

## **RETOS DE LOS PROFESIONALES DE LA COMUNICACIÓN DE AMÉRICA LATINA EN RELACIÓN CON LA NUEVA TEORÍA ESTRATÉGICA**

Prof. Onofre De la Rosa  
República Dominicana

### **Resumen**

En este artículo se pretende reflexionar sobre los retos fundamentales de América Latina en relación con estrategias de comunicación innovadoras. Se revisa algunas de las teorías de comunicación que han marcado a la región y su relación con diferentes enfoques y determinadas matrices culturales. Se considera con particular interés las nociones de cultura, las teorías de la acción comunicativa, la dialogicidad y los procesos de integración desde la complejidad. Desde estas perspectivas, se intenta una aproximación epistémica a la nueva teoría estratégica.

**Palabras clave:** Comunicación, estrategia, acción comunicativa, dialogicidad.

### **Abstract**

CHALLENGES OF THE COMMUNICATION PROFESSIONALS IN LATIN AMERICA IN RELATION TO THE NEW STRATEGIC THEORY

This article intends to think about the main challenges that Latin America has in front of innovative communication strategies. Some of the communication theories are reviewed and their relation to different focuses and cultural matrix. The notions of culture, communicative action theories, dialogues and integration from complexity are highlighted. From these perspectives, we intend an epistemic approach to the new strategic theory.

**Keywords:** Communication, strategy, communicative action, dialogue

América Latina constituye un escenario magnífico, y diverso, en materia de comunicación social. La magnificencia le viene por la capacidad del subcontinente para asumir de manera innovadora -por adopción, reformulación o elaboración- estrategias de comunicación en procura de respuestas a las dudas sociales, y a las problemáticas sociales, culturales y políticas más diversas.

Así pues, preguntarse sobre los retos para los profesionales de la comunicación en relación con una nueva teoría estratégica en América Latina plantea, de entrada, muchas interrogantes y múltiples escenarios, cuya naturaleza e intensidad deben ser objeto de un proceso de reflexión profunda, particularmente desde las teorías de la complejidad y de la acción comunicativa.

En el caso particular de Latinoamérica, una de las principales líneas de reflexión es la referida a la formación de los comunicadores, a la visión desde la cual se forma y a la satisfacción de los escenarios laborales, comunitarios y sociales, considerando también los desafíos de las nuevas tecnologías, los cambios que se han producido en el acceso a la información y el conjunto de conflictos múltiples que surgen con arreglo a la dinámica social. Esto es particularmente importante por aquello planteado por Castells (2001) de que “En el último cuarto del siglo XX, una revolución tecnológica, centrada en torno a la información, transformó nuestro modo de pensar, de producir, de consumir, de comerciar, de gestionar, de comunicar, de vivir, de morir, de hacer la guerra y de hacer el amor”. Esto nos plantea un universo comunicacional más complejo y más difuso en función de los cambios que han devenido como resultado de las innovaciones en las tecnologías y los nuevos usos sociales que de y con ellas se hacen.

Un primer punto que debemos considerar para encarar esta reflexión es el relativo al carácter de la comunicación. La naturaleza de la comunicación está asociada a condiciones estratégicas y dialógicas, desde siempre. Ya sabemos que en el marco del pensamiento griego Aristóteles (1998) sistematiza la noción de persuasión como fin del proceso retórico, es decir del proceso comunicativo, lo

que le confiere a la comunicación humana una dimensión estratégica, la búsqueda del convencimiento del otro a través del discurso, de una “argumentación práctica”, o el convencimiento mediante pruebas. Desde tal perspectiva debe reconocerse lo fundamental de la comunicación primera, aquella que podemos denominar como comunicación natural, descrita ya por Aristóteles, y que constituye la base de todo proceso de comunicación social.

La comunicación es un eje fundamental de la mediación social del ser humano. M’Bow (1980) lo plantea con claridad “La comunicación es la base esencial de toda sociabilidad”. Las implicaciones de esta consideración son fundamentales para entender la trascendencia de la comunicación más allá de las coyunturas tecnológicas, y deben servir de base para la comprensión de su carácter estratégico.

Igualmente MacBride (1980) concuerda con esta visión del principio socializador de la comunicación y a su carácter multidisciplinar al considerar que “Hoy día, se reconoce ya más ampliamente que la comunicación constituye un proceso social que procede estudiar con arreglo a diferentes perspectivas, no ya aisladamente sino en un contexto social extremadamente vasto. En el mundo actual se acepta la existencia de esas interrelaciones”.

Pasquali (1985), por ejemplo, elabora unas ideas acerca de la condición comunicación-comunidad como soporte para el entendimiento de la naturaleza de la acción comunicativa, y propone que “La comunicación no es, pues, un epifenómeno agregado y sucesivo a la convivencia, sino un *factum* realmente esencial, intrínseco a la esencia misma del hombre como animal social...”.

En esta perspectiva, la comunicación, centrada en el sujeto, se sitúa por sobre la noción funcionalista (de la mass communication) de considerar el proceso comunicativo con base en el armazón que posibilita una mayor difusión de mensajes, como “plataforma de amplificación de mensajes” (Pasquali, 1985) en que el ser humano es más objeto que sujeto que nos lleva a no olvidar la acción verticalizada y unidireccional de la comunicación masiva en contradicción con el

principio dialógico comunicativo, con la diversidad cultural y social y las diacronías entre lo local y lo global, entre el escenario virtual y la vida cotidiana, entre los ejes de las industrias culturales, en la dimensión propuesta por la Escuela de Frankfurt, y las culturas comunitarias.

El actual desarrollo de los medios, las nuevas tecnologías de comunicación, permite, en el contexto de esta exposición, dos líneas de lectura. Por un lado, la pasión que despierta el estado fragmentario de los escenarios comunicacionales a través de los cuales se ha generado una relación atomizada con los mensajes, lo cual se traduce en unos usos sociales de tecnologías, un acopio igualmente disperso y la multiplicidad de tales recursos. En el otro sentido, una de las grandes ventajas de los multimedios es la orientación hacia la horizontalidad del intercambio entre sujetos, lo que marca, aunque parezca paradójico, una vuelta a la comunicación primera, la dialógica, la natural.

En relación con la dispersión de los mensajes y del conocimiento, Morin (2000) plantea que las dificultades generadas por la fragmentación del conocimiento tienen su base en los procesos de formación y en las características de las realidades globales. Así, considera que la globalidad presenta un gran desafío que se manifiesta en “La inadecuación cada vez más amplia, profunda y grave entre, por una parte, un saber fragmentado en elementos separados y compartimentados en las disciplinas; y, por otra parte, realidades multidimensionales, globales, transnacionales, planetarias y problemas cada vez más transversales, pluridisciplinarios, e incluso transdisciplinarios”. Ciertamente, esta problemática atañe de manera directa al desarrollo de una estrategia que posibilite concurrir a una práctica comunicativa centrada en el sujeto, desde una teoría de la complejidad, y a una visión integradora, holística vale decir, que provea recursos destinados a mirar la realidad desde esa perspectiva transdisciplinaria.

Moles (1975) también ha llamado la atención sobre la fragmentación de los saberes, de la información, de la comunicación, considerando que se asiste a una civilización acumulativa con base en una cultura mosaico, en la que “El hombre-masa es presa de disponibilidades aleatorias; ingurgita pasivamente un conjunto

de fragmentos yuxtapuestos, sin construcción, sin señales de referencia, en los que ninguna idea es necesariamente importante, pero donde muchas tienen interés. Esta información permanente, desordenada, pletórica, aleatoria, es propia de la cultura mosaico”.

Una de las opciones teóricas más relevantes, por otra parte, es la referida a la teoría de la acción comunicativa, desde la que Habermas (2002) formula la opción de lo dialógico como base de la resolución de los conflictos sociales y como dispositivo trascendental, así como la función dinámica del lenguaje en procesos de mediación, al considerar el conjunto de referentes como soporte para la razón dialógica, en procura del entendimiento y el consenso.

Y, tal como he planteado en mi tesis de filosofía, (Onofre, 2007) “El proceso de comunicación debe concebirse, en su estructura primera, como un proceso dialógico, siguiendo a Aristóteles y a Habermas, para lo cual se parte de la comprensión de lo intersubjetivo, el mundo social, los dispositivos del lenguaje, el conocimiento, el poder, la conciencia y la apuesta por valores fundamentales de racionalidad, interés, expresión y verdad”.

Corresponde pues reflexionar, desde estas y otras opciones, como las teorías sobre las organizaciones, sobre cultura e interculturalidad, puesto que esta problemática está asociada de manera directa al desarrollo de una estrategia que posibilite concurrir a una práctica comunicativa centrada en el sujeto, desde una teoría de la complejidad y de la acción comunicativa, y a una visión integradora, holística vale decir, que provea recursos destinados a mirar la realidad desde esa perspectiva transdisciplinar.

En relación con los retos de los profesionales de la comunicación en Latinoamérica y la formación profesional, se debe convenir en que este escenario ha sufrido una evolución importante, principalmente desde la década de los '60. Pese a ello, otras disciplinas han mirado de reojo el campo de la comunicación o, por el contrario, han asumido espacios propios de la comunicación. Esto parece una conducta generalizada que no sólo toca a la realidad de América Latina.

Jesús Timoteo Alvarez, en el prólogo al texto de Pérez (2001), se queja de que en múltiples disciplinas sociales la comunicación no ha sido incorporada. “Es un curioso fenómeno de autismo” porque admirados maestros de todo “son capaces de hacer acabadas interpretaciones de la evolución reciente de España sin citar la comunicación, ni los medios, ni el mercado de masas”, dice.

En nuestro subcontinente esto ocurre con mucha frecuencia, incluso en ámbitos esenciales como la educación las estrategias de comunicación son “desdeñadas” en su uso especializado en franco desconocimiento de que el aula es un particular laboratorio comunicativo, donde la comunicación estratégica está llamada funcionar con el fin de promover los niveles de calidad que se supone tienen las prácticas educativas.

Tres escenarios en materia comunicacional son esenciales en América Latina. Las teorías, la formación y la innovación. Por supuesto, cada ámbito requeriría un seminario para ver las particularidades, pero, naturalmente, considerando las generalidades, las conexiones y la interdependencia.

En Latinoamérica existían en los años '40 solo dos programas de formación en periodismo. En los '50 habían 13; 44 en los años 60; en la década de los 70 ya se habían constituido 81 programas y en los '80 163 (Nixon, 1980). Como se ve, hubo un crecimiento exponencial de las ofertas de formación profesional de periodismo, sin embargo, de acuerdo con el informe final FELAFACS-UNESCO (2009), en la región existen 1, 742 programas, una cifra ciertamente impresionante. Este estudio, como otros más, consideran una serie de aspectos e indicadores, como áreas de concentración o énfasis, niveles de la formación, etc., y en éste, aparte de otros, la calidad.

Sólo como una muestra, veamos que plantea el informe (2009): “La heterogeneidad caracteriza la calidad de enseñanza en los países de la región, como al interior de ellos mismos. El carácter público o privado de las instituciones de enseñanza tiende a marcar significativamente la calidad de la formación de comunicadores y periodistas. Las universidades públicas parecen mantener el

prestigio ganado con los años y a invertir en investigación, aunque en muchos casos se encuentren muy masificadas y en constante crisis; mientras las privadas –sobre todo las que se orientan a la profesionalización– tienden a invertir en equipos e infraestructura, descuidando muchas veces el área académica. En varios países las universidades públicas son las que preferentemente se someten a los sistemas de acreditación; sin embargo, estos sistemas son desiguales en su alcance y naturaleza según países y regiones”.

En los años ‘60 el surgimiento del Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina (entidad fruto de un acuerdo entre UNESCO y el gobierno del Ecuador, en 1959), abrió las puertas a las teorías norteamericanas y europeas sobre comunicación y evolucionó hacia el campo de la comunicación. La influencia de CIESPAL se extendió tanto a los programas de formación, como a las controversias teóricas. Su influencia puede considerarse decisiva durante las siguientes décadas en ambas dimensiones.

La otra institución de significativa relevancia es la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) que desde 1980 ha impulsado la integración de los programas de formación, apoyándolos de manera pertinente y contribuyendo, también con el debate teórico.

A ese desarrollo comunicacional han contribuido cientos de organizaciones locales que han puesto la comunicación al servicio social o comunitario, a procesos de resistencia frente a los mecanismos hegemónicos de la comunicación, o para suplir necesidades de orden social en el rango de la marginalidad, los ejemplos son muchos pero van desde las radios comunitarias en Bolivia a Radio Santamaría en República Dominicana,

Así, el desarrollo de la comunicación en América Latina ha estado matizado por la confrontación ideológica, por un lado, y prácticas alternativas. Componentes como comunicación para el desarrollo, políticas de comunicación, comunicación alternativa y popular, o las radios para la educación (la radio comunitaria o el periódico mural como expresión de los sectores populares), han sido parte de una

expresión de resistencia entre posturas de teorías críticas frente al positivismo comunicacional hegemónico. En lo relativo a la investigación, también se ha producido una confrontación innovadora. Los nombres no cabrían en esta reflexión (pienso en Eliseo Verón, Héctor Schmucler, Armand Mattelart, Daniel Prieto Castillo, Jesús Martín Barbero, Paulo Freire, Eleazar Díaz Rangel y muchísimos más), pero quizás esta dimensión podría explicar el porqué los Nobel de la región son de literatura (merced a un extraordinario imaginario popular), o de la paz, por la vocación que en tal sentido se ha practicado en la región en defensa del sujeto social, contrariando la noción del objeto social.

Así, cabe ahora la pregunta ¿Cómo afecta la Nueva Teoría Estratégica a los profesionales de la Comunicación de Latinoamérica? Aunque parezca complicado, y lo es, la respuesta lógica tiene que ver con los roles que deben asumir los especialistas de la comunicación, y el modo estratégico de que pueden valerse para pensar y practicar en el marco del contexto en que actúan. Santiago García Echevarría parece resumir, en el prólogo a la obra de Pérez (2001), la cuestión: “Cuando se habla de estrategia se está hablando necesariamente de futuro, y cuando se habla de comunicación estamos hablando de personas, las cuales integran sus conocimientos y sus comportamientos. La interrelación entre ambas – estrategia y comunicación- constituye, sin duda, la acción humana permanente”.

Puesto que el comunicador debe asumir nuevos roles y desarrollar ciertas habilidades para integrar esta noción, asociada con la idea de la complejidad y la teoría de la acción comunicativa, mediante la asunción integral del todo y la búsqueda del consenso, no queda duda de que una estrategia fundamental es la formación profesional desde una conciencia crítica y desde la razón comunicativa.

De aquí se desprende una recomendación fundamental: la comprensión de la naturaleza y utilidad de la Nueva Teoría Estratégica debe basarse, entre otras, en programas de formación de diversos niveles y desde diversas estrategias, de este modo se propone:



1. Desarrollar un programa de alto nivel de formación de formadores, que permita constituir un equipo en capacidad de trabajar en diferentes escenarios y con diversos recursos formativos.
2. Desarrollar un plan de talleres, cursos y conferencias, presenciales y virtuales.
3. Gestionar alianza con instituciones universitarias y gremios profesionales.
4. Diseñar una línea de publicaciones con base en una distribución significativa entre los profesionales de la comunicación.

### **Referencias bibliográficas**

- Aristóteles (1998). Retórica. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (2001). La era de la información, fin de milenio, vol. III. Madrid: Alianza.
- De la Rosa, O. (2007). Aproximación a las teorías de comunicación y a la investigación en América Latina. (Tesis): Universidad del País Vasco.
- Habermas, J. (2002). Teoría de la acción comunicativa, I. Racionalidad de la acción y racionalización social. México: Taurus.
- M'Bow, A-M en el prólogo a: MacBride, S. (1980). Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo. México: FCE-UNESCO.
- MacBride, S. (1980). Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo. México: FCE-UNESCO.
- Mapa de los centros y programas de formación de comunicadores y periodistas en América Latina y el Caribe, Informe final. FELAFACS-UNESCO (2009).
- Martín-Barbero, J. (1978). Comunicación masiva: discurso y poder. Quito: Epoca-CIESPAL.
- Moles, A. (1975). La comunicación y los mass media. Colecc. Diccionarios del saber. Bilbao: Mensajero.
- Morin, E. (2000). El desafío del siglo XXI. Unir los conocimientos. La Paz: Plural.

Mesa 7: ¿Cómo afecta el 5º cambio a los profesionales de la Comunicación de Latinoamérica?  
Retos de los profesionales de la comunicación... Onofre De la Rosa

Nixon, R. B. (1982). *Historia de las escuelas de periodismo*, en revista Chasqui, No2, II época, enero-febrero-marzo. Quito: CIESPAL.

Pasquali, A. (1985). *Comprender la comunicación*. Caracas: Monte Avila.

Pérez, R. A. (2001). *Estrategias de comunicación*. Barcelona: Ariel.