen de su mundo y de las acciones que llevan adelante en situaciones concretas. Es por ello, que habitualmente recurrimos a métodos etnográficos, a la observación y a la entrevista como técnicas de investigación para luego someter la información obtenida a un análisis cualitativo. Interesa conocer cómo expresan los sujetos su mundo mediante el lenguaje y cómo se vincula esta formulación con las acciones que emprenden en ese mundo.

Lo anterior nos ubica frente a una primera preocupación específica: las percepciones, las concepciones y las evaluaciones de los sujetos y su relación productiva y a la vez determinada por las condiciones materiales de existencia. Si bien es imposible discriminar en la práctica y establecer un límite estricto y riguroso entre estos tres aspectos, a efectos analíticos diremos con Daniel Prieto Castillo que las concepciones refieren a “la manera de entender algo, de juzgarlo” y que “resultan de una mezcla de conceptos y estereotipos, donde los límites entre lo que puede ser demostrado, validado con alguna solidez y lo que proviene de la experiencia, de las creencias, están poco marcados. Un estereotipo es una versión parcial y emotiva de algo, versión que puede ser más o menos rígida. Las prácticas cotidianas se orientan, y a veces determinan, por esas concepciones”²¹.

Por su parte, las evaluaciones, refieren al “atributo que se le da a algún objeto, ser o situación. En general se evalúa positiva (calificación) o negativamente (descalificación). La vida cotidiana consiste en una infinita trama de aceptaciones y rechazos que tiene que ver directamente con la forma de evaluar. A evaluar se aprende a lo largo de las relaciones familiares, interpersonales y dentro de otros grupos. Concepciones y evaluaciones determinan la forma de percibir, siempre que se ve algo,

²¹ PRIETO CASTILLO, Daniel. *Diagnóstico de la comunicación*. Quito, CIESPAL, 1990, pág. 311

simultáneamente se lo está interpretando y valorando. La percepción es un problema cultural y no una simple captación del entorno”, porque “percibimos a través de nuestros juicios”.²² Percibir es percibir lo familiar, lo cercano. Desarrollamos de esta manera una serie de costumbres perceptuales que se convierten en un proceso de aprendizaje y que nos permiten vencer la complejidad del contexto, sentirnos más seguros, disipar las incertidumbres.

Supongamos que nos proponemos investigar sobre las percepciones que la población juvenil tiene respecto de la oferta de trabajo que hay en el mercado, para evaluar de qué manera generan prácticas propicias a la inserción o reinserción laboral. Mediante diversas técnicas (grupos focales, entrevistas en profundidad, observaciones, etc.) distinguimos que gran parte de los jóvenes consideran que las ofertas de trabajo existentes no representan un progreso sustancial en su calidad de vida, que tampoco mejorarán los ingresos que pueden obtener, legal o ilegalmente, con menos esfuerzo y menos tiempo de dedicación. Saben que ciertas prácticas, algunas de ellas al margen de la legalidad, implican riesgo hasta de vida. Acostumbrados a enfrentarse permanentemente a la muerte, asumen ese riesgo como parte de su cotidianidad y lo asumen como algo natural dentro de su vida.

Estas son las concepciones de los jóvenes. Un investigador podría sostener que las mismas son la manifestación de falta de “cultura del trabajo” o de falta de “socialización laboral”. Lo concreto es que los jóvenes a los que nos referimos han avanzado en evaluaciones. Su experiencia, su práctica cotidiana “les habla”. Les dice y ellos leen que quienes están laboralmente insertos no han cambiado sustancialmente su calidad de vida. Siguen pobres, padecen las mismas privaciones, continúan en la exclusión. ¿Entonces? Comprenden y evalúan que el trabajo asalariado no es una mejora para ellos. y esto termina desalienta toda inserción laboral. Hasta se podrá decir que “así como estoy vivo mejor y no dependo de nadie”.

¿Consecuencia? Cualquier campaña que intente integrar al mundo del trabajo a personas en estas condiciones conducirá inevitablemente al fracaso si no considera actuar sobre concepciones y evaluaciones al mismo tiempo. Para esto último tienen que modificarse las condiciones materiales.

²² Ibid, pág. 312.

Es decir: es necesario demostrar que la inserción laboral sí mejora la calidad de vida. Sólo entonces habrá distintas evaluaciones. La campaña se dirigirá a trabajar sobre la concepción (una invitación al trabajo ponderando el valor de la “cultura del trabajo”) y sobre las evaluaciones (mediante la demostración fehaciente de que la inserción laboral mejora la calidad de vida y por esta vía modificar las creencias de los jóvenes). Para que lo que hacemos tenga sentido el trabajo tiene que ser evaluado positivamente por los jóvenes de nuestro ejemplo.

Las percepciones, concepciones y evaluaciones, son siempre vividas por alguien en particular y atravesadas por una cultura colectiva, y constituyen una forma de reafirmación de cada una de las personas en relación con su contexto. Es “la manera en que cada quién se sabe alguien entre los demás”, sostiene D. Prieto Castillo. Este saber es producto de un reconocimiento, es el resultado de compartir experiencias, es también un modo a partir del que cada cual se siente integrado y reafirmado.

Comunicación y vida cotidiana

Los sujetos no tienen, por sí mismos, una percepción clara de lo que sucede en el espacio social en el que se desenvuelven. La vida de los sujetos se desarrolla en medio de un escenario complejo en el que se atraviesan relaciones sociales que no resultan fáciles de desentrañar porque se superponen e interfieren de tal manera que aportan a la opacidad del conjunto. Sin embargo, todas ellas adquieren sentido e influencia significativa en la vida de una sociedad si logran sintonizar con los anhelos, las creencias y los modos de entender de las personas en el escenario de su quehacer diario, es decir, en su vida cotidiana. La lucha de un gobierno contra la inflación sólo podrá tener éxito si esa misma batalla es asumida como un reto para la población desde su experiencia de todos los días, y las propuestas para mejorar el medio ambiente difícilmente llegarán a buen término si no se vinculan con el quehacer cotidiano de las personas, si los hombres y las mujeres no entienden que ese propósito tiene que ver con la mejora de su calidad de vida.

Así planteado el ámbito de la vida cotidiana es, en sí misma, una experiencia educativa que se constituye a través de la comunicación, intercambio y producción de sentidos, entre los sujetos que de ella participan. Si la percepción es algo que se va desarrollando a modo de proceso de

aprendizaje, la experiencia previa condiciona las posteriores, sin que ello signifique necesariamente que el mismo individuo haya vivido personalmente todas esas experiencias. Hay un aprendizaje cultural que se apoya en experiencias sustitutas que se verifican en los grupos, los medios masivos de comunicación, en las redes de relaciones. La vida cotidiana es el lugar de las interacciones: el sujeto en su historia, en su contexto, en un tiempo y en permanente relación.

Al mismo tiempo las experiencias que se viven en los grupos constituyen la matriz social del individuo donde se construye el repertorio de significados que condicionan las formas y los modos de enfrentarse a situaciones diferentes de las habituales.

Según lo señala Jesús Martín-Barbero “socialidad nombra la trama de las relaciones cotidianas que tejen los hombres al juntarse y en el que anclan los procesos primarios de interpelación y constitución de los sujetos y las identidades. Que es lo que constituye el sentido de la comunicación como cuestión de *finés* y no sólo de *medios*, en cuanto mundo de la vida en que se inserta, y desde donde opera, la *praxis comunicativa*²³.”²⁴

En ese marco “las cosas no ‘son’ sino que ‘devienen’ en las interacciones. Las propiedades no están en las cosas sino entre las cosas, en el intercambio”.²⁵ Podemos decir que la belleza o el peso o las dimensiones de un objeto no son en sí mismos, no son categorías que puedan aislarse de la relación con las personas. Son bellos, pesados, grandes o chicos con relación a alguien y al contexto en el que se los mira. De la misma manera el sujeto no es aquel biológicamente reconocido, sino aquel constituido en la vida cotidiana, en el complejo sistema de relaciones que la misma genera.

Este es el sujeto complejo que, en el marco de la vida cotidiana, se representa a la manera de actores sociales en una realidad, también compleja y multideterminada, que reconocemos y diagnosticamos y sobre la que pretendemos incidir mediante estrategias de planificación que se orientan hacia imaginarios de futuro.

²³ Los subrayados son del autor.

²⁴ MARTÍN-BARBERO, Jesús; *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Fondo de Cultura Económica. Santiago de Chile, 2002, ISBN 956-289-032-5, pág. 227

²⁵ NAJMANOVICH, Denise; “El lenguaje de los vínculos. De la independencia absoluta a la autonomía relativa”, en DABAS, Elina y NAJMANOVICH, Denise (compiladoras), *Redes el lenguaje de los vínculos*, Buenos Aires, Paidós, 1995, ISBN 950-12-7025-4, pág. 65

Lo que comúnmente nombramos como “la realidad” (preferimos denominarlo lo real) no es sino un conjunto de hechos más las percepciones que de ellos tienen los sujetos, más su interpretación y valoración. Este explica y le da sentido a la idea “ponerse de acuerdo”, entendido como un método para la producción colectiva de un conocimiento que sea transformador de la situación presente en vista de un futuro deseado e imaginado. La cuestión central consiste en transformar no sólo los hechos sociales de manera aislada, sino las valoraciones y las percepciones que los sujetos participantes tienen de esos mismos hechos. Dicho de otra manera: cuando actuamos sobre las prácticas sociales, para transformar las relaciones que existen allí y las prácticas comunicativas que le dan lugar, necesitamos también actuar de tal manera que se modifique la percepción que cada sujeto, individual o colectivo tiene de la misma²⁶. De lo contrario no existe ni viabilidad ni factibilidad para el cambio. A ello hay que agregar una estrategia de acción destinada a modificar las condiciones materiales de existencia de los sujetos, partiendo del cuestionamiento de las mismas porque son constitutivas de la práctica social, cultural y, en consecuencia, comunicacional. Volvemos aquí a la no disociación entre lo político, lo cultural y lo comunicacional.

La vida cotidiana es lugar de comunicación y a la vez el escenario donde se constituyen los actores-sujetos de las prácticas sociales. Allí, en tanto y en cuanto sistema y trama de relaciones comunicacionales, se constituye el campo de acción del planificador de procesos comunicacionales.

La vida cotidiana es parte esencial de lo que Elina Dabas denomina “memoria social”. Esto es lo que le permite al sujeto superar el instante, lo inmediato, para potenciar sus capacidades cognitivas y conceptuales y ubicarlas en una verdadera dimensión de cultura. “Esta memoria se halla generalmente inscrita en un espacio, en un lugar y la reubicación de los sujetos en un contexto de aprendizaje posibilitaría la evocación”.²⁷

Sólo para tener en cuenta Vida cotidiana no puede ser sinónimo de corto plazo. El corto plazo puede hacer ver todo como imposible y empujarnos hacia un supuesto realismo sin sentido, más

²⁶ ver OROZCO GÓMEZ, Guillermo, *Al rescate de los medios*, México, Univ. Iberoamericana, México, 1994, ISBN 968-6348-10-7, págs. 98 y ss.

²⁷ DABAS, Elina (comp.). *Viviendo redes. Experiencias y estrategias para el fortalecimiento de la trama social*. Ediciones Ciccus, Buenos Aires, 2006, ISBN 987-9355-30-X, pág. 31

cercano al pragmatismo superfluo de la inmediatez. La vida cotidiana, el quehacer de todos los días, sólo adquiere su verdadero sentido en la mirada y escenario de largo plazo.

Comunicación en la trama social

Durante mucho tiempo utilizamos la palabra intervención para denominar la acción que, como científicos sociales, hacemos en el escenario de las prácticas, acompañando los procesos históricos. Elina Dabas nos aporta una denominación que creemos es superadora de la idea de intervención. Ella habla de “estrategias para fortalecer la trama social”. Y acota que “este cambio no es sólo de denominación, sino que nos posicionamos en que las estrategias pueden ser de todos los que están preocupados por resolver el problema. Ya no pertenecen exclusivamente al bagaje tecnocrático de los operadores, sino que se relacionan con las experiencias vitales de las personas”.²⁸

Entendemos en consecuencia que los responsables esas estrategias que tienes a fortalecer la trama social son todos los actores involucrados, todos aquellos y aquellas que participan del espacio en cuestión. Y podemos sostener que todos cuantos participan ponen en juego también estrategias de comunicación.

En otras palabras. Podemos afirmar que no es la mera intervención externa la que modifica el escenario, sino que hay participaciones diferenciadas de actores también diversos que inciden sobre la trama social de acuerdo a competencias, habilidades y a saberes diferentes. De esta manera se reconoce también que quien “llega desde afuera”, por ese solo hecho, tiene una intervención diferenciada. Fortalecer la trama habla también de la existencia de un capital social y cultural que tiene que consolidarse y, en todo caso, modificarse en un sentido negociado, consensuado, que da lugar al conflicto y a la lucha de poder, pero que apunta siempre hacia una imagen de futuro deseado e imaginado.

En esta tarea de fortalecimiento de la trama social lo comunicacional aparece como una perspectiva esencial porque “al mediar en la constitución de lo público y en el reconocimiento cultural, la trama

²⁸ Idem, pág. 30

institucional de la comunicación hace parte del lazo ciudadano”, según sostiene Jesús Martín-Barbero. El mismo autor asegura que “asistimos a una multiplicación de movimientos en busca de institucionalidades otras, capaces de *dar forma* a las pulsiones y desplazamientos de la *ciudadanía* hacia el ámbito de lo cultural y del plano de la representación al del *reconocimiento*²⁹ instituyente”³⁰.

En la base de esta perspectiva de la comunicación se encuentra la concepción de *hegemonía* desarrollada por el filósofo marxista Antonio Gramsci y retomada por los estudios culturales británicos. Desde esta óptica, no es adecuado seguir hablando de clases dominantes en el sentido en que lo hacía el marxismo ortodoxo (como el poder devenido de la capacidad para controlar las fuentes del poder económico, la “estructura”). En cambio, se propone analizar las formaciones sociales en función de “la capacidad de un grupo social de ejercer la dirección intelectual y moral sobre la sociedad, su capacidad de construir en torno a su proyecto un nuevo sistema de alianzas sociales, un nuevo bloque histórico”.³¹ En este análisis se incluyen las relaciones de poder existentes en la formación social pero considerando las negociaciones, alianzas, conflictos y mediaciones que participan en la construcción de los sentidos compartidos socialmente.

Esta concepción de las relaciones entre hegemónicos y subalternos implica asumir que no hay simetría entre las instancias emisoras y receptoras. Superando la ingenuidad de ciertos análisis que interpretaban el principio de indeterminación del sentido formulado por Verón como libertad resignificadora absoluta de los receptores, entendemos que algunos sujetos ostentan mayor legitimidad a la hora de generar sentidos.

La actualización de los sentidos no se hace en un terreno virgen. Los sujetos van configurando a lo largo de su experiencia en la sociedad el campo de efectos posibles, determinados sentidos que cuentan con una mayor disposición a ser escuchados, leídos, percibidos. En este proceso confluyen el sistema educativo, la familia, los medios masivos de comunicación y otras instancias de mediación. Es evidente que en ese marco las clases hegemónicas cuentan con mayores posibilidades de influir sobre la producción discursiva y por tanto de ir configurando el campo en

²⁹ Los subrayados son del autor.

³⁰ MARTÍN-BARBERO, Jesús; *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Fondo de Cultura Económica, Santiago de Chile, 2002, ISBN 956-289-032-5, pág. 231

³¹ MATTELART, M. y MATTELART, A.; op. cit. pag. 73.

función de sus intereses.³²

Comunicación y transdisciplina

Analicemos un caso en que se pueden apreciar las implicancias que estas cuestiones tienen en el desarrollo de una mirada desde la comunicación en una práctica social.

Supongamos que una organización que trabaja en la prevención de enfermedades cardiovasculares a partir de la atención de tres aspectos (hábitos alimentarios, actividad física y tabaquismo) se propone planificar sus intervenciones futuras y encomienda esa labor a un comunicador social. ¿Cuáles son las posibles vías de entrada?

Una primera tarea podría consistir en intentar una caracterización de la organización en tanto productora de sentido. Para ello, podrá estudiar las concepciones que la entidad sostiene respecto de las enfermedades cardiovasculares y los factores de riesgo que estudia, respecto de la importancia social de la prevención, la relación con las políticas públicas en la materia y la relevancia que la asigna a otros actores que trabajan en el mismo tema en el espacio público. Podrá también evaluar la correlación entre esas concepciones y las que se plasman en las intervenciones impulsadas y en los productos comunicacionales generados para ellas (por ejemplo, boletines informativos, folletería, videos, actividades en las que se demande una participación activa de los destinatarios de su acción como charlas debate, grupos de discusión, etc.).

Asimismo, el comunicador podrá preguntarse por los sujetos que desde las políticas públicas y desde su propia organización son postulados como “beneficiarios” de su acción. Es posible analizar sus percepciones respecto de la salud, de la enfermedad, del riesgo personal de verse afectado por una enfermedad cardiovascular. Podrían aparecer allí una serie de estereotipos muy arraigados socialmente, por ejemplo que para cuidarse la salud antes es necesario estar enfermo.

³² Ver MATA, María Cristina. *Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva*, Buenos Aires, CCE La Crujía, 1994.

Evidentemente, aún así no estaría completo el mapa que el comunicador pretende trazar. Muy posiblemente será necesario intentar reconstruir el universo discursivo en el que se desenvuelve esa situación, de modo de identificar el contexto temporal y espacial y los múltiples actores que pueden estar mediando en él, análisis en el que podría estudiarse el impacto de los medios masivos. En ese sentido, podría ocurrir que se evidenciaran ciertos discursos hegemónicos: por caso, que las intervenciones en materia de prevención del tabaquismo emprendidas por la organización queden debilitadas por una profusa publicidad de las empresas tabacaleras, inclusive como sostén de espectáculos asociados a la vida saludable, como pueden ser los deportivos.

Sin duda podríamos continuar enumerando otros aspectos de la situación susceptibles de ser analizados desde una perspectiva comunicacional. La pregunta que cabe entonces es: ¿puede el comunicador por sí solo desentrañar la compleja trama de la realidad? Hay sobrados ejemplos para responder negativamente a este interrogante.

Las dificultades que conlleva el intento de reconocer e interpretar la situación socio histórica, en la escala en que uno se lo proponga, llevan a la convicción de que no es posible entender una práctica social desde una perspectiva comunicacional sin el aporte de los conceptos y las herramientas de otras disciplinas. Toda práctica es comunicacional, pero no es solamente comunicacional.

El análisis de la situación de la organización que trabaja en la prevención de enfermedades cardiovasculares indica que el comunicador puede avanzar en el objetivo de reconocer la realidad para organizar la acción institucional y promover el cambio. Pero también enseña que su perspectiva es insuficiente si quiere entender en toda su complejidad la situación en la que esa organización se plantea desarrollar sus objetivos y actividades.

Con una mirada en clave sociológica podría abordarse el impacto en las enfermedades cardiovasculares de los estilos de vida propios de las grandes ciudades, en comparación con los pequeños asentamientos. Podrían entrar en análisis desde las formas de alimentación impulsadas por determinadas prácticas laborales hasta el consumo de ciertos productos (el cigarrillo, por caso) como símbolo de status social.

Un psicólogo estudiaría si hay alguna relación entre la voluntad de los sujetos a adherir a actividades que fomenten la adopción de estilos de vida saludables y la existencia de experiencias directas o indirectas en las que esos sujetos se hayan visto afectados por las enfermedades que se propone prevenir.

Desde una perspectiva económica, se podría analizar el volumen de los gastos en salud que se derivan de la atención de enfermedades prevenibles y cómo esas erogaciones impactan en el bolsillo de cada ciudadano.

Por su parte, la bioquímica puede destinar sus esfuerzos a analizar la composición de los alimentos de consumo habitual, para detectar aquellos que potencian los factores de riesgo. Retomando esas investigaciones, una nutricionista podría formular una dieta que precisamente apunte a reemplazar los alimentos perjudiciales por otros saludables.

En síntesis, todas estas perspectivas podrían confluir en el estudio de una situación determinada. Otra vez, toda práctica social es factible de ser abordada desde una perspectiva comunicacional, pero no es solamente comunicacional.

Entramos aquí en uno de las cuestiones centrales de nuestra propuesta: la comunicación necesita, por las propias características de su “objeto” de estudio, constituirse desde la transdisciplinariedad. La comunicación es una mirada posible desde la cual abordar las prácticas, pero no es la única ni es excluyente.

Más bien trabaja con problemas que le son comunes a otras disciplinas. Es claro que esos problemas pueden ser comprendidos y analizados también, de manera superpuesta o interdisciplinaria por otros campos del saber: la sociología, la psicología, la antropología, las ciencias políticas, etc. Pero la comunicación se transforma en el sostén de la trama cultural. Sandra Massoni dirá que la comunicación es, en este sentido, el “momento relacionante de la diversidad socio

cultural”³³.

El filósofo francés Edgar Morin señala que la clave del pensamiento complejo es poder develar la polivalencia de los procesos sociales. Desde una perspectiva comunicacional se puede afirmar que la clave del pensamiento complejo es comprender la polisemia de los procesos sociales, los múltiples sentidos concurrentes en una situación social dada.

Daniel Prieto C. propone “leer situaciones sociales desde lo comunicacional, leer entonces situaciones de comunicación”. Y asegura que “el concepto es útil tanto para analizar relaciones sociales generales como para abordar las que corresponden a instituciones o grupos pequeños”.³⁴

Los comunicadores tienen una contribución para hacer en ese camino, pero necesitan aportes conceptuales y metodológicos de diversas disciplinas. Porque no es posible comprender las prácticas sociales sin incorporar en el análisis una mirada desde la comunicación. Pero, al mismo tiempo, la mirada desde la comunicación resulta totalmente insuficiente para desentrañar por sí sola la complejidad de esas mismas prácticas, sólo comprensibles desde la posibilidad que habilita la transdisciplina.

Buenos Aires, marzo 2007

³³ MASSONI, Sandra; *La multidimensionalidad de lo real y el abordaje comunicacional para el desarrollo sostenible*, en CIMADEVILLA, Gustavo y CARNIGLIA, Edgardo (editores), *Comunicación, ruralidad y desarrollo*, Ediciones INTA, Buenos Aires. 2004, ISBN 987-521-133-8, pág. 131

³⁴ PRIETO CASTILLO, Daniel. *La comunicación en la educación*. La Crujía. 2da. edic. 2004, ISBN 987-1004-80-X, pág. 98

BIBLIOGRAFIA

- CIMADEVILLA, Gustavo y CARNIGLIA, Edgardo (editores), *Comunicación, ruralidad y desarrollo*, Ediciones INTA, Buenos Aires. 2004, ISBN 987-521-133-8
- HUERGO, Jorge, *Métodos de investigación cualitativa en comunicación*, Mimeo, Buenos Aires, 2001
- MARTIN-BARBERO, Jesús; *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Fondo de Cultura Económica. Santiago de Chile, 2002, ISBN 956-289-032-5
- OROZCO GOMEZ, Guillermo; *Al rescate de los medios*. Univ. Iberoamericana-Fund. Manuel Buendía, Mexico, 1994, ISBN 968-6348-10-7
- PRIETO CASTILLO, Daniel. *Diagnóstico de la comunicación*. Quito, CIESPAL, 1990
- PRIETO CASTILLO, Daniel. *La comunicación en la educación*. La Crujía. 2da. edic. 2004, ISBN 987-1004-80-X
- URANGA, Washington y BRUNO, Daniela, "Tres perspectivas para comprender/nos". Mimeo, Buenos Aires, 2001
- URANGA, Washington; *Democracia y ciudadanía en América Latina: desafíos a la comunicación y a los comunicadores*. Ponencia presentada en el Congreso de la Asoc. Boliviana de Investigadores de la Comunicación (ABOIC), Cochabamba, 2004
- VIZER, Eduardo; *La trama (in)visible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad*. La Crujía Ediciones, 2da. edic. Buenos Aires, 2006, ISBN 987-1004-17-6