

Abordajes de la Comunicación tomado desde la perspectiva del Interaccionismo y la Transmulti e Interdisciplinariedad

**Communication approaches from an interactionism and Transmulti-
interdisciplinary perspective**

**Oswaldo Gonzalez
Mateus**

Javier Rosero Molina

Universidad Nacional de La Plata

ogonzalezm1@gmail.com – javier-lps@hotmail.com

Resumen

La propuesta que queremos plantear se basa en los orígenes de la Escuela de Palo Alto debido a que fue allí donde se gestó y se dio forma al Interaccionismo Simbólico. Esta última noción ha venido siendo relegada irónicamente, siendo retomada por disciplinas distintas a la comunicación como la Psicología, la Sociología, la Antropología, entre otras, debido al abarcamiento de un modelo capitalista impuesto en el ámbito social, donde se le dio mayor importancia a la industria cultural y al estudio de los medios de comunicación y no propiamente a ésta última, entendida desde su cotidianidad, relaciones humanas y lingüística. Este es el panorama que ha existido en las escuelas y programas de Comunicación Social en América Latina, casi que mayoritariamente; desde esta noción, consideramos pertinente e idóneo exhortar a la reflexión sobre la necesidad de replantear varias de las líneas de investigación en esta región.

Es oportuno aclarar que la intención de nuestra propuesta no es desvirtuar ni catalogar como obsoletas las otras líneas de investigación que ya han venido abordando la investigación de comunicación en América Latina, pero debido a la misma complejidad del término comunicación, con sus distintas vertientes, tanto inter como transdisciplinarias, son un complemento que en vez de distorsionar nos ayudan a enriquecer desde otras perspectivas para encaminarla y estudiarla con mayor propiedad y seriedad, de manera que no sería pertinente dejar de lado posibles

**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**
*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*
25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

subcampos de análisis distintos a los tradicionales (medios e industria cultural; enfoque organizacional y Relaciones Públicas y Publicidad), teniendo presente que con éstas y sus distintos análisis previos pueden ser un complemento apropiado en tanto no se concentren nuestros esfuerzos en los mismos sino cuando sean necesariamente considerados.

Abstract

We want to base this proposal in the origins of the Palo School, because is where was born and shaped the Symbolic Interactionism. Ironically this last notion has been push into the background, been taken into consideration by disciplines like Psychology, Sociology, Anthropology, between others, all different than from the Communication, as a consequence of impose capitalist model in the social ambit, where the cultural industry and the study of the communication media, was given the most important role.

Not precisely to the Communication in it is on right, understanding it from the linguistic, human relationships and daily development. This is the outlook that has been existing in the majority of programs and schools of Social Communication in Latin America. We considerate suitable and pertinent from this notion, invite to the reflection about the necessity of the various re-planting the investigation lines in this region.

Our proposal, as it's oportune make that clarification, those not pursue define other investigation lines that have been approaching the communication in Latin America as obsolete o underestimate them.

The complexity of the communication concept, with its aspects, inter as transdisciplinary, are a compliment instead of a disruptive factor, it helps us to enrich from other perspectives to take with for seriousness and property.

Because of that, would not be wise left behind other analytic sub fields, different from the traditional (Industry and cultural media; organizational focus and Public Relationship's and advertising), taking into consideration that with them and their previous analysis could be and appropriate compliment, as all the efforts don't be absolutely focus on those ones, unless it's necessary.

Palabras Clave: *Polisemía y polifonía, Interaccionismo Simbólico, Cultura, Axiomas, Comunicación*

Key Words: Polysemy and polyphony, Interacionism, Culture, Axioms, Communication

1. Introducción

Decir que la comunicación es un proceso interpersonal, no sería nada descabellado, es más, podría y es considerado por muchos profesionales del área como algo obvio. Pero el panorama comunicacional en Colombia es una completa antítesis de ese postulado. Durante décadas se han y siguen presentando desinformaciones, imprecisiones, confusiones, hasta falacias, sobre qué es en sí la comunicación. No desde el ámbito investigativo en sí, sino desde la misma academia (no en su totalidad).

Siguiendo una tradición funcional-instrumental de la formación en Comunicación, una buena porción de los contenidos de los programas universitarios de este Campo en Colombia, cuenta con un énfasis considerable en medios, producción de contenidos afines, aplicación a la publicidad y aspectos organizacionales-empresariales de la comunicación. En consecuencia, hasta las líneas de investigación de los programas, son en frecuente medida, reflejos de esta situación.

Llegar a la respuesta sobre por qué y en cual momento se comenzó a gestar esta situación casi que paradigmática, trasciende a los alcances de este texto, se explorará las implicaciones de esta situación en el contexto actual, no obstante, existe un texto de uno de los pioneros de la comunicación en América Latina que da indicios de esto. Luis Ramiro Beltrán (1979) realiza una radiografía completa sobre como la falta de infraestructura, la falta de interés del Estado y de comunicación entre este y la ciudadanía, los desenfoques de las universidades desarticuladas en la relación teórico-práctica, así como desintereses de parte de los propios medios de comunicación (probablemente también de los profesionales del área), conllevó a que se diera una incomunicación en toda esta región del Centro y del Sur de América.

No se considera que exista una incomunicación absoluta, sin embargo, si hay síntomas de esto en Colombia y en América Latina, por la ausencia de una conceptualización medianamente clara sobre la comunicación como proceso interaccional, así como por la carencia de mayor formación en este sentido desde la academia. En aras de proponer una reflexión sobre la forma en que se aborda la comunicación desde las universidades y eventualmente como se investiga esta misma bajo la mirada de estas instituciones, se consideraran varios autores (Barbero, 2003; Torrico 2004; Múnera, 2010) quienes conceptualizan la comunicación como un Campo trans-multi e interdisciplinar, con capacidades de articulación teórico-práctica muy amplias.

Eventualmente y con base en esa examinación, se encadenará esta perspectiva con el enfoque del Interaccionismo Simbólico desde la Comunicación, olvidado por gran parte de las academias de comunicación, pese a tener su base de estudio en relaciones interpersonales. Así, se dará una reconsideración propositiva a las líneas de investigación de esos programas, no para que desechen todo el trabajo hecho hasta hoy, sino para que se amplíe el criterio y se articulen nuevos saberes, en aras de poder hacer una Comunicación propiamente Social.

2. Objetivos y Metodología

Comunicación no es todo, ni comunicar e informar, mucho menos es un proceso única y exclusivamente ligado a los massmedia tradicionales; la comunicación es ante todo una actividad humana e interpersonal, con la cual se construyen los vínculos que le dan sentido a nuestra existencia. Sin embargo, en Colombia se cuenta desde hace décadas con un panorama sobre la comunicación, atrapado en esa triada de *Pancomunicacionalidad*, *Mecanicismo* (Torrico, 2004) y *Mediocentrismo*.

No es fenómeno que solo se vea en el ciudadano común, ajeno a los quehaceres y saberes de la comunicación y que éste se presente, -siendo la situación más perturbadora-, también en los programas de formación en Comunicación de nivel superior en todo el país. El hecho de que se ofrezca desde las universidades una formación con más énfasis en satisfacer las necesidades y demandas del mercado, en lugar de brindar respuestas a las situaciones problemáticas de la sociedad (Múnera, 2010), es uno de los factores que genera esta tendencia. Basta con revisar los pensum de las principales universidades en Colombia para establecer una mayoría de cátedras enfocadas en Periodismo, Producción de Contenidos Multi-mediáticos o para adiestrar al estudiante en el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

En consecuencia, las líneas de investigación en los programas de Comunicación, si bien se han diversificado en los últimos años en el país, se giran con mucha frecuencia alrededor de tres ejes: Comunicación Organizacional, Relaciones Públicas-Publicidad-Mercadeo y Mediatismo (agrupando acá tanto Periodismo, como Producción de contenidos, así como todo lo relacionado con las TIC).

Así las cosas, no nos debería sorprender que la Opinión Pública de Colombia tenga estas malas concepciones e confusiones sobre lo que es comunicación, ya que los estudiantes y eventuales profesionales, quienes deberían contribuir a la transformación de estos imaginarios, reciben con frecuencia una formación instrumental-funcional.

**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**
*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*
25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

Por eso es sumamente importante reflexionar sobre las necesidades de cuáles deben ser los ejes fundamentales de sus mallas curriculares, no solo para no estar ciento por ciento enfocados en satisfacer a las empresas o instituciones sociales ajenas, sino también para que de verdad la formación sea de comunicación en un sentido holístico, no fragmentado, solo técnico o sesgado. Esta reconsideración, debe partir sobre el mismo concepto de comunicación.

Dentro de las ciencias sociales, todavía está abierto y en constante tensión el debate sobre como ubicar epistemológicamente a la comunicación, más aún en América Latina, donde no solo hay mayor cantidad de programas en esta área del conocimiento que en cualquier otra parte del mundo (Múnera, 2010), sino porque es acá donde ha habido, desde la década los 70s (Mcbride, 1993), más discusiones sobre cómo debe implementarse a la Comunicación en la sociedad en sus distintas esferas.

Ahora bien, dado que los estudios en el área abarcan desde los medios hasta las Interacciones y la composición cultural de cada comunidad, no se puede decir que la comunicación sea una ciencia con Objeto de estudio definido: está en constante cambio y evolución, siendo dinámica. Tampoco se le puede denominar disciplina, si se remonta a las primeras investigaciones realizadas en el marco de las dos primeras guerras mundiales (Lozano, 2007), es imposible no detectar la aplicación de métodos provenientes de la Psicología, Sociología, Antropología, entre otras, para poder comprender las dimensiones de este concepto como fenómeno en ese periodo histórico; por esto, en primera instancia pierde cualquier chance de ser una disciplina al carecer de herramientas o dispositivos propios en materia investigativa. Como consecuencia de eso, pero jamás en desventaja, hay un enriquecimiento por todos esos abordajes externos, los cuales sumándolos a lo que en las últimas décadas se puede catalogar como producción propia, resulta que la comunicación también es Trans-multi e interdisciplinar, siendo así, entonces, un campo de estudios con esas características (Torrico, 2004; Múnera, 2010).

Es Transdisciplinar, porque es esa misma hibridación de sus abordajes originales, acepta la aplicación de conceptos comunicacionales en otras áreas y viceversa. Multidisciplinar, considerando que se nutre de ciencias y disciplinas tan diversas como la biología, la ingeniería, psicoanálisis, economía, política y el derecho. Así, no es un recorrido complejo pensar en cómo llegaría a ser interdisciplinar puesto que goza al tener muchas aristas por las cuáles enfocar su ejercicio. Por supuesto, existen gran cantidad de autores, posiciones y teorías que no consideran estos argumentos suficientes, pero en lugar de provocar daños, enriquecen, actualizan y mantienen en constante movimiento el debate sobre la comunicación en la sociedad.

**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**
*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*
25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

Así las cosas, es una tarea compleja darle mayor o menor prioridad a cada uno de los aspectos, enfoques, sub áreas y sub campos que componen a la comunicación, en lo referente a sus procesos de formación académica. Son enriquecedores y valiosos por diferentes razones, siendo así irresponsable rechazar alguno de estos, por más que sean los que componen la triada mayoritaria en la academia colombiana. No obstante, la posible respuesta a esto, radica en unos de los pilares de todo proceso de aprendizaje universitario (y hasta de los niveles básico-medio): La investigación.

Para la educación, puntualmente la universitaria, sea en Colombia, Perú, Argentina, Bolivia, España, Japón o Nueva Zelanda, la investigación constante es uno de los pilares fundamentales.

La universidad misma debe ser un campo de experimentación y juego con toda la seriedad que éste supone, donde los estudiantes cuenten con diversos medios y puedan desplegar toda su creatividad, haciendo propuestas que precisamente no correspondan a la lógica del mercado. (Múnera; 2010, p. 121).

En la comunicación, esto es todavía más indispensable, casi que imperativo, tomando en cuenta esa condición de campo de estudios. Inclusive, si se toma en cuenta autores como Pineda (2010), conforme van avanzando las invenciones y manifestaciones de la cultura humana, sean éstas tecnológicas o de cualquier otra índole, se crean nuevos espacios, así como escenarios, para el estudio desde el campo comunicacional.

Ahora bien, antes de comenzar a profundizar sobre cuáles pueden ser alguno de los enfoques sobre los cuáles se puede re-direccionar la investigación en comunicación desde los Programas y Facultades, es prudente revisar cuál era el estado de la Comunicación después de las guerras mundiales. Este último se toma como un punto de quiebre para el campo de estudio en cuestión, considerando que solo después de esos acontecimientos, comenzó a generarse conocimiento propio por parte de los investigadores o curiosos en la comunicación.

Con este fin, se va a las experiencias vividas y relatadas por Jesús Martín Barbero (2012), durante sus años como figura de la Comunicación en Colombia. Cuando este español llegó al país, el panorama no era muy diferente a como se ha descrito a lo largo de este texto, solo que las pequeñas particularidades con respecto a uno que otro programa con abordajes investigativo-comunicacionales diferentes a la triada de Relaciones-Enfoque Organizacional-Mediatismo, no habían surgido todavía o se encontraban en pañales. Tomando en cuenta los conceptos de varios autores europeos que son tomados en la comunicación al aplicarle metodología estructuralista para su análisis, como Barthes o Levi Strauss, Barbero poco a poco fue haciendo entender a

**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**
*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*
25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

unos cuantos académicos la verdadera magnitud que la comunicación podría tener. Sin embargo, esto no fue una tarea sencilla o inmediateista.

Durante sus primeros años, Barbero era llamado para ser jurado de varios proyectos de tesis en diversas universidades de Bogotá, cuyos egresados no estaban de acuerdo con la implementación de sus nuevas ideas y metodologías. Relata que sus proyectos consistían en estudios cuantitativos sobre la importancia de los comunicadores en términos organizacionales-empresariales, con explicaciones detalladas sobre cómo se optimizaría así la producción económica y financiera de las empresas u organizaciones. Así, respondía Barbero, solo se les podría dar el diploma por ser “Administradores de Empresas de Comunicaciones”, pero no de licenciados en comunicación.

Muchas situaciones como esas, fueron direccionando a Barbero para la creación de uno de sus textos emblemáticos: De los Medios a las Mediaciones, que da un giro de 180° frente a como se venía tratando la comunicación en Colombia. Considerar finalmente este término como un proceso social, tomando en cuenta la cultura, por solo mencionar uno de los aspectos humanos más relevantes, fue un quiebre a esas tendencias “empresariales” de la formación en comunicación en el país. Claro, no fue un cambio absoluto, pero sí sentó un precedente importante para los procesos actuales en esta materia específica.

Aún con eso, Barbero era y sigue estando inquieto. En reiteradas ocasiones, iniciando la década de los 90s -sea en calidad de consultor o por cuenta propia-, ha hecho cuestionamientos al Estado sobre la necesidad de políticas educativas desde la Cultura (2001) y también de lo negligentes que han sido en términos sociales, al no haber hecho jamás políticas para el control de medios, muchos menos la implementación de una Ley que garantice el pleno goce del Derecho a la Comunicación (1999).

Por ello, aunque es irónico que sea un español quien encabece los debates sobre la relevancia de la comunicación para la educación, la cultura, el estado y la sociedad colombiana en general, Barbero ocupa un rol privilegiado al haber fungido de pionero en explorar perspectivas comunicacionales no revisadas hasta antes de su llegada y con seriedad en el país. Hasta el día de hoy, no se cuenta con un Estado del Arte de este Campo de Estudios en Colombia. Lo más similar es uno correspondiente a investigación de medios, que solo llega hasta 2005 (Valderrama; Rojas; 2007) y otro sobre Comunicación Estratégica (Salas, 2011); ambos ubicados en la triada reiteradamente mencionada, el primero en el área de Mediatismo, el segundo corresponde al aspecto Organizacional.

**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**
*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*
25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

No por esto, esas u otras investigaciones en cada una de esas áreas dejan de ser valiosas, son importantes para la formación de cualquier comunicador, pero, que sean solo las únicas (o al menos las más destacadas), si es un campanazo de alerta. Es necesario ampliar el criterio con un enfoque de la comunicación, extrañamente olvidado por la academia: El interaccionismo Simbólico.

Aunque más adelante ahondaremos en cierta medida sobre el nacimiento y principales exponentes de esta importante corriente, inicialmente se dio por medio de aportes psicológicos y sociológicos, con quizá su exponente más relevante: Erving Goffman, la cual se centra en dos ejes fundamentales: la interacción y la influencia social. En ellas se estudian los comportamientos que hace cada uno en relación con los comportamientos que tienen los otros, es decir, las interrelaciones personales son el centro de sus investigaciones.

En definitiva, los medios han sido claramente el gran objeto de estudio en Iberoamérica; lo que respecta a la expresión y los mensajes los han venido abordando campos como la lingüística y la semiótica; mientras que la interacción y la estructuración han quedado en manos de la Psicología y la Sociología respectivamente.

Por supuesto que la transmisión y difusión de información es un campo válido de investigación, pero cómo pretender estudiarlo sin antes no saber, ¿cuáles fueron las dinámicas de interacción intersubjetiva que se tuvieron que dar para que el mensaje que ahora veo, leo o escucho se hubiera dado de esa manera y no de otra?

una cosa es cuando alguien tiene la intención de transmitir información, otra cuando busca que esa información sea compartida, puesta en común, y otra cuando sucede, cuando la información se pone en común por ese movimiento. Todo esto supone comunicación sin interacción, es decir, difusión, transmisión de información. Pero si además hay un mutuo reconocimiento de la puesta en común, entonces aparece la interacción, por las acciones que se toman para transmitir la información de que la información está en común” (Galindo, 2004).

Parfraseando a O’Sullivan, la interacción es el intercambio de sentidos que se da entre individuos para poder entablar una relación.

Aunque la siguiente rama no ha sido tomada muy en cuenta dentro de los manuales de teoría de comunicación, funciona como ejemplo, ya que la Sociología, vista desde la Fenomenología -como la descripción de las entidades que logran captar su esencia y que trascienden en la conciencia-, se centra en hablar de la relación entre el yo y el otro

**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**

*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*

25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

como punto de partida en la construcción de realidades, poniendo como su máxima: la intersubjetividad, un modelo para la interacción con la sociedad.

La interacción –y la comunicación interpersonal como su materia prima- instituye la realidad social, le da forma, le otorga sentidos compartidos a nivel de los objetos (dimensión referencial); a nivel de las relaciones entre los hablantes (dimensión interreferencial); y a nivel de la construcción del propio sujeto en tanto individuo social (dimensión autorreferencial) (Vizer, 1982).

Pero la comunicóloga mexicana, Marta Rizo, deja abierta una interrogante sobre si a la comunicación no le quedó de otra que dedicarse solo al estudio de los medios. La respuesta a esto es que para nuestros intereses investigativos y luego de que se revisaran de manera minuciosa autores previos en Iberoamérica, encontraron que en efecto, los medios han sido prácticamente el único objeto que se ha venido investigando y que las cuatro vertientes – según el Grupo hacia una Comunicología Posible (GUCOM, México)-, en que está dividida la comunicación: expresión, interacción estructuración y difusión, lo que le quedó para sus exploraciones fue esta última.

Partiendo de dicha observación, ahora si es necesario que se nombren dos escuelas que sugerimos necesarias incluir, ya que consideran la comunicación antes que nada, como una interacción social; estas son: La Escuela de Palo Alto (nacida en California) y El Interaccionismo Simbólico (IS), que es una corriente correlacionada de forma directa con los chicaguenses, ya que Herbert Blumer y Erwin Goffman pertenecieron a ella. Es por ello que estas deben ser nombradas, no solo porque ambas consideran a la comunicación como base de toda relación, sino porque desde un comienzo, tanto La Escuela de Chicago, con sus importantes referentes: Park, Cressey, Blumer o Goffman, analizan desde distintas miradas, modelos de comportamientos sociales y cómo estos, solo se dan en principio por un único medio: el lenguaje.

Pero en todo este proceso propositivo ya se habían evidenciado en indagaciones previas -realizadas por algunos referentes latinoamericanos- que lo interpersonal se trabaja desde el área psicosocial, que las de mayor terreno abonado son la Sociología Funcionalista, La Semio-Lingüística y la Sociología Crítica-Cultural; pero que hablando exclusivamente desde la comunicación, su exploración es mínima, por no decir que nula, y se ha podido denotar en el aspecto educativo y pedagógico, el uso de las TIC ha aportado algo sobre la interacción personal dentro del aula.

Rizo (2009) también deja como constancia, cómo es que el referente de mayor importancia en comunicación de Latinoamérica, -ALAIIC-, aún no cuente con un grupo que se centre exclusivamente en los estudios del campo de interacción intersubjetiva.

**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**

*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*

25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

La investigadora afirma que en las mesas de debate la temática de comunicación no hace parte de un eje temático primordial y que se discuten más campos como la educación, las organizaciones, la juventud, lo intercultural, etc, concluyendo así, que este no es un terreno abonado para ser tenido en cuenta desde el ámbito académico en la región.

Desde este punto de referencia, nos adherimos a la investigadora mexicana para seguir en la construcción de comunicación en Latinoamérica desde la comunicación, puesto que las técnicas investigativas existentes sobre este concepto provienen de otras disciplinas, y entonces, no se tienen certezas si en el campo comunicacional existan metodologías propias, o como lo acuñó Jesús Galindo Caceres (2003, 2008), bajo la inventiva, de crear una “Comunicometodología”, la que define como una perspectiva de la comunicación más asentada en la acción que en la representación. Lo que propone en concreto, es que con esta se puedan modificar, replantear y cambiar estrategias en cómo se podría transformar nuestros modos comunicativos.

Se podría decir que lo propuesto por Galindo es el umbral más alto hasta ahora expuesto y arriesgado del que se tiene referencia para retomar el sendero de la comunicación, aplicándolo en la cotidianidad de la sociedad; consideramos que el reto es comenzar y tomarnos en serio el papel de *comunicadores* y ahondar más sobre dicha propuesta, apostarle a ella, considerando que durante el recorrido nadie puede saber los resultados que arrojará, pero por lo menos ya existe un anclaje y una hoja de ruta de nuevos caminos para la construcción e innovación de un verdadero eje de la comunicación para la comunicación.

Con respecto a otros enfoques sobre los cuáles sería prudente re-pensar para actuar y ejercitar la manera de formar en la comunicación desde las universidades, está la Comunicación para el Cambio Social (CCS). Explicada por uno de sus autores emblemáticos, Alfonso Gumucio, esta se puede definir así:

La Comunicación para el Cambio Social nace como respuesta a la indiferencia y al olvido, rescatando lo más valioso del pensamiento humanista que enriquece la teoría de la comunicación: la propuesta dialógica, la suma de experiencias participativas y la voluntad de incidir en todos los niveles de la sociedad, son algunos elementos que hacen de esta propuesta un desafío. (2004, P.4-5)

A partir de iniciativas en Comunicación para el Cambio Social, no solo se toman en cuenta los valiosos conceptos del Interaccionismo simbólico, sino que son inherentemente aplicados en su articulación teórico-práctica: es imposible que se pueda llegar a dialogar para sumar voluntades en aras de gestar procesos colectivos sino se

**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**

*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*

25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

realiza través de la comunicación, y solo es posible si la significación producida en la interacción con el otro, establece confianza bilateral. Así si se podrían crear vínculos y sentidos con la suficiente carga significativa para poder transformar aspectos de la realidad o del contexto de cada grupo social.

Lo más interesante de esta perspectiva, es la sencilla capacidad de replicación que tiene en términos de formación. La CCS se ejercita en la siguiente manera:

El proceso comunicacional es más importante que los productos. La participación de los actores sociales, que son a su vez comunicadores, se da en el marco de un proceso de crecimiento colectivo anterior a la creación de mensajes y productos (un programa de radio, un vídeo, un panfleto). Los productos y la diseminación o difusión de estos no es sino un elemento complementario en el proceso de comunicación. (Gumucio, 2011, p.12).

El rol del comunicador es formar a su vez a las personas para que también puedan ejercer ellos mismos no solo los procesos comunicativos, sino también, cuenten con la capacidad de formar en los demás un vínculo de aprendizaje similar. De esta forma, los medios alternativos, comunitarios, independientes, como se les quiera denominar, han logrado mantener su funcionamiento en América Latina durante años y sean conscientes o no de que están bajo este enfoque de comunicación como marco de su accionar.

La CCS se puede constituir así como una verdadera opción para establecer nuevas líneas, semilleros y grupos de investigación en los programas de Comunicación de toda América Latina. Algunos están dando el salto o trabajan ya otros enfoques similares, no obstante, no existe todavía el primer posgrado vigente, de cualquier categoría, referente a esta área, denotando así una ausencia considerable de investigación en este subcampo. Por lo que es un terreno si bien no virgen, es idóneo para comenzar a desarrollar más procesos bajo este enfoque y producir conocimiento capaz de enriquecer ampliamente el criterio de tanto investigadores, como profesionales de otras áreas y personas del común por igual.

Por otra parte, en aras de enriquecer las líneas de investigación, la Comunicación para la Incidencia, aparece como una posibilidad interesante. Este concepto acuñado por Cicalese (2014) se puede definir como:

La comunicación para la Incidencia es, en este sentido, un puente que pretende hacer dialogar los nuevos procesos de incidencia política con la tradición teórica –pero fundamentalmente con la intencionalidad política- que heredamos en el

**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**

*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*

25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

campo de la comunicación a través de las prácticas y sistematizaciones de
procesos de comunicación comunitaria, popular, alternativa (p.13)

Gracias a que, como señala Cicalese, se nutre de otros enfoques de la misma comunicación, esta alternativa presenta la oportunidad de poner al servicio de las comunidades de cualquier división de la sociedad a la comunicación, para que consigan generar cambios en las políticas que a ellos les afectan. Ahora bien, el concepto de Incidencia puede prestarse a varias mal-interpretaciones, confundiéndolo en ocasiones con otras actividades u operaciones relativas al vínculo entre comunicación y política. Por esto, es importante dejar claras las diferencias en aras de evitar inconsistencias teórico-prácticas.

Cicalese (2014) explica qué la Comunicación para la Incidencia busca ante todo la ampliación de Derechos con respecto a una o más comunidades, sin importar el tipo de categoría a la cual puedan pertenecer, influyendo así en la elaboración posterior de políticas públicas, que respondan a esas necesidades puntuales. No sería lo mismo que la tendencia administrativa de la Responsabilidad Social, dado el carácter reaccionario (en muchas ocasiones) de la misma y su fin de cuidar el entorno sensible para los intereses comerciales de la organización. Tampoco puede ser enmarcada con el Lobby, considerando su implementación de estrategias para ámbitos diversos, enfocadas en favorecer intereses no públicos.

Aunque puedan llegar a parecer similares conceptualmente, la Comunicación para la Incidencia tampoco es sinónimo de Acción política. Es un tipo de Acción Política, pero no toda iniciativa con estos fines, puede ser enmarcada bajo esta clase de Comunicación. En este mismo sentido, las controversias son generadores o catalizadores de este enfoque comunicacional, puesto que puede ser aplicada para solucionar los problemas generados por el conflicto o dar herramientas de análisis para el planteamiento de las acciones posteriores.

Es importante no confundir la implementación de una política pública con este tipo de Comunicación. Esta sería el marco de teórico-práctico, para darle un abordaje más profundo y complejo, al proceso previo a la activación de alguna política desde la comunidad a quien le atañe dicha disposición. Consecuentemente, es imprudente darle concepciones equivalentes a la Comunicación para la Incidencia y a todo tipo de Intervenciones comunitarias, considerando que solo es posible emplearla en procesos comunitarios, de acuerdo a su planteamiento, si buscan tener efectos sobre algún aspecto de una política pública relacionada a la población en cuestión.

**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**
*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*
25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

Desde la academia, dada las luchas cada vez más relevantes por el reconocimiento de Derechos y la implementación de políticas públicas las cuales garanticen el pleno de goce de los mismos, no se puede dejar de plantear procesos investigativos en esta área. Así, la Comunicación para la Incidencia, sería más que pertinente como plausible adición las líneas de investigación de cualquier programa de formación en el Campo en cuestión.

Un aspecto de la formación en comunicación en América Latina que no se puede olvidar, es la gran cantidad de jóvenes siendo partícipes de estos procesos. Por lo que, aunque no es una tendencia mayoritaria, existe un enfoque que se está trabajando tanto en México (Reguillo, 2000) y en Argentina (Saintout, 2013): La comunicación y las juventudes. Tratando de dar un viraje completo a las conceptualizaciones que desde los Medios Masivos de Información, contenidos mediáticos inter-culturales y concepciones conservadoras ortodoxas, se le da al concepto de Juventudes, es que surge este enfoque.

Es muy frecuente observar en medios masivos tanto de Argentina como de México, como se criminaliza a los jóvenes de comunidades marginales, con escasos recursos económicos, culturas divergentes a las legitimadas por la Hegemonía reinante y hasta sus condiciones étnicas. Esto se ve en el cine desde hace varias décadas, con una gran cantidad de productos, en los cuáles los niños y adolescentes, por motivos diversos, llegan a caer en estas tendencias. Esto produce en el imaginario colectivo al establecimiento de una relación del “Joven” como el enemigo, el sujeto nocivo para la sociedad y a su estigmatización consecuente.

A través de este enfoque de la comunicación, se busca el estudio de las condiciones sobre las cuales no solo se generó, estructuró y se consolidó esta tendencia, sino a comprender su complejidad para, aplicando procesos e iniciativas de comunicación, se produzca la transformación de estas concepciones en el imaginario colectivo. No solo es aplicable en los contextos sociales de Argentina y/o México, lo es en toda América Latina; basta con observar los contenidos de los medios tradicionales de cada país, se para probablemente ver la criminalización y estigmatización a los jóvenes con regularidad, siendo pertinente igualmente llevar a la práctica este enfoque de comunicación en toda la región.

Por esto, desde las academias, es más que enriquecedor vincular la Comunicación y Juventudes a los procesos investigativos. Se contaría, potencialmente, con un interés de parte de los estudiantes e investigadores en formación, independientemente de la edad por la que transiten en el momento, dado que cada quien, fue joven alguna vez.

Siguiendo esta línea de enfoques relacionados con comunidades, grupos sociales y necesidades de las personas, se trae a colación la Comunicación Participativa. Esta, si bien no es algún sentido una propuesta novedosa, hasta ha tenido cierta presencia creciente en los programas de comunicación de algunos países en América Latina, se ha ligada frecuentemente con la Comunicación para el Desarrollo. En esta oportunidad, el objetivo es tomar el enfoque participativo por sí mismo, despegado del Desarrollo o de cualquier otro sub campo hermano.

En este sentido, se tomará Comunicación Participativa como:

Para Carlos Del Valle, hablar de comunicación participativa supone pasar:

- De la lógica vertical a la horizontal. De los productos a los procesos.
- De las propuestas a corto plazo a las propuestas a largo plazo.
- De las dinámicas individuales a las colectivas. De las condiciones de las entidades que financian a las necesidades de las comunidades.
- Del acceso a la participación. De la instrucción difusional a la educación comunicacional (Del Valle, 2007:19). (Saéz; 2010, P.9).

Se podría hasta llamar tomando en cuenta esta perspectiva al enfoque participativo como Comunicación Popular o contra-hegemónica, sin embargo, hay diferencias conceptuales relevantes como para tratar cada tipo de comunicación individualmente. Específicamente, el hecho de considerar a las instituciones, pero no solo o por el financiamiento, sino para que los procesos participativos creados, tengan en cuenta como pueden llegar a establecer vínculos o lazos con las organizaciones, sean públicas o privadas, relacionadas con el desarrollo de la cotidianidad de las comunidades sobre las cuales se está trabajando este enfoque.

Con base en esto, se quiere decir que el enfoque participativo no debe estar constreñido por una perspectiva de Desarrollo, centrado en vincular el factor económico como eje de los procesos. Sino que su campo de acción y de operación, sea diverso con capacidad holística. Es decir, que desde la Comunicación, la participación, sea aplicable, por supuesto una vez se verifique previamente con las personas con quienes se apunta a trabajar, en cualquier situación de interés para una comunidad o grupo social.

Así las cosas, sería sumamente enriquecedor sumar este enfoque a las líneas de investigación de cualquier programa de comunicación, no solo por la inmersión enriquecedora en los entramados sociales complejos que viene irrevocablemente con

ella, sino por la probabilidad de generar conocimiento comunicacional directamente consecuente de articulación teórico-práctica. Sería inconsistente abordar un proceso de Comunicación Participativa, solamente desde la teoría, así como también sería irresponsable arrojarse a las prácticas, sin contar con bases claras sobre la exploración de los contextos confluyentes en cada caso.

3. Conclusiones

Con respecto a los 5 enfoques alternativos señaladas como propuestas para el enriquecimiento de la investigación de comunicación, cada uno de estos requieren y trastocan fundamentos del Interaccionismo Simbólico, al trabajar con comunidades, personas y establecimiento de vínculos interpersonales. Por lo que, sería interesante crear grupos o semilleros de investigación cuyo eje central sea la interacción comunicacional y estos enfoques, podrían llegar a constituirse en sus líneas de acción respectivas.

A manera de conclusión, se deja en claro que la propuesta contenida en este texto no solo va dirigida a llamar a la reflexión sobre aprovechar la riqueza ofrecida por las características del campo de la Comunicación en los procesos investigativos-formativos acordados desde la academia en aras de un mejoramiento de la calidad de los profesionales. Sino también para la comprensión de la complejidad socio-cultural existente desde hace siglos en América Latina y como esta, junto a los enfoques investigativos tradicionales de los programas en comunicación de esta parte del continente, pueden converger con los propuestos, con el fin de generar conocimiento capaz de ser sumado como cimiento para transformaciones sociales.

4. Bibliografía

- Barbero, J. M (2001). *Colombia: ausencia de relato y desubicaciones de lo nacional. Cuadernos de nación: Imaginarios de nación*. Pensar en medio de la tormenta. Ministerio de Cultura de Colombia. Bogotá, Colombia.
- Barbero, J.M (2003). *De los Medios a las Mediaciones*. Editorial Gustavo Gili. Bogotá, Colombia.

**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**

*“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”*

25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

Barbero, J.M (2012). *Entrevista a Jesús Martín Barbero por William Torres*. XI Congreso de ALAIC. Montevideo, Uruguay. Disponible en:

<https://www.youtube.com/watch?v=hqu6KIAU-mQ>

Beltrán, L R (1979). *Anatomía de la incomunicación*. Recuperado en Enero de 2014 de la Antología de Comunicación para el Cambio Social (2006). Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.

Cicalese, G (2014). *Comunicación para la Incidencia: Apuntes para un concepto en construcción*. Cuadernos del equipo del Centro de Comunicación “La Crujía”. Buenos Aires, Argentina.

Galindo, J (2003). *Notas para una comunicología posible. Elementos para una matriz y un programa de configuración conceptual-teórica*. En página personal del autor.

Disponible en <http://www.geocities.com/arewara/arewara>

Galindo, J (2008). *Comunicología, etnometodología y comunicometodología. La comunicación como acción y como representación reflexivas constructivas*. Ponencia presentada en el XX Encuentro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) en el Grupo de Investigación “Comunicación Intersubjetiva”.

Gumucio, A (2004).) *El cuarto mosquetero: La comunicación para el cambio social*. Investigación y desarrollo. Revista del Centro de Investigaciones en Desarrollo Humano, Vol. 12, Nº 1, pp. 1-22.

Gumucio, A (2011). *Comunicación para el cambio social: Clave del desarrollo participativo*. Signo y Pensamiento, volumen 58. Bogotá.

Lozano J, C (2007). *Teoría e investigación de la Comunicación de masas*. Editorial Pearson educación. México.

Martín-Barbero, J; Rey, G (1999). *La formación del campo de estudios de la Comunicación en Colombia*. Revista de Estudios Sociales, num 4, Universidad de los Andes. Colombia.

Mcbride S, (1993). *Un solo mundo, múltiples voces: comunicación e información en nuestro tiempo*. Fondo de cultura económico, tercera impresión. México.

Múnera, P (2010). *Articulación Teórico-práctica de la Comunicación*. Editorial Zuluaga. Medellín, Colombia.

Pineda, M (2010). *Las nuevas prácticas ciudadanas en internet y las oportunidades para políticas de comunicación participativas*. Revista de Estudios Culturales Nº6.

Reguilló, R. (2000). *Las culturas juveniles: un campo de estudio. Breve agenda para la discusión*. En: Aproximación a la diversidad juvenil. pp. 19-44. G. Medina Carrasco (Comp.).

**XVII Congreso de la Red de Carreras de
Comunicación Social y Periodismo de Argentina**
“La Institucionalización de los debates, estudios e
incidencia social del campo de la comunicación”

25 y 26 de agosto 2015 | Córdoba, Argentina

Rizo, M (2004). El Interaccionismo Simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia un nuevo concepto de comunicación. Portal de la Comunicación. Universidad Autónoma de Barcelona.

Rizo, M (2009). *Comunicometodología y comunicación interpersonal. Presencias y ausencias en la comunicología mexicana*. Revista Razón y Palabra. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n67/actual/2mrizo.html>

Saéz, VMM (2010). *El enfoque de la comunicación participativa para el desarrollo y su puesta en práctica en los medios comunitarios*. Razón y palabra. Disponible en: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/27%20MARI_REVISADO.pdf

Saintout, F (2013). *Los jóvenes en la Argentina: Desde una epistemología de la esperanza*. Ediciones especiales, Editorial Universidad Nacional de Quilmes. Argentina.

Torrice, E (2004). Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación. Grupo Editorial Norma.

Vizer, E. (1982). *La televisión, sus efectos y funciones. Aportes al análisis de ciertas hipótesis y puesta a prueba en una investigación piloto sobre escolares*. Tesis Doctoral. Buenos Aires, Argentina.