



Otros Temas

Comunicación pública, comunicación política y democracia: un cruce de caminos

Luis Horacio Botero ✱

Resumen

Este artículo hace parte de la investigación en comunicación pública, denominada "Comunicación pública: un espacio para la construcción de democracia", auspiciado por la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad de Medellín. En este sentido, este texto es un espacio para el desarrollo de una propuesta abierta, crítica y compleja, que invita a los investigadores en estos tópicos a construir propuestas de comunicación pública que articulen y permitan un cruce de caminos con lo político y con la democracia.

Palabras Claves: Comunicación pública; comunicación política; democracia

Abstract

This article is part of a research on public communication which is carried out under the name of "Public Communication: A space for the construction of democracy". The study has been sponsored by the Vice-Chancellery of Research at the University of Medellin. This text is a space to develop a an open, critical and complex study to invite researchers in this fields to develop public communication proposals that articulate and facilitate a linkage path between the political and the democracy.

Key words: Political communication; public communication; democracy

Resumé

Cet article appartient à un programme de recherche intitulé « Communication publique: un espace de construction démocratique » mené sous les auspices du vice rectorat de recherche de l'Université de Medellin. Le travail prétend

se constituer comme un espace critique et complexe, ouvert aux chercheurs désireux de présenter des projets sur la communication publique qui permettent une articulation entre la politique et la démocratie.

Mots clé: Communication publique; Communication politique; Démocratie.

Recibido:15/04/2009

Aprobado: 30/07/2009

Hablar de comunicación pública y comunicación política y la posibilidad de que ambas construyan democracia resulta un asunto arriesgado, máxime cuando lo dominante en el paradigma actual de la comunicación, cualquiera que sean sus vertientes, se asocia más con el mundo de la forma, de lo superficial y de lo aparente que con la posibilidad de explorar espacios y desarrollar procesos que le apuesten a la construcción de democracia.

Por ello, y con el fin de contribuir a este debate, un grupo de investigadores de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín, vinculados al grupo de investigación CORPUS, decidimos abordar esta temática, en el marco de un proyecto de investigación, titulado: "Comunicación pública: un espacio para la construcción de democracia".

Punto de partida

Resulta imperativo esbozar dos citas como punto de partida en relación con esta temática. La primera corresponde a Dominique Wolton, quien afirma que "toda política llega a ser comunicación política en el sentido en que la política es constantemente objeto de debates y de comunicaciones" (Wolton, 1998: 89). La segunda señala que "todo acto comunicativo es un acto político" (Medina y García, 200: 56). El acto mismo de *comunicar* implica no sólo una relación con *lo político*, sino con el concepto de *lo público* en el sentido del interés general y colectivo que le asiste. La comunicación por naturaleza tiene una función que le es propia: *lo político*, que es *público*.

Asimismo, y como asunto preliminar, es necesario señalar que *lo político* es diametralmente distinto a la politiquería que campea en las

democracias representativas, en particular, en el contexto latinoamericano. *Lo político* no se distancia del acto de la comunicación, toda vez que tanto la primera como la segunda buscan entender, entre otros aspectos, el quehacer humano. *Lo político* es aquello que corresponde al ciudadano y al colectivo; *lo político* es el espacio para el debate sobre los asuntos de interés general; *lo político* es el arte de esculpir los temas de ciudad y de ciudadanía¹.

Establecer la relación entre *lo político* y la comunicación, y de éstos con *lo público* y con la democracia resulta un asunto espinoso. Por ello, en las siguientes líneas se intentará abordar una posible relación entre estos tres conceptos, y de éstos con la democracia, con el propósito de determinar un posible cruce de caminos entre ellos.

Lo público y la comunicación

Si bien se ha intentado hallar una relación de complementariedad y no de exclusión entre *lo político* y la comunicación, resulta pertinente explorar la relación entre estos dos conceptos y el término de *lo público*.

Lo público supera el concepto que lo identifica con el Estado, con lo publicable o con lo propio del espacio público. La idea de *lo público* es propia de lo que es común, lo que nos pertenece a todos, lo que es de interés general. *Lo público* es lo visible, lo manifiesto, lo accesible. *Lo público* es lo colectivo, entendido como de interés o de utilidad común. Nada más cercano, incluso, al concepto de comunicación, si la entendemos como la acción de poner en común. Y es que en este sentido, *lo público* y la comunicación cruzan caminos, tal como también cruzan caminos *lo político*, *lo público* y la comunicación. En este orden de ideas, tanto *lo público* como la comunicación y *lo político* buscan dar cuenta de la interacción entre diferentes actores; el compartir escena les es común; es más, y sin dudar, es preciso afirmar que toda comunicación política es pública por esencia.

La comunicación pública significa competencia y circulación de sentidos que la sociedad reconoce y tramita en su agenda, es decir,

¹ Una resemantización apretada sobre lo político nos podría identificar con el arte de construir la ciudad. En este sentido, un político sería un artesano de la ciudad.

que se traduce en movilización social. No hay nada más *público* que la comunicación, circunstancia que nos permite señalar que la comunicación es poner en común sentidos en su natural dimensión social.

Como lo subrayó el politólogo francés Daniel Pécaut, en el V Encuentro Iberoamericano del Tercer Sector, realizado en Cartagena de Indias (Colombia) en abril del 2000:

La noción de lo público está asociada a la aceptación de un principio de semejanza entre todos los miembros de la sociedad, la visibilidad de los debates en un espacio no organizado por el Estado, una distancia con la política institucional, reconocimiento de un mundo común en cuyo seno se construyen las particularidades de grupos con diferentes tipos de identidad (Pécaut, 2000, cp. Rey, 2001: 46).

Por lo tanto, hablar de *lo público* nos induce a referirnos a la antigua *polis* griega, a la ciudad-Estado en oposición al *oikos* como hogar y familia. A su vez, la naturaleza del *corpus*, unida a la comunicación, permite entender la dinámica de la sociedad en orden a la participación del ciudadano.

El sentido de *lo público* representa no sólo el orden de lo social, sino también la configuración de lo ideológico por el interés general. La visión del derecho romano nos pone de contacto con los términos latinos *civis - civicus (civitas)*, cuyos adjetivos ponderan y resaltan la condición de ciudadano.

El concepto de comunicación pública actualiza la lucha de los sujetos por intervenir en la vida colectiva y en el devenir de los procesos políticos concernientes a la convivencia con "el otro" y por participar en la esfera pública, concebida ésta como el lugar de convergencia de las distintas voces presentadas en la sociedad (McQuail, 1998: 112).

La *comunicación pública* tiene por finalidad poner en marcha procesos de concertación social para la movilización, a partir del consenso y el disenso, bajo un norte orientador que es la negociación de propósitos colectivos. Por ello, es necesario desvelar la manera como la sociedad se comunica y como articula sus imaginarios, reconociendo siempre

la diferencia. La *comunicación pública* no sólo es un concepto, sino una oportunidad para la construcción democrática de sociedad, a partir de una comunicación estratégica que posibilite escenarios para el desarrollo de las comunidades.

En este sentido, la comunicación pública denota la intrincada red de transacciones informacionales, expresivas y solidarias que ocurren en la esfera pública o el espacio público de cualquier sociedad. En su significado moderno extendido, este espacio designa principalmente los canales y redes de comunicación masiva, y el tiempo y el espacio reservados en los medios para la atención de temas de preocupación pública general (McQuail, 1998: 136).

Comunicación pública, política y democracia

Sin embargo, cabe preguntarse si es viable hablar de *comunicación pública y política* como una posibilidad de construir democracia. Este fue, precisamente, el objeto de la investigación, que centra su atención en la necesidad de comprender la *comunicación pública* como eje para la construcción de bienes eminentemente públicos, toda vez que aquélla está intrínsecamente vinculada con la necesidad de formar un ciudadano, núcleo fundamental para la construcción de democracia participativa.

La investigación terminada, inscrita en el banco de proyectos de la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad de Medellín, establece una relación entre *comunicación pública, comunicación política y democracia*, y el lugar donde se focaliza corresponde a una entidad estatal (Municipio de Medellín) que representa uno de los ámbitos propicios para comprender la dinámica no sólo de las interrelaciones y cruces de caminos entre los tres conceptos que inspiran el título de esta ponencia, sino también de las interrelaciones sociales de las comunidades que la constituyen. En tal sentido, se auscultó por lo qué está pasando con la *comunicación pública* en las entidades del Estado (léase Municipio de Medellín) y si estos procesos corresponden a una verdadera interacción comunicativa o, únicamente, a una estrategia de publicidad y propaganda, para reforzar las actividades de marketing del gobernante de turno.

Partimos de una conjetura orientadora y que se identifica con el hecho de que la *comunicación pública* no necesariamente permite la construcción de democracia, dado su carácter de instrumento y herramienta usada por los actores que actualizan dicho concepto entre las comunidades. La respuesta a esta conjetura guía podría hallarse en la sospecha de que es pertinente abogar por la necesidad urgente de crear espacios para que se dé una *comunicación pública y política* sobre los asuntos propios del ciudadano.

La idea de lo público es propia del ámbito de la argumentación, de la participación activa de la ciudadanía y la del aporte con contenidos, no sólo con la concurrencia de informaciones, a la idea del interés común (Miralles 2002: 54).

Sin embargo, *la comunicación pública y la comunicación política* se han centrado más en divulgar lo que hacen el poder y la farándula, que en darle visibilidad al ciudadano, quien es el sujeto afectado por las decisiones gubernamentales.

De allí que el ciudadano se convierte en un personaje apático frente a los asuntos públicos, desinteresado, desinformado, destinado a que otros piensen y asuman por él las decisiones fundamentales de su devenir.

Desde otro ángulo, son los medios y no los ciudadanos los que determinan qué ofrecer, qué informar, qué leer, cuáles son los temas de interés público, y los temas fundamentales que conectan al ciudadano con *lo público*².

Los investigadores de la comunicación coinciden en afirmar que uno de los rasgos más definitivos de la época contemporánea es justamente la producción desmesurada de información, producto del acelerado desarrollo de tecnologías electrónicas. Parece legítimo preguntarse si tal explosión de información se compadece con una mayor y mejor comprensión de los contenidos por parte de los seres humanos. O, si

2 Este hecho se conoce con la Agenda Setting. Para más información sobre este particular, se sugiere leer el capítulo VII sobre Agenda Setting y la espiral de silencio, que aparece en el libro escrito por Luis Horacio Botero Montoya, titulado "Teoría de públicos. Lo público y lo privado en la perspectiva de la comunicación", publicado por el Sello Editorial, Universidad de Medellín, segunda edición. 2007.

por el contrario, y como lo advierte Bettetini, “en un mundo cargado de artefactos comunicativos como nunca ha existido en la historia de la humanidad, la comunicación puede quedar reducida a un rumor ensordecedor. La espectacularidad global de lo cotidiano es muda” (Bettetini, 1986: 86). O, para expresarlo en términos del profesor Uriel Sánchez de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Medellín, ¿será que hoy estamos más mediados que comunicados?³

La sociedad cuenta hoy con múltiples medios y tecnologías de información que deberían permitir una mejor comprensión de las mismas organizaciones y del ser humano que habita en ellas. Sin embargo, y en términos de Barbero:

La centralidad indudable que hoy ocupan los medios resulta desproporcionada y paradójica en países con necesidades básicas insatisfechas en el orden de la educación o la salud como los nuestros, y en los que el crecimiento de la desigualdad atomiza nuestras sociedades deteriorando los dispositivos de comunicación esto es cohesión política y cultural (Barbero, 2003: xii).

Se trata, en definitiva, de entender la responsabilidad social que compete a los medios en lo que respecta al papel que éstos juegan en la construcción de las identidades culturales, en la formación en *lo político* y en la defensa de *lo público*.

Frente a la crisis de la conciencia pública y la pérdida de relieve social de ciertas figuras tradicionales del intelectual, es necesario que los comunicadores hagan relevo y conciencia de que en la comunicación se juega de manera decisiva la suerte de lo público, la supervivencia de la sociedad civil y de la democracia (Barbero, 2005: 127).

La comunicación no puede estar exclusivamente orientada al ámbito de la información; por tal motivo, es preciso entender que la universalidad de los fenómenos comunicativos alberga, también, compren-

3. Para mayor información sobre este particular, se sugiere leer el capítulo titulado “Más mediados que comunicados”, escrito por el profesor Uriel Sánchez Zuluaga y publicado en el texto *Pensar la Comunicación*, Sello Editorial de la Universidad de Medellín. Enero de 2006 (pp. 297-312).

siones y representaciones colectivas, expresiones sociales, sentidos compartidos y contextos tan disímiles que, sin lugar a dudas, modelan y decantan la naturaleza misma de la información, amén de caracterizar al individuo mismo en sus múltiples interacciones.

A modo de conclusión

Hablar de *comunicación pública* y *comunicación política* resulta una aventura, máxime si consideramos que asistimos a una sociedad del infoentretenimiento. Sin embargo, la aplicación de *la comunicación pública* y *la comunicación política* resulta también llamativa, sobre todo, si consideramos que este asunto está aún por explorar. La academia, y no el pragmatismo desfigurado de los politiqueros, tiene allí un vasto campo de estudio y aplicación.

La comunicación pública y *la comunicación política* cuentan con un espacio ideal para fortalecer la idea de lo común, lo colectivo, lo que nos pertenece a todos. *La comunicación pública* y *la comunicación política* se constituyen en un espacio propicio para vigorizar la democracia y la participación ciudadana, dados los vacíos conceptuales, teóricos y prácticos, sobre la comunicación, *lo público* y *lo político*.

El comunicador es dimensión significativa de la cultura en la medida en que lucha contra la tendencia más extrema de ghetto y de repliegue que es hoy el encerramiento en lo privado, la privatización de la vida disolviendo el tejido colectivo, desvalorizando la experiencia social al confundirla con el ámbito de la agresividad, el anonimato y la inseguridad. No sólo desde la política, también desde la cultura puede activarse lo que en público hay de pueblo, de sentido comunitario y solidario (Barbero, 2005: 113-114).

A mi juicio, sólo desde una mirada integradora, será posible hablar de *comunicación pública* y de *comunicación política*, así como de la existencia de políticas públicas de comunicación.

Para finalizar, una cita de David Merrit resulta pertinente:

Los propósitos de la comunicación política y pública giran en torno a la idea de reconectar a los ciudadanos con la vida pública, potenciar la capacidad de deliberación de la ciudadanía, ofrecer información

con miras a la participación, apoyar los procesos ciudadanos con un buen cubrimiento (y especialmente un adecuado seguimiento), dar elementos para la creación de capital social, al tiempo que pone a los medios en calidad de actores y promotores del diálogo social (Merritt, 1995: 113-114).

Así que este campo de investigación está abierto, en espera de que los docentes, investigadores y estudiantes de las facultades de comunicación de Iberoamérica iniciemos su exploración, bajo la imperiosa urgencia de formar más ciudadanos en *lo político* y en la defensa de los asuntos propios de *lo público*.

Bibliografía

- Barbero, J. M. (2003). *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Barbero, J. M. (2005). Los oficios del comunicador. En: *Revista Coherencia*. Medellín: Humanidades-Universidad Eafit.
- Bettetini, G. (1986). *La conversación audiovisual. Problemas de la enunciación fílmica y televisiva*. España: Cátedra.
- Botero Montoya, L. H. (2006). *Teoría de públicos. Lo público y lo privado en la perspectiva de la comunicación*. Medellín: Sello Editorial Universidad de Medellín.
- McQuail, D. (1998). *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Medina, G. y García, W. (2001). Estado del arte de los estudios sobre comunicación y violencia. En: *Pablo Emilio Angarita, Balance de los estudios sobre violencia en Antioquia*. Medellín: Universidad de Antioquia, INER.
- Merritt, D. (1995). *Public Journalism and Public Life*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Miralles, A. M. (2002). *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*. Bogotá: Editorial Norma.
- Rey, G. (2001, 15 de julio). La Revista. *El Espectador*, p. 46.

- Sánchez Zuluaga, U. H. (2006). Más mediados que comunicados. En: *Pensar la Comunicación*. (pp. 297-312). Medellín: Sello Editorial Universidad de Medellín.
- Wolton, D. (1998). Las contradicciones de la comunicación política. En: *Pilles Gauthier et al, Comunicación y política*. Barcelona: Editorial Gedisa.