

# Sobre la comunicación y la Revolución

**Jacobo Albán T.**

*Estudiante de Quinto año de Sociología Universidad de la Habana.*

*“yo no creo en lo que dice los diarios  
Ni tampoco lo que habla la radio,  
Yo creo en ti, mi vida, yo creo en ti”  
Canción de Rubén Blades*

Qué pasa que las grandes mayorías se dejan dominar por unas minorías. ¿Cómo es que la clase dominante reproduce su ideología y logra la construcción de niveles importantes de consenso?

*“si el régimen capitalista puede vivir así y reproducirse durante tanto tiempo es porque además de la explotación en el ejercicio del poder hubo un plus que evidentemente pasó inadvertido, la dominación...La teoría de Marx, que estudio los dos mecanismos fue castigada y reducida a uno, a que con solo cambiar la propiedad jurídica de las empresas se podía crear una nueva sociedad.” [\[1\]](#)*

El fenómeno de la dominación se constituye central en el debate la revolución.

La dominación de la ideología de la burguesía se reproduce a través de un sinnúmero de mecanismos, en este espacio queremos acercarnos al ámbito de la comunicación y de paso atrevernos a dar algunas opiniones.

El tratar la comunicación ha sido siempre un asunto muy complicado al tener muchas aristas y puntos por donde tomarse tan y tan diferentes. En la introducción del libro sobre teoría de Comunicación de Margarita Alonso e Hilda Saladrigas encontramos que sobre comunicación dicen:

*“...su definición ha sido muy variada en matices y perspectivas como diversa su complejidad, toda vez que es fenómeno, pero ademas es proceso y resultado, practica o conjunto de prácticas, parte esencial de la cultura y la innovación cultural, soporte simbólico y material del intercambio social en su conjunto, ámbito donde se genera, se gana o se pierde poder, enlace y registro de agentes, agencias y movimientos sociales, herramienta de interlocución, espacio de conflicto, conjunto de imagines, sonidos y sentidos, lenguajes y lógica de control al servicio de unos cuantos y de exclusión de las mayorías (Orozco, 1997; 28). Además es espacio profesional, campo académico y objeto de estudio transdisciplinar” [\[2\]](#). Y herramienta y espacio de lucha ideológica.*

Al plantearnos la problemática de la comunicación tenemos que partir de las diferentes concepciones que se manejan sobre la misma.

*“La distinción primaria que es necesario hacer ... a los significados diferentes y hasta divergentes del término comunicación. Etimológicamente, encontramos en su raíz la palabra latina comunis: común; así, comunicación es, en su origen, hacer común un conocimiento, una información. Con el tiempo, sin embargo, significó el objeto hecho común (una comunicación) o los medios físicos para lograrlo (los medios de comunicación) o el traslado de la información de un actor a otro (la trasmisión de la información). Es por eso que existe hoy una ambigüedad que, llevada a sus extremos, entraña una contradicción: comunicar como transmitir (proceso unidireccional) y comunicar como compartir (hacer común, proceso bidireccional, interactivo, mutuo). Transmitir y compartir se sitúan en polos opuestos en una posible acción de comunicar. Transmitir significa la admisión de que algún conocimiento que poseo puedo pasarlo a otro, mientras que compartir significa comunión, encuentro, participación, elaboración con otro del conocimiento”.*[\[3\]](#)

De lo anterior se desprenden dos concepciones totalmente opuestas entre sí de lo que significaría la comunicación. La visión de la comunicación que tengamos será acorde con el punto ideológico de que partamos. Desde una visión conservadora de la sociedad, unidireccional y enajenante, la comunicación será fetichizada en los medios, y será entendida solamente en términos de transmisión-difusión de la información. En contravía con lo anterior, si partimos de una visión revolucionaria de la sociedad, dinamizadora y de mutuo condicionamiento entre las diferentes partes del todo social, la comunicación será entendida como compartir y la relación interactiva, como diálogo.

Partiendo de la sociedad como un todo interrelacionado, podemos concordar con Carlos Núñez Hurtado cuando escribe: *“Educación, comunicación y cultura –según hemos entendido- son componentes inseparables y complementarios de un mismo proceso”*[\[4\]](#) coincidiremos en que todo acto comunicativo es a su vez un acto educativo y a su vez, todo acto educativo es a su vez un acto comunicativo. *“podemos hablar lo mismo de comunicación educativa...que de educación comunicativa”*. Donde tanto el comunicar como el educar serían resultados de una práctica social, y no el mero depósito de conocimiento-información de la cabeza de los que saben, los emisores, a la cabeza de los receptores, los que no saben.

La comunicación imperante socialmente está acorde a las necesidades del sistema hegemónico burgués. En definitiva, no podemos olvidarnos de que vivimos en una sociedad en que unos pocos tienen el poder político y económico. Esos pocos ejercen también su poder ideológico sobre las voluntades de la gente.

De esta manera la concepción de comunicación dominante en el mundo es la de transmisión de información o difusiva: aquí la comunicación es definida por términos como emitir, difundir, dar información. Esta comunicación está basada en el verticalismo y se nos pretende como eterna, a su vez que es funcional al sistema de dominación. *“Las formas verticalistas de comunicación convienen a los poderosos y han logrado que todos las encontremos naturales, casi las únicas posibles.”...creando “un modelo comunicacional de tipo trasmisor, el clásico esquema emisor-mensaje-receptor que Shannon y Weaver concibieron para la transmisión de información entre máquinas y que se generalizó acríticamente para la comunicación humana. La comunicación es entendida como la transmisión de mensajes desde un emisor a un receptor”.* [5]

No nos adentraremos en los intrínquilis de esta concepción de comunicación, hegemónica, mediante el cual se ejerce la dominación cultural y se establece la ideología de sumisión en los pueblos. Porque este tipo de comunicación no está orientada hacia construir el cambio social, sino todo lo contrario.

La comunicación para el cambio social será la que se desarrolle con un sentido de clase. La comunicación desde el sector popular una nueva concepción de la comunicación, llamada genéricamente comunicación popular que podría llamarse comunicación para transformar o comunicación transformadora. Lo importante ciertamente no es tanto el nombre como la concepción de la misma. Esta elaboración teórico practica es heredera directa de los postulados de Paulo Freire. Esta educación -comunicación basa su concepción en que nadie educa a nadie, ni nadie se educa solo: los hombre se educan entre si, mediatizados por el mundo. La educación es un proceso permanente en que el sujeto va descubriendo elaborando reinventando haciendo suyo el conocimiento. La comunicación es concebida como dialogo, basada en los principios democráticos de respeto y de saber escuchar. En este sentido lo principal no seria propiamente el mensaje, sino el proceso comunicativo- por que es mediante el proceso practico de interacción donde las personas producen su subjetividad a la vez que se producen unas con otras. Solo mediante la reflexión y la práctica es posible que se formen conciencias liberadas y liberadoras de las prácticas enajenantes y dominadoras.

Esta visión de la comunicación popular se sustenta en lo fundamental de la práctica social como elemento transformador de la realidad. Nos es imprescindible realizar una profunda transformación en las prácticas que se consideran revolucionarias y que inconscientemente reproducen patrones de la dominación. Es imposible transformar la sociedad si nosotros mismos

nos encargamos de reproducir su ideología mediante prácticas cotidianas que vamos como naturales y no sometemos a un examen de crítica.

la III tesis sobre Feuerbach que apunta: *“la teoría materialista de que los hombres son producto de las circunstancias y la educación, y de que, por tanto los hombres modificados son producto de circunstancias distintas y de una educación modificada, olvida que las circunstancias se hacen cambiar precisamente por los hombres y que el propio educador necesita ser educado...”*<sup>[6]</sup>

En este sentido la tarea en el campo de la comunicación es necesaria que vaya mas allá de la llamada comunicación alternativa, que recogería toda una serie de esfuerzos realmente meritorios en la mayoría de los casos. En aras de subvertir el orden imperante Es necesario socavar las entrañas del régimen burgués y mediante un arduo trabajo de comunicación de las propuestas revolucionarias ganar la batalla por la mente y el corazón de las grandes masas populares protagonistas de cualquier proceso de Cambio Social Radical. Sin embargo, son muchos los sectores revolucionarios, que todavía hoy, es poco interés han prestado sobre los cambios relacionados con la comunicación y la lucha ideológica que va implícita en esta.

La preocupación por la comunicación por parte de los sectores revolucionarios tiene que salirse de la mera denuncia sobre como nos manipulan a través de los medios masivos oficiales. Que si bien es importante, se queda corta ante la problemática tan compleja que se vive en este ámbito. La comunicación es fundamental para entender la ideología y por tanto la lucha ideológica. Es por medio de esta que los seres humanos expresan sus emociones, ideas, concepciones del mundo, etc., y entran en relación con los otros. De esta forma, las ideas liberadoras tiene que salirse netamente del plano de los medios de comunicación conservadores, mas por su concepción verticalista que por su contenido- y establecer una comunicación que responda a las expectativas y necesidades de los sectores populares.

*“Uno de los problemas históricos más importantes que toda cultura filosofía y concepción del mundo debe afrontar es el modo en que se hace masiva, se socializa, en el momento en que disputa la hegemonía en el seno del sentido común, o, para decirlo con palabras del joven Marx, el de la forma en que puede " TV de fuerza material " cuando se encarnan en las masas. El momento en que la filosofía devienen política”*<sup>[7]</sup>

Establecer el como desarrollar la llamada batalla de ideas con propuestas y formas liberadoras que abarquen grandes masas debe de ser una preocupación generalizada en el campo popular. mas si tenemos en cuenta lo eficiente que se ha convertido el capitalismo en este sentido, que

reproduce incesantemente su modo de producción- apropiación por medio de toda la telaraña mediática en la que tiene enredada el espíritu libertario.

### **A manera de conclusión**

La lucha por el cambio en la sociedad se realiza tanto en el terreno de lo material como en el terreno de lo espiritual. Ya que no es posible desligar un de otro. La batalla de ideas o lucha ideológica sería el espacio en que se enfrentaría las diferentes visiones y concepciones sobre el mundo, que darían sentido a las acciones de los sujetos.

La sociedad capitalista se sostiene en parte importante gracias a la enajenación de las grandes masas. Enajenación que se da por el carácter enajenado del trabajo en el modo de producción burgués, y que se reproduce a lo largo y ancho de las relaciones sociales.

El objetivo de la lucha ideológica estaría determinado por la creación de sujetos con mentalidades que se manejaran acorde con las visiones ideológicas que representan. O sea actores del cambio o seres enajenados.

Uno de los procesos que permitiría la toma de conciencia sobre la realidad, por encima de la enajenación, sería la autorreflexión sobre las prácticas cotidianas.

En este sentido la comunicación jugaría un papel fundamental en el proceso de creación de nuevas subjetividades que se enfrenten al status quo.

La necesidad de la implementación de una comunicación que responda a las prácticas y a las concepciones para la liberación es la necesidad del momento. Es necesario someter a profunda crítica nuestras propias acciones, ya que sin ser concientes reproducimos patrones de conducta propios de la dominación burguesa e vuelve imprescindible esta reflexión para no reproducir formas ideológicas burguesas con lenguaje revolucionario

Pese a los esfuerzos de la ideología burguesa, el cambio es posible, aunque solo es posible si lo hacemos posible, ya que este no caerá del cielo ni será obra de Mesías solitarios.

.

---

[1] Kohan, Néstor. Ob. Cit.

[2] Alonso, María Margarita y Hilda Saladrigas. Teoría de Comunicación. Una introducción a su estudio. Editorial Pablo de la Torriente Brau. Pág. 7.

[3] Vidal, José Ramón. Paradigmas básicos en la comprensión del proceso de la comunicación. Versión digital.

[4] Núñez, Carlos Hurtado. Educar para transformar, transformar para educar. Editorial Caminos pág. 154

[5] -. García, Alicia; Gabriel Kaplún y Rubén Moreira. Las dificultades de la comunicación dialógica- versión digital

[6] Carlos, Marx, ...Selección de Textos... Pág. 102

[7] Kohan, Néstor. Marx en Su Tercer Mundo. Pág. 59