

Vida, pasión y resurrección de la comunicación: el paradigma emancipatorio

Orlando Villalobos Finol

Orlandovillalobos26@gmail.com

Los paradigmas predominantes de la comunicación han invertido los términos, colocando la fuerza del acto de comunicarse fuera de las personas y de sus dominios. De tal manera que su capacidad para comunicarse o interrelacionarse está, en este supuesto, no en su mundo interior sino en su disposición para “conectarse” con amplios sistemas de información. Esta manera de entender la comunicación, que se corresponde con la época del crecimiento a ritmo de vértigo de nuevas tecnologías de la comunicación y la información, ha derivado hacia un uso instrumental de los medios técnicos, colocados al servicio de la comunicación. Como resultado, en lugar de propiciar una intervención benefactora de los medios, que se traduzca en una relación diferente con la audiencia, que incentive la participación y organización ciudadana, y auspicie la deliberación y la acción pública, verificamos que se genera un efecto mediático que desestimula lo ciudadano y es fuente de prácticas perversas, desinformadoras y contrarias a la creación de hilos asociativos. Desde los medios masivos se favorece la disyunción entre ciudadanía y consumo. Se coloca al ciudadano en el papel de espectador y se le niegan sus posibilidades como protagonista. Prevalece el enfoque filosófico que coloca a las audiencias como potenciales clientelas de los anunciantes. El mundo complejo de esta hora, que exige un cambio de paradigmas, nos lleva a explorar la posibilidad de un ejercicio comunicacional diferente, emancipatorio, que se traduzca en pluralidad democrática, diálogo, justicia social y solidaridad. Sólo así la comunicación responderá a sus propósitos centrales y nobles: favorecerá la circulación del pensamiento y el derecho a la información, como parte de la misión social y pública que le corresponde.

Palabras clave: Comunicación, comunidad, paradigma, medios masivos.