

## Globalizaciones y sociedades des-informadas:

### ¿NUEVOS PARADIGMAS DE LA COMUNICACIÓN Y DEL DESARROLLO?

*“Si lo que constituye la fuerza del desarrollo es la capacidad de las sociedades de actuar sobre sí mismas y de modificar el curso de los acontecimientos y los procesos, la forma globalizada que hoy asume la modernización choca y exacerba las identidades generando tendencias fundamentalistas frente a las cuales es necesaria una nueva conciencia de la identidad cultural no estática ni dogmática [...]”.*

**Jesús Martín-Barbero** (1998)

El Dr. Antonio Roveda Hoyos comparte con los lectores de la Revista Virtual de la Universidad Católica del Norte su ponencia presentada en el II Encuentro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación, en el Parlamento de Andalucía y en la Universidad de Sevilla, el 17 de septiembre de 2004.

El autor es Comunicador Social-Periodista de la Universidad Externado de Colombia; Diplomado en Investigación Social Aplicada y tiene estudios de Doctorado en Ciencias Políticas y de Cooperación Internacional de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y Sociología de la Universidad Complutense de Madrid, España y del Centro Español de Estudios sobre América Latina-CEDEAL.

Ha sido Secretario de la Asociación Colombiana de Facultades y Programas Universitarios en Comunicación e Información -Afacom- y decano de Comunicación Social de Uniminuto. Contacto: [aroveda@yahoo.es](mailto:aroveda@yahoo.es)

#### RESUMEN

Con respecto a la dimensión cultural y comunicativa de la globalización, dice el autor que la visión de desarrollo que se le entrega a América Latina no la construye ella misma y, además, tiene todo el sesgo simplista y fundamentalista de encontrar bienestar en lo puramente instrumental del sentido. Los medios masivos de comunicación, de forma similar, cayeron en esta lógica; por ello son imprescindibles unos nuevos medios y mensajes desde lo local, lo participativo y lo popular, como un rescate de las otras lógicas de la cultura y de la interacción social. Así, América Latina está retada a encontrar sus propios caminos, espacios, debates y lugares de desarrollo, en donde la comunicación participativa vindique lo local y privilegie lo social.

## **PALABRAS Y EXPRESIONES CLAVES**

Comunicación, globalización, identidad, sociedades desinformadas, comunicación para el desarrollo, tecnología, medios de comunicación, paradigmas, teoría estratégica de la comunicación, identidad cultural, comunicación-cultura-desarrollo, sociedad de la información.

### **Introducción: paradigmas y globalización**

El nueve de noviembre de 1989 cayó, en medio de amplias y musicales celebraciones locales y mundiales, el Muro de Berlín. Con él se derrumbó una fuerte idea de pensar el siglo XX desde otro lado, con otros intereses y con otras preocupaciones sociales, políticas y económicas: con otros paradigmas. Desde aquellas épocas (y de antes), Edgar Morin venía advirtiendo la crisis hermenéutica e ideológica del planeta; previno a la sociedad contemporánea de las complejas consecuencias de no contar con paradigmas culturales, epistemológicos y políticos diversos que volvieran a elevar velas buscando rumbos más claros y justos para el mundo.

Él, y otros célebres pensadores de las décadas del setenta y ochenta, señalaban el peligro de entregarle a una sola nación el timón de mando y los lazos más fuertes para guiar los destinos de la humanidad. Hoy vemos, con tristeza y no sin dolor, cómo caen, además del Muro, mezquitas y sinagogas de históricas culturas mal llamadas "terroristas". El mundo occidental no puede pensar que con sus planes de desarrollo, de transferencia de capitales, de endeudamiento público y privado, y desde estrategias de "cooperación internacional" se pueden re-construir con facilidad las significaciones, los sentidos de la cultura y la identidad de hombres y pueblos milenarios.

De igual manera, en América Latina, en los últimos veinte años, hemos asistido pasivamente a "nuestras propias caídas de paradigmas". Hemos visto la creciente internacionalización y expansión de las relaciones económicas y políticas desde Occidente hacia los países periféricos que antes tenían mercados cerrados y protegidos. Hemos sido testigos de una altísima demanda de capitales foráneos y de una explícita tendencia en la entrada y salida de productos y servicios de nuestras frágiles fronteras nacionales. Nos hemos esforzado, quizá no suficiente, en activar el Mercosur, el Pacto Andino, el G-3 y todo tipo de alianzas y estrategias de cooperación regional y continental sin que se produzcan, evidentemente, resultados benéficos y serios para nuestros pueblos.

Observamos, también, el crecimiento de Estados supranacionales, sin fronteras económicas ni migratorias, mientras continuamos luchando por pequeños y olvidados reductos de tierra en límites geográficos y no culturales. Vemos cómo cambia el mundo y se caen muchos muros en nuestro continente y otros tantos aún continúan en pie. Entonces, a la hora de hacer un balance social y político de los últimos veinte años, pensamos

que, salvo nuestras débiles conquistas democráticas después de la *Década Perdida*, los resultados del desarrollo social siguen siendo muy pobres y desalentadores en casi todos los sectores de la sociedad latinoamericana.

Tendríamos múltiples explicaciones para nuestra situación: de orden económico, principalmente, de impacto social, de políticas de desarrollo, de ingobernabilidad, de decisiones neoliberales, de mercados y capitales; sin embargo, hoy todo se reduce para concretarse en el término globalización.

Aproximarnos, entonces, a la globalización es, sin duda, pensar un fenómeno bastante complejo que no se agota en una definición o en una descripción de sus rasgos más esenciales, donde los aspectos económicos han sido los más notorios y dolorosos para nuestras empobrecidas economías que hoy buscan un espacio en los esquivos escenarios del mercado internacional. Tampoco sería justo definirlo exclusivamente como una etapa o período histórico que aparece después de la Guerra Fría y al final del comunismo ni como la "revolución" tecnológica, financiera y de expansión de las formas de hacer política, de producir y de consumir en el mundo. La aproximación al concepto como fenómeno histórico y cultural conlleva múltiples dimensiones que no se agotan con su simple descripción, especialmente cuando debemos entenderlo y ligarlo a la comunicación, al desarrollo nacional y local, a la cultura, a las personas, a los pueblos...

¿Es la globalización el fenómeno o paradigma culpable de nuestras crecientes desigualdades? ¿Qué tiene que ver hoy este fenómeno con una **teoría estratégica de la comunicación**? ¿La globalización es un fenómeno predominante y sobrecogedor para nuestros pueblos o, por el contrario, "la gran estrategia de desarrollo" de los países ricos en el contexto actual? ¿Cuál debe ser, por tanto, el papel de una verdadera comunicación para el desarrollo en estos tiempos de duda y de crisis? ¿Nos encontramos en la época precisa para pensar desde Iberoamérica una "teoría estratégica de la comunicación", lo suficientemente representativa, en donde nuestra magnífica diversidad cultural se encuentre identificada y reconocida? ¿Cómo construir un pensamiento esclarecedor sobre el papel de la comunicación y la idea de desarrollo cuando la *cultura-mundo* nos quiere tratar por igual a los desiguales? ¿Cómo construir estrategias de comunicación para el desarrollo desde la diversidad?

Empecemos por señalar que la *globalización* es un concepto muy ambiguo: viene del inglés "*global*", que no necesariamente significa lo mismo en español. Global —en castellano— es algo inmanente que está por encima de todos, haciendo las veces de sistema o superestructura dinámica, es decir, a mi juicio, tendría más que ver con la idea de *totalizante*, lo cual implica al todo con las partes en una relación solidaria y dialéctica. Mientras que hablar hoy de globalización tiene poco de solidario y mucho de excluyente.

Ahora bien, el concepto mismo se refiere a un fenómeno singular, cuando es evidente que hoy debemos hacer mención directa a las globalizaciones: de capitales, de las comunicaciones, de la economía, la política, la cultura y hasta de los seres humanos. Tampoco podríamos referirnos a la globalización como un "paradigma" en la dimensión estricta y epistemológica del término, en tanto que sería muy impreciso concretar y

elevar a la categoría de objeto científico a un fenómeno de orden social, económico y cultural que puede ser transitorio y quizá hasta coyuntural.

Sería preciso señalar, sí, que la globalización alberga intrínsecamente rasgos y vertientes de homogeneización y de heterogeneidad en todos los aspectos sociales, culturales, económicos y políticos. Algunos autores, por ejemplo, sostienen que este fenómeno genera efectos mayores sobre el sistema económico mundial y enfatizan en el proceso de homogeneización de las empresas (transnacionales), de las formas de producción, de los mecanismos de producción, de las estrategias productivas, los mercados, los bienes, los capitales y los servicios. Esta visión aprueba la hipótesis de la construcción única de una sola cultura de mercado y de consumo válida para el mundo.

Entre tanto, otras tendencias explicativas del fenómeno de la globalización se muestran a favor de los efectos diferenciados y heterogéneos, en donde las dinámicas de creación, apropiación y modificación de mensajes y de capital simbólico son diversas y multiplicadoras en la sociedad actual.

No obstante, la globalización, vista desde una visión u otra, y como fenómeno económico y cultural, activa mecanismos y **estrategias** que actúan simultáneamente en las dos direcciones: *homogeneidad* y *heterogeneidad*. Tales dinámicas se retroalimentan, se incluyen, se excluyen, y hasta se tornan cómplices en el devenir de los tiempos. No olvidemos que siempre las culturas en sus contactos históricos entre civilizaciones han producido una fertilización mutua (casi siempre asimétrica) que constituye lo que hoy entendemos por hibridación cultural o mestizaje; un *rasgo* curioso no sólo en las sociedades latinoamericanas, sino que se evidencia en la cultura-mundo de Occidente, o en casi cualquier sociedad urbanizada de hoy, en donde los medios y tecnologías de comunicación e información tienen una gran responsabilidad.

En consecuencia, podríamos caracterizar la globalización como el fenómeno contemporáneo que expresa la homogeneidad y la heterogeneidad de las sociedades actuales; donde la revolución informática y de las telecomunicaciones genera un gran escenario y soporte de expansión y concreción del fenómeno mismo. Es decir, aquí nos encontramos frente a un nuevo paisaje social y político de inclusión y exclusión simultáneas, que nos obliga a redefinir el objeto mismo de estudio de la comunicación, así como su relación con la cultura y el desarrollo desde un pensamiento estratégico.

En efecto, el *Qué* del *qué* de la comunicación, la búsqueda de un estatuto epistemológico, pasa por los tiempos de la globalización y por las relaciones informatizadas o desinformatizadas, presentando lo estratégico de la comunicación desde el estudio de las *tecnicidades* y su relación y transformación con las *identidades*, (BARBERO: 2002).

## La dimensión cultural y comunicativa de la globalización

En la última década, especialmente en los países ricos de Occidente, ha sido evidente el crecimiento de los soportes tecnológicos, los enlaces en red punto a punto, la interconexión, la ampliación y complejización de procesos de creación, almacenamiento, procesamiento, digitalización y emisión de datos e informaciones en tiempo real y sin obstáculos de espacio. Esta intensificación de las redes de comunicación e información en el mundo, como otra característica de las diferencias sociales y económicas entre los países ricos y pobres, ha motivado una serie de transformaciones en lo global y lo local; en los espacios sociales y tiempos culturales de los hombres; en las antiguas barreras y fronteras geográficas tradicionales que han sido rebasadas con la construcción de comunidades virtuales que, desde la red de internet, aman, odian, compran, venden, juegan y hasta combaten.

Asistimos, en medio de grandes contradicciones y nuevas brechas insondables en lo económico, social y tecnológico, a un mundo más grande y más pequeño a la vez; con fronteras y sin fronteras; de oportunidades y exclusiones, en donde las tecnologías de la comunicación y de la información, y la globalización misma, han planteado unos nuevos paradigmas (¿neopositivistas?) de homogeneización de la heterogeneidad; nuevos paradigmas que vienen recortando las ricas diversidades locales y regionales, reduciendo el valor de las etnicidades, de la pluralidad cultural y hasta lingüística de nuestros pueblos. Se resume así toda la "cuestión de la cultura" en un asunto meramente de mercado, de racionalidad y lógica instrumental.

Sin duda, y no importa del lado que estemos, no podemos negar que los fenómenos de globalización y mundialización, consecuencia en gran medida de unos medios y tecnologías transnacionales, han permitido la construcción de nuevas y emergentes culturas globales —especialmente urbanas— que transforman en gran escala las relaciones entre los individuos locales, quienes ven variar sus formas de concebir el tiempo-espacio, sus hábitos de consumo, sus interacciones cotidianas y su vida social. Al tiempo, éstos observan como les han *fagocitado* sus culturas locales y regionales, primero, por políticas nacionales ligadas al desarrollismo latinoamericano (BARBERO: 1994), y ahora por la incorporación de nuevos imaginarios e iconografías mediáticas atemporales y mundiales.

Esta dimensión planetaria de la cultura ("*por más que viaje nunca acabo de salir de casa*") podría denominarse "estandarización o igualación simbólica", producida por unos medios, mensajes y tecnologías que hoy afectan directamente las visiones y sentidos de las identidades locales, regionales y nacionales. La homogeneización de las diversidades no siempre produce multiplicidad polisémica de la cultura, muchas veces constituye asimétricas aculturaciones, en donde los países productores de capital simbólico e iconografías de mercado determinan las pautas de comportamiento y las estéticas de la contemporaneidad.

En ese marco, una **teoría estratégica de la comunicación** supondría la construcción de una cultura del "nosotros", los fundamentos básicos de la

igualdad dentro de la diversidad y la conformación de una identidad colectiva y de identidades globales. Implicaría, además, un re-conocimiento de la diferencia, de la diversidad, del otro, de los otros, que sólo es posible a través de procesos de comunicación democráticos y altamente participativos. Una **teoría estratégica de la comunicación** debería generar y promover espacios de encuentros culturales y simbólicos, a partir del re-conocimiento de la pluralidad e interculturalidad de nuestros pueblos, de la diversidad y, al mismo tiempo, invitar a la inclusión, a la incorporación de todas las voces, a promover la rica polifonía del reencuentro desde lo cultural y lo social, desde las identidades.

No obstante, estratégicamente, la identidad no se podría entender, desde la comunicación, como refugio contra lo extranjero ni como un nicho de defensa y respaldo a lo desconocido que llega desde los medios, como si fuera una amenaza a nuestras tradiciones y a nuestro pasado. Si bien es cierto que las globalizaciones y las tecnologías de la comunicación e información pueden generar amenazas a la pluralidad y a la identidad, no podemos olvidar que desde una acción estratégica en comunicación participativa también se pueden promover las pluralidades.

Una **teoría estratégica de la comunicación**, en fin, tendría que hacerle frente a una globalización homogeneizante y aculturadora, a la entropía cultural, al etnoculturalismo, a la tradición forzada y a la fosilización simbólica. Debería, más bien, considerar las diferencias como riqueza cultural, como un patrimonio de significados que dinamizan la cultura y le entregan sentido a la comunicación para el desarrollo.

Como corolario, el gran reto está en contar con una **teoría estratégica de la comunicación** que dinamice y reconozca las diversidades y las pluralidades como otra valiosa categoría de las sociedades de la información y como otro rasgo de las globalizaciones.

Estas responsabilidades sociales de la comunicación, sin embargo y desafortunadamente, no se evidencian con tanta facilidad en nuestros entornos culturales más inmediatos. Por tanto, es pertinente reflexionar si efectivamente la aparición de las sociedades de la información y de la comunicación, como otros de los grandes paradigmas sociales y culturales del mundo actual, son tan ciertos y reconocidos en el continente latinoamericano. Sin duda nuestras crisis económicas y sociales nos hacen pensar más en sociedades de la des-información (con escasos niveles de acceso a la información, a los medios, mensajes y tecnologías en un continente de excluidos) y en "sociedades del des-conocimiento, esto es, del no reconocimiento de la pluralidad de saberes y competencias culturales que, siendo compartidas por las mayorías populares o las minorías indígenas o regionales, no están siendo incorporadas como tales ni a los mapas de la sociedad ni siquiera a los de sus sistemas educativos", (BARBERO: 2002, 12).

En este sentido, y en el plano de la cultura, es el mismo profesor Martín-Barbero quien señala que "la convergencia de la globalización y la revolución tecnológica configuran un nuevo ecosistema de lenguajes y

escrituras [...] la revolución digital construye nuevas temporalidades ligadas a la comprensión de la información y una visibilidad cultural” (Ibíd.: 20).

Es decir, en la actualidad el estudio de la cultura se ubica en otro lugar, gracias a la incorporación de una revolución tecnológica en un mundo globalizado. Los fenómenos de la cultura y sus correspondientes análisis se deberán observar como procesos dinámicos atravesados por la incorporación (adaptación o adopción) de tecnologías de la comunicación a las formas de producción, de distribución, de consumo e intercambio de todo tipo de bienes, servicios y capitales. La investigación de la cultura determina sensiblemente la construcción de un **pensamiento estratégico de la comunicación** y, del mismo modo, los exámenes que se hagan sobre la exclusión o inclusión del recurso tecnológico en la sociedad actual, perfilan las visiones sobre cultura y comunicación en el mundo.

En síntesis, esta relación trifásica (comunicación-cultura-desarrollo) se convierte en una fundamental guía epistemológica y en una de las variables más precisas para entender el desarrollo social y cultural de un pueblo desde la dimensión estratégica de la comunicación.

Por ello saltan a la vista, de nuevo, varios interrogantes: ¿cómo hemos asumido desde América Latina los estudios sobre cultura y desarrollo en beneficio de un **pensamiento estratégico de la comunicación**? ¿Hemos sentido desde el continente la globalización y la revolución informática como verdaderos paradigmas de crecimiento, de democracia y de desarrollo social y cultural? ¿La globalización y la sociedad de la información son en este momento los ejes centrales para pensar una **teoría estratégica de la comunicación** desde nuestro continente?

Pues bien, lo que percibo es que la revolución de las sociedades informatizadas, comparada con la invención misma del abecedario y de la imprenta para el mundo de Occidente, no es tan visible en nuestros pueblos. Esta nueva cultura de signos, símbolos, iconografías digitales, esquemas, modelos, lenguajes, algoritmos, ritmos, diseños multimediales, paisajes virtuales, etc., no ha implicado necesariamente una nueva alfabetización digital para América Latina (en términos de desarrollo), ni para gran parte del África ni del Asia.

Me pregunto, por consiguiente, si cuando hablamos de una **teoría estratégica de la comunicación**, estamos haciendo mención de unas nuevas formas de pensar, planear, gestionar y evaluar, formas que casi siempre pasan por el tapiz de la modernidad y de las lógicas de pensamiento formal y cartesiano. Si es así, ¿cómo articulamos estos procedimientos europeos de pensamiento de marco lógico con un continente lleno de magia, de matices, de grises, de ritmos, de dolor, de mediaciones simbólicas, de mitos sin tiempo, de oralidades, de reencuentros eternos, de premodernidad... de metáforas... de felices y tristes Macondos?

Sólo podríamos hablar de una **teoría estratégica de la comunicación** en el territorio latinoamericano, en tiempos de globalización y de la revolución tecnológica y como verdaderos paradigmas de desarrollo y transformación

social, si, por un lado, contamos con unos medios, mensajes y acciones políticas que dignifiquen y potencien la diversidad cultural de nuestros pueblos, y, por otro, si la información y el conocimiento se convierten en la principal fuente de desarrollo, libertad y transformación social del continente.

## **Sociedad de la información y comunicación**

La sociedad de la información que nació, en verdad, en la Europa de la modernidad, tiene como principio básico la concreción de todos los procesos en un lenguaje binario, sujeto al concepto de "unidad" o "dato" primario. La modernidad, como el "*mayor proyecto de emancipación de la Historia*" (HABERMAS: 1980), le entregó al mundo una forma de entender y de asumir la Historia de manera parcial y asincrónica. Repito: una forma. Los libros, como otra brillante pero excluyente expresión de la inteligencia y de la racionalidad europea; la academia, su cómplice; el Renacimiento; la Ilustración y el Estado-nación respondieron al cambio complejo y ruidoso de pasar de una fuerte historia basada en la tradición oral —con la riqueza de las palabras, la metáfora, el tiempo cíclico y la continua resignificación de los hechos— a una Historia construida con caracteres selectivos, racionales, lineales, cronológicos, argumentales y eurocéntricos; basada, a su vez, en racionalidades numéricas, en datos.

La incorporación de las matemáticas, de los números para "ordenar" la Historia, nos obliga a una lógica de pensamiento-acción propia de las sociedades modernas, asumida totalmente en los procesos de producción, incorporación, desarrollo y riqueza de los pueblos. La herencia de la modernidad, para el caso, ha sido la construcción de un paradigma de sociedad funcional, que construye su proyecto en una gestión medible, verificable, cuantificable y objetivable cuantitativamente.

De forma tal, que si bien el concepto de Sociedad de la Información aparece lentamente en los textos políticos hacia 1950, y luego bajo la idea de "*superautopistas de la información*", podría decirse que es una obvia consecuencia de un discurso elaborado con anterioridad desde lo moderno, en donde la racionalidad histórica del desarrollo se construyó con cifras y datos medibles. Se podría señalar, entonces, que la Sociedad de la Información lo que hizo fue poner en lenguaje informático y binario la historia de los hombres y de la humanidad.

Ahora bien, esta lógica arraigada con fuerza en las sociedades postcapitalistas y postindustriales lleva hoy el estandarte de visiones paradigmáticas de corte gerencial (*managerial*), antes que social. Y son estas sociedades las que han propiciado el rompimiento y la caída de otro gran paradigma de la Ciencias Sociales, luchado y conseguido desde la década del sesenta: "el sujeto".

El debate actual sobre las sociedades contemporáneas es complejo y variable en sus "reglas" de funcionamiento. Es muy probable que el mundo nunca haya sentido de manera más clara y a la vez confusa los cambios en sus dinámicas y lógicas de producción simbólica. Los discursos sobre globalización y sociedades de la información se pueden enmarcar, con

facilidad, en visiones extremas: algunas posiciones muestran sus rasgos apologeticos y hasta mesiánicos, otras, a su vez, alimentan posturas más apocalípticas, pero siempre ligadas al desarrollo o a su contrario.

Dentro de este difícil y paradójico contexto se presenta el eje comunicación-cultura-desarrollo. Con el reto de construir un pensamiento y una **teoría estratégica de la comunicación** que se pueda validar en una serie de países tan complejos como diversos (Iberoamérica).

Pero el desafío también está en hacer de la (s) globalización (es) y las sociedades de la información verdaderos espacios de encuentro y reconocimiento tendientes a lograr sociedades inteligentes y comunicadas, para las cuales el recurso tecnológico debe ser un sinónimo de democracia, desarrollo, educación, gobernabilidad, transparencia y participación ciudadana. Colectividades que se encuentren, que dialoguen, que se reconozcan, y valoren su diversidad dentro de la globalidad.

Seremos parte de la globalización, además, cuando nuestros productos, capitales y servicios tengan un espacio real y justo en los mercados internacionales; cuando los acuerdos de "libre comercio" lleven implícitas reglas de juego basadas en la equidad de la competencia y de los precios. Formaremos parte de la sociedad de la información cuando las comunicaciones nos permitan promover el pluralismo cultural, la diversidad lingüística, el reconocimiento y fortalecimiento de los deberes y derechos fundamentales de nuestros pueblos; cuando las políticas de comunicación cierren las brechas de acceso, amplíen las formas de educación y mejoren los niveles de adquisición del recurso. Cuando las minorías culturales y étnicas se encuentren representadas; cuando los contenidos en las redes de comunicación, los medios, mensajes y tecnologías nos identifiquen, nos contengamos y nos valoremos en ellos. Cuando el recurso tecnológico sea un bien público que propenda por la calidad de vida.

Estaremos en la globalización cuando el bienestar de las personas y comunidades, desde el uso y aprovechamiento de las tecnologías de la comunicación, sea indispensable para asegurar un desarrollo con inclusión de todos los sectores sociales. Serán la globalización y las sociedades de la información nuevos paradigmas para América Latina, y contaremos con una verdadera **teoría estratégica de la comunicación**, cuando sus postulados promuevan modelos de desarrollo basados en la promoción y el respeto a la cultura y su diversidad.

## **Retos y oportunidades en la construcción de una teoría estratégica de la comunicación**

El anterior panorama mundial se convierte entonces en un escenario complejo pero privilegiado para pensar el papel de la comunicación participativa para el desarrollo y la construcción de una teoría estratégica. Sin embargo, vale la pena decir que existen varias formas de pensar el desarrollo. Se trata, pues, de un término impregnado de múltiples significaciones que expresan, simultáneamente, homogeneizaciones y heterogeneizaciones como la globalización. ¿Qué significa pensar el desarrollo desde América Latina, cuando las tempestades de la globalización

quieren reducir la complejidad del fenómeno a un asunto típico de mercado, de capitales y de bienes materiales? ¿No es más preciso construir el sentido de la comunicación participativa para el desarrollo desde la riqueza de nuestros capitales simbólicos, desde nuestras formas de entender y resolver el contexto y sus conflictos? ¿No es acaso *lo estratégico* una manera hermenéutica de entender, de argumentar y de proponer gestión y resolución a nuestros propios conflictos?

Es evidente que no es lo mismo pensar el desarrollo desde el *otro* lado del mar, a pesar de la globalización. Allí las culturas híbridas son reales y representamos un valioso aporte al sentido cósmico de la humanidad. Allí, el desarrollo de una localidad, de un lugar, de una región, de un país, del continente entero sigue estando entrelazado a la idea de mundo que tenemos, a la imagen de nosotros mismos, a nuestro propio reconocimiento e historia.

El imaginario de desarrollo está directamente vinculado y articulado a la cultura y a procesos de comunicación muy complejos, de relatos y metarrelatos dinámicos, cíclicos, ahistóricos, metafóricos, intersubjetivos, inimaginados, propios de la diversidad y de la riqueza humana de nuestro continente. Debemos pensar una **teoría estratégica de la comunicación**, por tanto, desde la dimensión-eje entre comunicación-cultura y desarrollo.

Las visiones reduccionistas y economistas de desarrollo duelen más que la pobreza misma. Los valiosos informes de PNUD ponen un particular acento en la acumulación de riqueza material y de capitales, suponiendo, siempre, que exclusivamente allí están cifradas las tasas de crecimiento real de un pueblo; cuando todos sabemos que los beneficios económicos y la cifras de crecimiento macroeconómico no llegan a las personas en la misma proporción que los grandilocuentes discursos de los políticos. Se podría decir que la visión de desarrollo que se le entrega a América Latina no la construye ella misma y, además, tiene todo el sesgo simplista y fundamentalista de encontrar bienestar en lo puramente instrumental del sentido. Los medios masivos de comunicación, de forma similar, cayeron en esta lógica; por ello se hace tan imprescindible unos nuevos medios y mensajes desde lo local, lo participativo, lo popular, como un rescate de las otras lógicas de la cultura y de la interacción social.

Entender el desarrollo (y la comunicación) desde la miope y exclusiva idea de la verificación de índices de crecimiento macroeconómico, es desconocer el tejido de la cultura y el valor de la comunicación en los pueblos; es obviar, así mismo, la determinante y significativa realidad de lo simbólico en los actores sociales. Mejor lo dice Carlos J. Moneta (1996, 31): "*cuando todo es economía, se llega al fin de la economía como destino, a la aparición de la economía como cultura y a la miseria inmediata de esa cultura económica*".<sup>3</sup>

América Latina está retada a encontrar sus propios caminos, espacios, debates y lugares de desarrollo, en donde la comunicación participativa vindique lo local y privilegie lo social. Se trata de rediagramar las teorías del

---

<sup>3</sup> Según dice el autor, "a partir de un texto de Jean Baudrillard".

desarrollo a la luz de los estudios sobre comunicación y cultura, sintiéndose parte del todo desde una dimensión sistémica del proceso, ganando en globalidad lo que se trabaja desde la localidad y la pluralidad.

En tal sentido, la recuperación simbólica de sus imaginarios, el re-conocimiento de sus diversidades, la hibridación como valioso rasgo de la cultura se convierten en fundamentales estructuras de la arquitectura hacia una **teoría estratégica de la comunicación y el desarrollo**.

Por eso el eje comunicación-cultura-desarrollo es, aquí y ahora, un lugar estratégico de pensamiento-acción, que invoca, necesariamente, una reflexión desde los transdisciplinarios pero, sobre todo, un **reconocimiento** desde la Ciencias Sociales para no caer en una sentida preocupación más por la estrategia que por la comunicación misma. Ubicar la comunicación y la cultura en los planos del desarrollo implica valorar los procesos simbólicos, las percepciones, las mediaciones sociales y la riqueza de la pluralidad como elementos cualitativamente verificables de lo cultural, por encima de lo estrictamente económico. Así, los posibles paradigmas de desarrollo, la globalización y la sociedad de la información, se convertirán algún día en lugares posibles de acción y re-conocimiento de nuestras identidades.

Por último, y frente al urgente y fundamental llamado que nos hace el profesor Rafael Alberto Pérez de contar con una **teoría estratégica de la comunicación**, respondo: necesitamos de una teoría que nos forme en un pensamiento hermenéutico de la pluralidad; que convoque a las distintas racionalidades (locales y globales) y que nos invite a la construcción de nuevos y posibles escenarios de cambio desde la ética y la equidad en la cultura. Una teoría en donde la comunicación no se nos caiga como el Muro, las mezquitas y las sinagogas...

## BIBLIOGRAFÍA

BARCELLONA, Pietro. 1999. *Postmodernidad y comunidad, el regreso de la vinculación social*. España: Trotta, tercera edición.

GARCÍA SELGAS, Fernando y MONLEÓN, José B. 1999. *Postmodernidad y ciencias sociales y humanas*. España: Trotta, tercera edición.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. 1994. En: Revista de la Cátedra Unesco *Espacios culturales en América Latina*, tercer capítulo sobre Comunicación y Cultura. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

\_\_\_\_\_. 1998. *Nuevos mapas culturales de la integración y el desarrollo*. En el Departamento de Investigaciones de la Universidad Central, Bogotá, Colombia.

\_\_\_\_\_. 2002. *Tecnicidades, identidades, alteridades*. En: Revista *Diálogos de la comunicación*, de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación, número 64, noviembre. México: FELAFACS.

\_\_\_\_\_ y SILVA, Armando. 1997. *Proyectar la comunicación*. Edición especial para el Instituto de Estudios sobre Comunicación y Cultura de la Universidad Nacional de Colombia. Bogotá: Tercer Mundo.

MONETA, Carlos J. 1996. *El espectáculo del mundo. Argentina: nuevo hacer*.

ZIDANE, Zeraoui. 2001. *Modernidad y postmodernidad*. México: Noriega.

## **DOSSIER**

- *La comunicación frente al desarrollo humano y social: balance y prospectiva*, memorias del XVIII Encuentro Académico de la Asociación Colombiana de Facultades de Comunicación Social — Afacom—. 2001. (Edición especial de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Corporación Universitaria Minuto de Dios). Bogotá: Tercer Mundo.
- *Mapas nocturnos*. Diálogo con la obra de Jesús Martín-Barbero, Departamento de Investigaciones de la Universidad Central —DIUC—. 1998. Bogotá: Siglo del Hombre.
- *Comunicación, cultura y globalización*, varios autores, IX Cátedra Unesco de la Pontificia Universidad Javeriana. 2004. Bogotá: Editores Académicos José Miguel Pereira y Mirla Villadiego, CEJA.