

Sustitución de la comunicación o negación del sujeto comunicante

Omar Gerardo Martínez Roa¹

Resumen

El presente artículo se orienta hacia una reflexión sobre las determinaciones sociales y políticas que han estado presentes en una incipiente comprensión diferenciada, entre las categorías de información y comunicación, que han adoptado los medios masivos comerciales y comunitarios en Colombia, y sobre como la disolución de estas diferencias genera implicaciones profundas, que hacen prevalecer los sujetos informativos y desplazar el potencial de los sujetos comunicantes. Se opta por el análisis conceptual como metodología de estudio. Dentro de los hallazgos se obtiene una fundamentación teórica sobre las relaciones entre las determinaciones sociales y las interpretaciones sobre información y comunicación que utilizan los medios masivos comerciales y alternativos en Colombia. Se concluye que el uso indiscriminado de estas dos nociones, mediado por las determinaciones sociales de un sistema social y político hegemónico, limita el potencial de sujetos comunicantes mientras los reduce a sujetos informativos funcionales al sistema imperante.

Palabras clave: determinación social, sujeto comunicante, sujeto informativo, medios masivos, medios comunitarios.

¹ Docente auxiliar de la Escuela de Ciencias Sociales, Artes y Humanidades, Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD), Colombia. Especialista en pedagogía para el desarrollo del aprendizaje autónomo, Especialista en Multimedia Educativa, candidato a Magister en Estudios de la Cultura. Email: omar.martinez@unad.edu.co

Communication replacement or negation of communicative subject

Abstract

This article is guided towards reflecting on social and political determinations that have been present in an incipient understanding differentiated between the categories of information and communication, and that have adopted the commercial and community media in Colombia too. And as the dissolution of these differences creates profound implications which place and move the subjects reported the potential of communicating subjects. It is chosen as the conceptual analysis of study methodology. Among the findings, we have obtained a theoretical foundation for the relationship between social determinations and interpretations of information and communication used by commercial and alternative media in Colombia. It is concluded that the indiscriminate use of these two concepts mediated by the social determinations of a hegemonic social and political system limits the potential of individuals communicating, while functional information subject reduced to the prevailing system.

Key words: social determination, subject caller, subject information, mass media, community media.

Recibido: 20 de enero 2012

Aceptado: 23 de mayo 2012

La manera como los pensamientos de los sujetos pueden o no lograr transformaciones sociales, en un momento histórico determinado, depende de cómo estos se ubiquen frente a las realidades históricas; esta ubicación depende de las relaciones que se establezcan con el contexto y su voluntad por lograr alguna incidencia, o cambio social, que se quiera alcanzar con su acción. Zemelman (2005), plantea la idea de recuperar a un sujeto que comprende las realidades del momento histórico, como condición necesaria para propiciar un pensamiento crítico y transformador. Un sujeto con conciencia histórica sobre unas realidades específicas en tiempos y espacios desde los cuales pretende confrontar, interpelar y construir un sentido crítico frente a lo que se vive. La conciencia histórica de un sujeto considera la realidad como la heterogeneidad de significaciones que elabora en relación con Otros en su cotidianidad, y que puede expresarse en ideas, creencias

y prácticas que lo comprometen de diferente modo en la medida que se proyecta como un sujeto constructor de sentido social.

En esta heterogeneidad de pensamientos y formas de vida, Zelmelman (2005) plantea la necesidad de pensar por sí mismo y en relación con los problemas del contexto para experimentar un pensamiento crítico y liberador, donde nuestras actuaciones concretas como sujetos permitan evidenciar compromisos entre lo que se piensa y lo que se hace, y por lo tanto actuar en consecuencia hacia transformaciones sociales reales. El plantearse retos diferentes en cada momento histórico es construir una subjetividad incesante e incansable que se mira a sí misma como una potencialidad creativa, crítica y sensible frente a la complejidad de retos que anuncia la sociedad contemporánea. Si este es el ideal, vale la pena preguntarse en la actualidad: ¿Que limita a las personas para que adopten un pensamiento crítico, creativo y transgresor sobre sus realidades inmediatas?

Tal vez las limitaciones de un pensamiento crítico y creativo son generadas por regímenes que se estructuran e institucionalizan dentro de una organización social, y que actúan hegemónicamente como ordenadores para imponer un conjunto de referentes, creencias, valores y modelos del ser como patrones «socialmente aceptados», es decir que enmarcan a los sujetos dentro de condiciones que establecen como verdades absolutas en contraposición de otras que excluyen como posibilidades de ser y por lo tanto del hacer. Entonces, el compromiso de cambio del ser diferente queda atrapado en los marcos de referencias que subyacen a unas relaciones y prácticas sociales determinadas. De esta manera, las determinaciones –en el sentido de Franz Hinkelammert– vuelven precarias las potencialidades del sujeto como ser pensante por fuera de los límites de estas determinaciones. Los impulsos creativos se vuelven funcionales a un sistema que solo permite aquello que resulta viable para perpetuar un sentido discursivo en sus prácticas reales. Es así como la capacidad crítica se concibe como acciones y puntos de vista que se matizan dentro de los límites de una realidad determinada, y las transgresiones que pueden invertir o escapar de la mirada determinista se las convierte en posturas amenazantes o peligrosas.

Las determinaciones en la sociedad contemporánea tienen que ver con las demarcaciones sociales, los discursos, los medios y las prácticas presentes en los procesos de información y comunicación, y esto condiciona las formas como los sujetos acceden y participan de dichos procesos en una dinámica de inclusiones y exclusiones sociales. El presente escrito intenta problematizar la incidencia social y política de las determinaciones en las que se enmarcan los procesos de información y comunicación, en el contexto de los medios masivos comerciales y comunitarios, de algunas experiencias en Colombia, esta incidencia genera una crisis expresada

en una inadecuada apropiación del sentido como sujetos comunicantes². Parte de esta reflexión está vinculada con mi experiencia personal entre los años 1990 y 2003, en mi contacto con grupos y organizaciones comunitarias del territorio sur de Colombia, y se enmarca en un ejercicio académico por problematizar la línea de investigación de comunicación, desarrollo y cambio social del grupo FISURA, enmarcada en el programa de Comunicación Social de la UNAD.

Cuando Zemelman (2005) afirma que «Estamos obligados a comprender que no es suficiente con explicar los fenómenos, sino que tenemos que transformarlos en espacios de posibilidades para reconocer opciones de otras prácticas sociales vinculadas a sujetos todavía no reconocidos», me lleva a observar una realidad que parece de competencia directa de comunicadores sociales y periodistas: la comprensión social de la *información* y la *comunicación*. Al desbordar este límite de competencia encontramos que es un asunto de todos como sujetos sociales, si asumimos que informar y comunicar requiere de sujetos con capacidades para agenciar estos procesos. Por lo tanto, un primer reconocimiento de estas capacidades es considerar que podemos ser *sujetos informativos* o *sujetos comunicantes*³ en cualquier entorno social, y como tal, actores y autores dentro de estos procesos.

El debate sobre información y comunicación es un hecho que ha estado presente en el desarrollo de las teorías de la comunicación, y a partir de allí se han establecido parámetros diferenciales desde la generalidad de cada proceso; estas determinaciones teóricas sobre las nociones de información y comunicación logran fijar un imaginario de uso corriente a manera de verdades incuestionables o como formulas que parecen haber socavado las posibilidades de pensar estos procesos de otra manera.

Algunas posturas han planteado la idea de información como una práctica unidireccional o que circula en un solo sentido, tomando como punto de partida el emisor y como lugar de llegada el receptor de un mensaje. Este modelo difusionista representado en la fórmula E-M-R, se considera propia de los medios masivos que en su mayoría son denominados medios de información. Contraria a esta postura se considera la comunicación, que se concibe como el flujo de información en doble vía, es decir un mensaje que circula de un emisor hacia un receptor y este último responde ante el mensaje, situación que le cambia de rol al de emisor.

2 Esta categoría comprende una capacidad fundamentada, activa, consciente y crítica de un sujeto en sus interacciones con los Otros, con los mensajes de los medios y consigo mismo, que supera la idea de un sujeto informado, la acción transformadora de un sujeto comunicante se expresa en su actitud de diálogo y debate, y su intención de construir significaciones abiertas, que lo promueven como un sujeto que juega constantemente al doble papel de emisor y receptor, sin quedar atrapado en uno de ellos.

3 Se concibe a un sujeto informativo como aquel que conscientemente considera el proceso de comunicación como una dinámica de flujos de información entre emisores y receptores, sin incluir las mediaciones y situaciones que juegan en este intercambio. El sujeto informativo recibe o emite contenidos pero no construye sentidos compartidos.

Asumir estos procesos como una comprensión totalizadora de la información y la comunicación indistintamente, es reducir la realidad de la información y la comunicación a una fórmula mecánica de funcionamiento donde el sujeto resulta invisibilizado, donde se desconoce que detrás del (E) emisor existe una realidad plural de subjetividades que ha asumido este rol de diversas maneras, y sobre las cuales es necesario historizar la complejidad de acciones y formas de ser del sujeto emisor; sin embargo, la figura del emisor –especialmente en los medios masivos– ha sido conquistada por los grupos de poder en el nivel nacional e internacional, y se le ha investido de una autoridad legitimadora de verdades sobre la realidad social, una autoridad que aparece implícita en el escenario de lo público y explícita en cada información que circula en las agendas noticiosas. Quienes ocupan el rol de emisores en los grandes medios saben que su poder radica en controlar, manipular y reorientar dos planos de la realidad social: *la realidad histórica* y *la realidad de los medios*, y entre ellas el rol emisor actúa como un mediador intencional que selecciona, recorta y traduce la realidad histórica en realidad mediática. En esta medida la clásica fórmula de la información mediática se transforma en (E > M > R), y así los medios de información quedan subordinados al emisor, y el receptor subordinado a los medios de información, entonces el receptor queda subordinado al emisor. Dentro de un proceso informativo es imposible la existencia de un rol emisor sin un rol receptor, esto significa que existe un emisor porque hay un receptor que le otorga este rol, y frente al cual acuerda asumirse como tal, y asignarle a otro el rol emisor.

Por su lado, detrás del rol de (R) receptor existe una amplia y diversa posibilidad de subjetividades que se construyen a través de las acciones de recibir, resignificar y transformar el mensaje para reconstruir sus realidades inmediatas. A nivel micro⁴ –en sus interacciones personales cara a cara– el receptor invierte su rol al de emisor (E) y de esta manera adquiere la potestad de producir mensajes, y de construir sus propias realidades. No obstante, la inversión del rol de receptor a emisor en el nivel micro es contingente o transitoria, mientras exista un receptor que valide sus mensajes. Un sujeto puede o no pretender ocupar el lugar hegemónico de emisor por un tiempo prolongado hasta el momento que desaparece el poder que mantenía como emisor. En un intercambio informal se puede alternar e invertir continuamente los roles de (emisor – receptor) sin que alguno de los sujetos pretendan fijar una posición hegemónica frente al otro, pero es posible que las realidades de los intervinientes pueda ser transformada por el intercambio de mensajes en la *realidad histórica*, como cuando se representa a un colectivo.

Dentro de la comprensión teórica, el proceso informativo inicia en el emisor y culmina en el receptor, pero para efectos de mantener (o sostener) *la realidad de los medios*, el emisor debe lograr la aceptación de los mensajes por parte del

4 Se hace alusión a las prácticas dialógicas cotidianas, familiares, de amigos o compañeros en ámbitos informales.

emisor, y esta aceptación es la que garantiza la construcción de credibilidad frente a la realidad y legitimidad de quien la presenta, en este caso el emisor. De esta manera el receptor otorga al emisor la responsabilidad de construir la realidad social, que para el caso de los medios nacionales e internacionales son las realidades macro de la sociedad en su conjunto, las *realidades importantes y prioritarias*; mientras las realidades micro, las de los problemas cotidianos del hogar, del barrio y los amigos queda subsumida a un segundo plano, a una importancia minúscula, y por lo tanto a una realidad invisibilizada. De esta manera la realidad social queda reducida a la realidad de los problemas y situaciones macro que presentan los medios masivos, y cuya posibilidad –individual– de incidir en ella queda prácticamente excluida. Los problemas macro de la realidad que presentan los medios son vividos por sujetos macro, es decir por «grandes subjetividades» que por su rol social protagonizan y tienen el poder para cambiarla. Es así como el rol de receptor en los medios masivos queda excluido de toda posibilidad «visible» de transformaciones sociales sobre la realidad macro, o sea la de los grandes problemas.

A través del medio de información, las elites y dirigentes nacionales e internacionales construyen una imagen de la realidad social sin que la podamos cambiar, una realidad tan grande que solo los grandes pueden intervenir en ella, y es así que de sus voluntades depende el «curso» de la historia, una historia de la sociedad en la cual hemos aceptado el rol de receptores pasivos, aunque tengamos la sensación de considerarnos actores de nuestras realidades micro. En esta relación podemos entender que asumimos una condición como *sujetos informativos*, bien como receptores activos o no de unos mensajes producidos por una autoridad mediática a la cual le hemos entregado la responsabilidad de que nos informe sobre una realidad social que nos afecta. Esto no significa menospreciar el rol de sujetos receptores, ya que este se requiere para alcanzar el rol de emisor, la categoría de *sujeto informativo* bien puede entenderse como receptor activo, y la cual es posible gracias a la experiencia genuina en su relación con realidades diversas y contrastantes (incluida la de los medios masivos).

Este reconocimiento tácito, o más bien retórico, como actores comunicativos se muestra indiscutible en la medida que la práctica cotidiana lo evidencia como posibilidad permanente en los diálogos, conversaciones e interacciones que tenemos con otros en los ámbitos micro como la familia, el lugar de trabajo, el colegio, la universidad, la calle, etc. En esta medida nos reconocemos, en la práctica, como sujetos comunicativos en razón a la comunicación cara a cara que permite la libertad de expresarnos y opinar frente a los otros sobre temas de interés particular, y tal vez por ello, en este ámbito, hemos logrado afianzarnos como sujetos con capacidad comunicativa. Sin embargo, no ocurre lo mismo en lo que podríamos denominar como niveles macro y masivo de comunicación. El nivel macro corresponde a las interacciones que tenemos en colectivos y grupos en los cuales participamos, y el nivel masivo está

representado por el lugar de los medios de mayor cobertura como la prensa, la radio y la televisión. Para el caso que nos ocupa, la radio comunitaria en Colombia, es el lugar de la comunicación masiva donde «deben» confluir las voluntades informativas y comunicativas de un conglomerado territorial desde lo local.

Al decir que las radios comunitarias no logran una adecuada apropiación del sentido de *sujetos comunicantes*⁵, se alude a que el medio como tal cumple parcialmente con la función implícita en su denominación como «comunitaria». Lo comunitario que recae sobre el medio –emisora- le marca una orientación cuya connotación acoge la posibilidad que todos aquellos sujetos –individual o colectivamente– puedan acceder al medio no solo como receptores de mensajes, sino también como emisores. Es importante resaltar que una primera determinación que afecta o limita la posibilidad de activar *sujetos comunicantes* en una emisora comunitaria es - desde que aparecen los medios masivos - cuando los sujetos sociales asumen como «natural» el lugar de receptores pasivos, y delegan el rol de emisores o productores de mensajes a «Otros» que tienen la capacidad para hacerlo.

En este ámbito el rol de *sujetos comunicantes* es entonces restringido solo a comunicadores y periodistas, quienes tienen la capacidad formal y estéticamente «correcta» para saber comunicar un mensaje. Esta incapacidad manifiesta por muchas personas frente al desconocimiento tecno - estético para «hablar bien por la radio» genera una subvaloración que se traduce en una fobia para hablar a través de un micrófono, y de esta manera se coarta el derecho a la expresión de sus ideas a nivel masivo.

Los estereotipos de locutores, presentadores y periodistas, son imágenes creadas ante los públicos para determinar quienes producen «correctamente» los mensajes para los medios masivos, y de esta manera se instaura una barrera entre los ciudadanos y los especialistas de los medios de información. Esta barrera se erige como una relación de inclusión/exclusión en el acceso al medio de información, y aun más grave en relación que contribuye a la vulneración del derecho a la libre expresión; mientras los especialistas de los medios tienen el privilegio de estar incluidos en el grupo de emisores y logran –aunque con limitaciones– ubicarse como *sujetos comunicantes*.

Una segunda determinación social que ha impedido el surgimiento efectivo de *sujetos comunicativos* en las emisoras comunitarias, es el rol de receptores, que desde la aparición de los medios masivos han otorgado a las mayorías como público. Hemos mirado la televisión, escuchado la radio y leído la

5 Entendida esta categoría como la posibilidad, potencialidad y oportunidad que tienen los sujetos de intercambiar y construir ideas, sentimientos, pensamientos y puntos de vista en un escenario donde se reconocen mutuamente como interlocutores sociales válidos en igualdad de condiciones para la acción comunicativa pero con conocimientos, capacidades y experiencias diferentes.

prensa escrita ejerciendo el rol de *sujetos informativos*, es decir, recibiendo permanentemente mensajes que producen los especialistas de los medios, mientras muchos de estos especialistas son portavoces de las ideas de unas elites sociales, de dirigentes políticos o del poder gubernamental de turno. Aunque el lugar del receptor haya podido generar cierta opinión manifestada en comentarios y conversaciones entre grupos de amigos, vecinos y comunidades, en este ámbito micro se logra adquirir el estatus de *sujeto comunicativo*, al estar en condiciones de relativa igualdad y posibilidad como emisor y receptor a la vez, pero en su relación con el medio masivo se actúa como receptor y en condiciones de desigualdad social en el proceso comunicativo, y solo bajo circunstancias excepcionales se logra acceder como emisor (cuando se llama a la emisora, se escribe al periódico, o se está como invitado en un programa de televisión).

Frente a esta limitación del poder de los medios masivos informativos – convertidos en industrias culturales de información– surge el paradigma comunicativo, que vuelve circular o de doble vía el esquema E-M-R, y que pretende ampliar el proceso e invertir los roles bajo la idea de la democratización de los medios, se impulsan nuevos predicados a la comunicación (alternativa, popular, participativa y comunitaria), sin modificar y transformar su núcleo como proceso social. La comunicación sin complementos operaba en el lugar de la experiencia de vida de los sujetos, en el encuentro de subjetividades que podían modificar sus roles para comprender sus diferencias sobre una realidad inmediata, y con la cual tranzaban un compromiso mutuo y cercano.

Con el auge de los medios masivos la información fue constriñendo el lugar de la comunicación, desplazando la heterogeneidad del proceso y reduciendo la dinámica de permanente cambio de roles (emisor – receptor), hasta totalizarlo en un solo sentido, el del receptor. Una consecuencia de esta reducción fue la pérdida de capacidad como emisor, que fue usurpada por el saber del locutor, el periodista o el presentador que tenía la capacidad de emisión a través de los medios. Bajo la lógica mercantil de los medios masivos las nuevas empresas mediáticas adoptan la lógica de competitividad y vuelven la información en una nueva mercancía que genera ganancias no solo económicas sino «culturales», en detrimento del valor de la comunicación. En el proceso económico de la información el emisor se convierte en productor de mensajes y el receptor en consumidor, mientras la ganancia es expresada en el recorte de realidad legitimada socialmente. Esta totalización trajo nuevas denominaciones como sociedad de la información y el conocimiento, con la promesa de beneficios para todos, pero encubriendo las desigualdades sociales de muchas poblaciones en el acceso a la nueva mercancía.

Desde las primeras décadas, en Colombia, con la llegada de la prensa escrita, la radio, la televisión, y posteriormente las nuevas tecnologías de la información, la racionalidad económica dominó la forma de operar de estos

nuevos medios, volviendo irracional el proceso de comunicación, y perdiendo de vista el horizonte de pluralidad y circularidad que este entrañaba. El presente se fue construyendo con más información y menos comunicación, en razón a la eficiencia de la masividad, la velocidad y la inmediatez. El nuevo paradigma de la información requería de *sujetos informativos*, que legitimaran el rol de emisor de unos pocos capaces de construir la realidad social (nacional), y presentarla como única. De esta manera se impulsó un proceso de subordinación hacia los medios y sus realidades, y fuimos asumiendo activamente el rol de receptores pasivos. Por tiempos se creyó que esta relación desigual en la producción y difusión de información a través de los medios era tan «natural» como la existencia de ricos y pobres, de sujetos superiores e inferiores, o de personas con derechos y otras si ellos.

Los propietarios de los medios masivos comerciales han comprendido perfectamente el criterio de racionalidad de la difusión de información, ya que se ajusta plenamente al análisis del funcionamiento de un medio masivo en la relación «medio – fin», en la perspectiva de Hinkelammert (2007), donde los medios de información se justifican en la medida que garantizan los logros de la empresa periodística y de construcción de una agenda pública favorable a los intereses hegemónicos del gobierno y sus dirigentes. En este sentido, el fin de legitimarse como emisor y productor de realidades socialmente aceptadas se logra gracias a la eficacia tecnológica de un medio como la prensa, la radio o la televisión. Estos medios son eficientes por su característica de masividad que le permite llegar a muchas personas con sus mensajes y en algunos casos casi en forma instantánea. Un mensaje puede difundirse de uno a miles con un menor esfuerzo, en comparación con la idea de entregar este mensaje personalmente, con el medio la voz se amplifica y se multiplica en un amplio territorio en menos tiempo que si se hiciera voz a voz. Aunque esto último es complementario a la difusión de mensajes masivos porque permite diseminarlos y resinificarlos en la interacción cotidiana. Para este fin los medios masivos están más que justificados dentro de la racionalidad instrumental.

La legitimidad que alcanza un medio masivo como constructor social de realidades es un fin que apetecen líderes de opinión, políticos y empresarios que ven en estos la posibilidad de difundir sus voces, sus ideas y otros productos, y por lo tanto de ejercer el poder de hacerse ver, escuchar o leer. De esta manera la emergencia del discurso sobre lo «comunitario» en las comunidades colombianas se convirtió en un contexto de demanda política para legitimar otros discursos de realidad que no son representados por los medios masivos comerciales. En este acto, hay un primer nivel de conciencia histórica sobre la propiedad de los medios, y por ello se plantea la opción de un predicado diferente bajo el nombre «radio comunitaria», para diferenciarse de la radio que mantiene la hegemonía y que construye realidades desde el discurso de una clase política y social.

Las políticas de comunicación en Colombia, conciben las emisoras comunitarias como la posibilidad de que las comunidades tengan sus «pequeñas» legitimidades para construir realidades locales, mientras los medios masivos comerciales, y las grandes empresas informativas mantienen la hegemonía en la construcción de la «verdadera» realidad del país. Las emisoras comunitarias recrean un ámbito local con baja cobertura y asuntos “menores”, por las cuales no pasan las “grandes” decisiones de la realidad del país. Esta minimización de las realidades locales también minimiza la emergencia de *sujetos comunicantes* frente a la hegemónica realidad que representan los medios comerciales en sus programas. En el momento en que aparecen las nuevas emisoras comunitarias en Colombia, en la década de los años 90, sus programaciones fueron adaptaciones ligadas al modelo comercial al no tener claridad sobre el sentido de lo comunitario en la radio. Posteriormente aparecen otras experiencias como el caso de Belén de los Andaquíes, la red de emisoras del Magdalena medio, la red de emisoras de Nariño Sindamanoy, que fueron problematizando «lo comunitario» como una alternativa de canalizar iniciativas y problemas de colectivos, organizaciones y grupos locales. De esta manera, lo local fue adquiriendo un matiz propio al vincular personas y organizaciones con demandas específicas de la cotidianidad de sus localidades, el protagonismo de la familia, la vecindad y las organizaciones que nunca habían sido visibles en los «grandes» medios. Y así se fueron ubicando en el espacio *emisor* de la emisora comunitaria. Muchas radios comunitarias se han perfilado hacia la recuperación de *sujetos comunicantes* en una dinámica dialógica bajo una nueva fórmula ($ER \pm ER$)⁶, donde las diferencias se convierten en una potencialidad para garantizar la existencia de un proceso comunicativo que confronta e interpela la hegemonía del modelo informativo comercial. Esta interpelación se configura desde narrativas locales propias, de otras formas de comunicarnos, y desde lógicas distintas de pensamiento sobre las transformaciones de la sociedad.

Este modelo informativo comercial producto de una rearticulación expansiva de un neoliberalismo globalizado, en el sentido de la racionalidad que sustenta Hinkelammert (2005), ha colonizando todos los espacios de la vida social y con particular énfasis los escenarios mediáticos, y ha querido sustituir la riqueza de los procesos de comunicación por una visión informativa omnipresente. La confusión en la denominación «sociedad de la información y el conocimiento» es considerarlas discursivamente similares, mientras el proceso informativo se impone y subsume el proceso de conocimiento desde una visión instrumental. Una sociedad de la información orientada por unos pocos emisores, que tienen a capacidad de poner en circulación los mensajes de la clase hegemónica, mientras los millones de sujetos receptores celebran la apertura informativa con discursos ajenos, donde la posibilidad de ser *sujetos comunicantes* ha quedado confinada a los rincones de la vida privada

6 En una dinámica de actuación intermitente o alternada como emisor y receptor en un proceso comunicativo.

y compitiendo con la programación de entretenimiento que ofrecen los medios comerciales, en el espacio del hogar la televisión deja menos espacio al diálogo.

Ubicados en el momento histórico de las emisoras comunitarias en Colombia, se observa como este sistema hegemónico informativo, ante las demandas sociales por una democratización de los medios informativos y de comunicación, se impulsa una estrategia de acomodamiento en la organización política de las comunicaciones en dos planos paralelos y diferenciados: 1) *la normatividad general de la radio* y 2) *la reglamentación de las emisoras comunitarias y de interés público*. El primer plano corresponde al marco normativo «hegemónico» dirigido a las emisoras comerciales donde se les permite, abiertamente, tener coberturas regionales y nacionales, e incluir pauta publicitaria en sus programaciones; mientras en un segundo plano, está la reglamentación de las emisoras comunitarias y de interés público que tienen una cobertura local y a las cuales se les prohíbe que tengan pauta publicitaria en sus programaciones. Esta normatividad en paralelo se plantea como un discurso incluyente desde el gobierno nacional, al permitir que las comunidades colombianas se puedan expresar localmente desde sus problemáticas sociales, necesidades y expectativas. Sin embargo, una mirada en paralelo en torno a la lógica de competencia del mercado mediático y la posibilidad de participar de la agenda global de la información pública, muestra una clara desigualdad entre emisoras comerciales y comunitarias. A la emisora comercial se le permite su consolidación como monopolio empresarial de medios (cadenas radiales, revistas, periódicos y editoriales, canales de televisión y empresas de publicidad) y su vínculo con otras empresas de renombre en el país, mientras las emisoras comunitarias deben subsistir con las precarias ayudas disfrazadas de «patrocinios» aportadas por las instituciones y negocios locales. En este orden de ideas considero que esta es una tercera determinación impuesta por un racionalismo instrumental con una clara vulneración del derecho a la libertad de expresión de los ciudadanos. En una fórmula de relación entre estas dos instancias: medios comerciales (MC) y medios comunitarios (MCo) encontramos que $MC \neq MCo$, esto desde la perspectiva de un discurso institucional aparentemente *incluyente*, el discurso de una multiculturalidad funcional a la racionalidad neoliberal. Pero una interpretación que rompe este paralelismo normativo, puede plantearse en una fórmula como: $MC > MCo$, donde el resultado de esta operación es que los medios comunitarios siempre estén subordinados a las políticas de comunicación y en favor de la lógica mercantil. No obstante, en los últimos tiempos los movimientos liderados por redes regionales y territoriales de emisoras comunitarias en Colombia tienden a cambiar esta fórmula por: $MC \geq MCo$, donde las emisoras comunitarias buscan interpelar al poder y conquistar condiciones normativas verdaderamente *incluyentes*, en la línea de Boaventura de Souza Santos por *reinventar una emancipación* de la comunicación. De esta reflexión emergen unas preguntas sobre los procesos informativos a través de medios masivos ¿Cuándo se pueden considerar un

servicio público, y cuándo una actividad comercial? ¿Cómo hacer sostenible un servicio público de comunicaciones que no sea absorbido por la lógica comercial? ¿Podemos invertir el predominio de la información por la comunicación en los medios masivos?

Estas preguntas están en el centro del debate político de las concepciones sobre la comunicación en los medios masivos donde una *razón metonímica*⁷ presenta fragmentos de la realidad como realidad total. Los medios alternativos como la radio comunitaria, hasta hace algunos años eran calificados como «piratas» o «ilegales», es decir estaban por fuera de la totalidad de los medios masivos de información del país. Esta realidad de presentes continuos fue incorporando las experiencias de las radios comunitarias, las de interés público, las emisoras indígenas y las universitarias, un presente que se fue ensanchando a pulso de disputas y confrontaciones por lograr incluir en los procesos informativos y comunicativos a sujetos comprometidos con otras prácticas, discursos y realidades posibles.

En síntesis, la información masiva ha sido una de las determinaciones elaboradas por la racionalidad instrumental en detrimento de la comunicación. El proceso de información a través de los medios masivos, en su sentido lineal, favorece los intereses de un sistema autoritario y totalizador. El proceso de comunicación –entendido en su dinámica plural, circular y de doble vía– favorece la creación de escenarios democráticos, participativos e incluyentes en todas las esferas de la sociedad. La comunicación como proceso social incluye la información como momento inicial necesario para ampliar marcos de comprensión sobre la realidad.

En segunda instancia, los escenarios mediáticos desde la perspectiva neoliberal globalizada y la lógica mercantil han sustituido los procesos de comunicación y de intercambio entre sujetos por densos procesos de difusión y circulación de información. A miles de ciudadanos se les ha creado una falsa imagen de «estar informados» sobre la realidad del mundo actual, lo que ha propiciado la aparición del *sujeto informativo* como una determinación necesaria para mantener la función hegemónica sobre los medios. La reinención de una emancipación social se torna viable con la emergencia de sujetos comunicantes que día a día van conquistando medios alternativos, emisoras comunitarias, emisoras indígenas, radios escolares y universitarias, medios masivos comunitarios, redes de organizaciones, y movimientos ambientales, de género, juveniles, culturales y de derechos humanos.

Es importante no caer en las trampas discursivas que nos hace creer en la fórmula donde Información es igual a Comunicación ($I = C$), que nos hace

7 Para Boaventura de Santos Souza (2006) «...es una racionalidad que fácilmente toma la parte por el todo, porque tiene un concepto de totalidad hecho de partes homogéneas, y nada interesa de lo que queda por fuera de esa totalidad».

pensar que tienen el mismo significado y por lo tanto se manejan de manera indiscriminada. La información es una determinación social creada por un emisor que busca cautivar sujetos informativos que validen su discurso de emisión. La comunicación es una indeterminación social de posibilidades creada por una pluralidad de emisores y receptores, que busca forjar *sujetos comunicantes* para la construcción de sociedades más justas, equitativas e incluyentes. El reto está en hacer frente a la sustitución de la comunicación por la información –desde las emisoras comunitarias y alternativas–, y recuperar al sujeto comunicante desde sus experiencias específicas, y en sus realidades posibles e imposibles.

Referencias bibliográficas

De Sousa Santos, Boaventura.. 2006. «La sociología de las ausencias y la sociología de las emergencias. Para una ecología de saberes». (cap. 2). *Renovar la teoría crítica y reinventar la emancipación social*.13-41. Buenos Aires: Clacso.

Hinkelammert, Franz. 2007. «Determinismo y autoconstitución del sujeto: las leyes que se imponen a espaldas de los actores y el orden por el desorden» (capítulo 4). *El mapa del emperador. Determinismo, caos, sujeto*. 1-39. San José: DEI.

Hinkelammert, Franz. 2007. «Postmodernidad: el eterno retorno de lo mismo». (capítulo 1). *El mapa del emperador. Determinismo, caos, sujeto*. 1-66. San José: DEI.

Zemelman, Hugo. 2005. 2005. Voluntad de conocer. *El sujeto y su pensamiento en el paradigma crítico*. México: Anthropos.