

# COMUNICAR PARA LA PARTICIPACIÓN Y LA INCIDENCIA

## ***Washington Uranga***

Profesor. Comunicador social. Docente investigador Universidad de Buenos Aires y Universidad Nacional de La Plata. Director de la Maestría en Comunicación Institucional, Universidad Nacional de San Luis. Argentina.

***urangaw@gmail.com***

El autor declara no tener conflicto de interés alguno con la revista Punto Cero



Uranga, Washington. (2021). Comunicar para la participación y la incidencia . Punto Cero, año 26 n°42, julio de 2021. Pp 24-31. Universidad Católica Boliviana “San Pablo” Cochabamba.

---

**Resumen:**

Es necesario repensar la comunicación como categoría para volver a la esencia de la socialidad humana y a las formas de relacionamiento entre los sujetos. En la actualidad, lo anterior remite a la vincularidad entre comunicación y política, y a los juegos de poder en el escenario simbólico. Para comprender la comunicación es preciso hacerlo desde la complejidad de los procesos sociales. El derecho a la comunicación como derecho habilitante, el rol de los comunicadores, participación e incidencia.

**Palabras clave:**

Comunicación - participación - incidencia  
- poder

**Communicate for participation  
and incidence****Abstract:**

It is necessary to rethink communication as a category to return to the essence of human sociality and the forms of relationship between subjects. Currently, the above refers to the link between communication and politics, and to the power games in the symbolic scenario. In order to understand communication it is necessary to do so from the complexity of social processes. The right to communication as an enabling right, the role of communicators, participation and incidence.

**Key words:**

Communication - participation - incidence  
- power

## 1. Comunicación y política: dos ámbitos de actuación inseparables

¿De qué estamos hablando cuando decimos “comunicación”? ¿de los medios?, de ¿todos los medios?, ¿del “sistema de medios” muchas veces actuando corporativamente? ¿Apenas de lo que llamamos redes sociales? ¿O de aquello que está en la base de la condición humana y trasciende lo antes citado?

En realidad, la comunicación es todo lo anterior apoyado en la complejidad de las relaciones sociales que van tejiendo y construyen nuestra relación social, nuestra constitución como comunidad.

El maestro Jesús Martín-Barbero afirma que “como fundamento y raíz de la socialidad, la comunicación viene a ser el tejido en el que se enlazan y se anudan los hombres”. Y agrega que “de ahí que toda revolución es la búsqueda de una forma nueva de comunicación y que todo cambio que afecte a la comunicación ataca los elementos de la convivencia” (MARTÍN-BARBERO, 2018: 83).

Podemos afirmar que la comunicación se constituye a partir de un juego de subjetividades que se entrelazan y tensionan entre sí, manifestándose en intereses políticos, económicos, sociales y culturales hasta traducirse en significaciones que aportan a la configuración del territorio simbólico que habitamos.

En la sociedad mediatizada en la que vivimos podemos sostener que la comunicación es un escenario de representación donde se ponen de manifiesto de manera simbólica, las luchas por el poder que existen en la comunidad.

El escenario comunicacional hoy debe ser comprendido como una plaza simbólica, donde los actores juegan todas sus posibilidades, cada uno en función del poder que puede ejercer de acuerdo al tema y a las circunstancias.

Por todo eso hoy necesitamos pensar la comunicación en el marco de la política y la política en el escenario de la comunicación. Sin limitar nuestra mirada comunicacional a los medios o al sistema de medios. No para excluir a éstos, sino para tenerlos como un componente fundamental, aunque no excluyente de prácticas sociales atravesadas por procesos de construcción de sentidos colectivos que van configurando los modos de ser y actuar en la sociedad y el entramado que sostiene las relaciones sociales.

## 2. ¿Cómo pensar la comunicación entonces?

Fundamentalmente como relaciones entre sujetos, en nuestra mirada particular entre ciudadanos, que intercambian, negocian y producen sentidos colectivos en la vida cotidiana. Es decir, como procesos comunicacionales, que se generan en la interrelación y la vincularidad entre sujetos y actores sociales en el marco de una comunidad y de una cultura, produciendo efectos de sentido que inciden en las prácticas.

¿Cuál es entonces nuestro objeto de estudio?

Jesús Martín-Barbero nos ha dicho que “pensar los procesos de comunicación desde la cultura significa dejar de pensarlos desde las disciplinas y desde los medios. Significa romper con la seguridad que proporcionaba la reducción de la problemática de la comunicación a las tecnologías” (MARTÍN-BARBERO, 1991: 227).

Sin embargo, esto que dimos por cierto y aprendido hace muchos años, parece ahora revertirse con el desarrollo tecnológico y la invasión de las redes sociales digitales. Y si en un momento nada existía fuera de los medios masivos, ahora parece ser que el único escenario posible es el de las redes sociales digitales.

---

Para volver a focalizar nuestros estudios sobre comunicación, es preciso recuperar la complejidad de lo comunicacional a partir del sujeto actuante y constructor de la vida social. Es decir que de lo que denominamos prácticas sociales protagonizadas por las personas en el territorio.

Y para eso debemos entender a la sociedad como un territorio complejo dentro del cual se recortan escenarios diversos. Pensar la comunicación allí y desde allí, hacerlo estratégicamente, es adentrarnos en esa complejidad y comunicar desde el entramado que genera el propio territorio y sus escenarios.

Siguiendo a Michel de Certeau, podemos decir que el territorio es lugar más espacio (Cf. CERTAU, 2007: 130). Es necesario entender a la ciudadanía como un lugar, como un mapa. Estratégicamente es preciso conocer a los actores en profundidad, también en sus subjetividades, para poder apreciar las movilidades que generan y transitan por ese lugar para convertirse en espacio. Porque tales movilidades, expresiones, manifestaciones, tomas de posición, luchas por el poder, son comunicacionales.

Esto es lo que necesitamos captar, describir y comunicar. Me refiero a los sentidos ciudadanos que se expresan en diversidad de ciudadanías que transitan el espacio público y que deben ser puestas en la escena pública. Es el reconocimiento de la diversidad que habita en nuestras sociedades. Su visibilización y el desarrollo de capacidades para expresar tales identidades heterogéneas y disímiles hace a la cuestión esencial de la transparencia y la participación.

### **3. El derecho a la comunicación como derecho habilitante**

Así como sostuvimos antes que no podemos pensar la comunicación al

margen de la política y ésta al margen de la comunicación, en otros momentos aseguramos que no existe ciudadanía democrática sin comunicación democrática.

En coherencia con lo que venimos desarrollando, la ciudadanía democrática requiere de una comunicación que también lo sea porque la comunicación es, hoy por hoy, uno de los principales sostenes de la participación en comunidad. La plaza simbólica de la comunicación no solo permite el reconocimiento de las identidades diversas, es el lugar para darles visibilidad y para expresarlas, sino que también es un ámbito de participación por antonomasia. Entiéndase bien. No el único, pero sí un escenario preponderante y de enorme importancia en la sociedad comprendida como el territorio en el que se plasman las prácticas sociales.

En ese y en muchos otros sentidos, el derecho a la comunicación se convierte en un eje primordial de los derechos. Podemos decir que el derecho a la comunicación es un derecho habilitante de la integralidad de derechos. Porque permite el acceso a los otros derechos y, sobre todo, porque nadie puede demandar para sí algo que no sabe que le pertenece como derecho.

La comunicación democrática, transparente y participativa, es una puerta de acceso al goce integral de los derechos políticos, sociales, económicos y culturales. Sin comunicación democrática no puede haber democracia plena.

### **4. Comunicación, poder e incidencia**

No podríamos avanzar en esta reflexión sin aludir, en este camino, al “poder” como un dato siempre presente. Sabemos que aquello que se reconoce como “conocimiento” (categorías, modos de comprender, criterios interpretativos) no puede ser reconocido como legítimo si no está avalado por algún dispositivo de

poder. Pero, al mismo tiempo, quien tiene el poder precisa de los saberes reconocidos en determinada época histórica para legitimar y conservar su poderío. Poder y saber interactúan constantemente, y ninguno puede sostenerse sin el otro.

La historia nos demuestra la existencia de saberes que, asociados a determinados poderes y relacionados con las prácticas sociales predominantes en una época histórica dada, guían la acción de las personas, los grupos y las comunidades. Tales saberes se disipan cuando el poder que los sostiene entra en descomposición o se desvanece.

Afirma la filósofa Esther Díaz que "hubo (y sigue habiendo) una voluntad generalizada de hacernos creer que la verdad no tiene nada que ver con el poder. O, dicho de otra manera, que quien ejerce el poder no posee la verdad o que quien posee la verdad, no ejerce poder, ya que la verdad -se supone- es un ámbito privativo de la ciencia. Sin embargo, mientras se ejerce el poder se trata de hacer valer las verdades propias y suelen rechazarse las ideas ajenas como falsas. El poder siempre se ejerce en nombre de ciertas verdades. Por otra parte, quienes consiguen imponer verdades están apoyados en algún tipo de poder. Pero como el poder tiene mala prensa, los modernos quisieron seguir manteniendo la antigua patraña de que la verdad no tiene nada que ver con el poder" (DÍAZ, 2004: 1).

No hay una verdad "objetiva" o una única verdad. Aquello que denominamos la realidad es una convención que emerge de las relaciones de poder -material y simbólico- y que se constituye como referencia para la acción colectiva.

El escenario de actuación está atravesado por esas referencias. Pensar la incidencia política de los actores sociales -sean individuos u organizaciones- supone reconocer simultáneamente la puesta

en juego de valores (una comprensión del mundo y del ser humano como protagonista), de modos de conocimiento (categorías interpretativas), de métodos de intervención (capacidades y habilidades para la transformación de las prácticas) y de comunicación (la lucha simbólica acerca de los sentidos que atraviesan la vida social y que se constituyen en la cultura).

En el cruce de todas estas variables se sitúan los desafíos para la intervención desde la comunicación con vocación de incidencia política.

Esta comprensión de la comunicación y el acento en la complejidad, sumado a la perspectiva integral de derechos (que incluye el derecho a la comunicación) redefine, por un lado, el quehacer y el rol del/de la comunicador/a en la sociedad, pero también reposiciona a la comunicación en el marco de la política y de las decisiones políticas. No se puede, a nuestro juicio, pensar la comunicación al margen de la política, de las relaciones de poder, de la construcción social.

Ejercer el poder es pretender incidir. Entendiendo por incidencia la acción sostenida en el tiempo que busca la transformación social desde una determinada perspectiva para influir y generar discusión pública sobre un tema en alguno de estos niveles que expresamos a continuación:

- Dar visibilidad a un tema. Cuando el actor social percibe o reconoce la existencia de un asunto que, a su juicio, requiere la atención pública y, en consecuencia, se moviliza e inicia acciones para instalarlo en la agenda social.

- Sensibilizar sobre un tema a otros actores clave. Cuando ese mismo actor promueve el debate y moviliza a otros y otras a partir de la conciencia de que

los cambios demandan del trabajo conjunto y del apoyo multiactoral.

- Instalar el tema en la agenda pública. Emerge cuando el asunto en cuestión cobra relevancia como prioritario y urgente para la actualidad de la comunidad, tanto en los medios de comunicación, en la producción de bienes culturales, en las redes sociales y ámbitos de debate político. Este nivel también implica la sensibilización de actores políticos partidarios y/o gubernamentales clave, a fin de que asuman el tema como parte de su agenda y se pronuncien públicamente al respecto.

- Participar en la definición de políticas públicas. Un grupo, una organización, puede acceder a este nivel de incidencia cuando es reconocida y convocada como un actor legítimo para ser parte en alguna o varias etapas del diseño de una estrategia o política pública, transformándose en actor protagónico de la misma.

La incidencia debe ser leída como una instancia esencial de participación en la sociedad actual, porque es una manera de ejercer el poder y de disputar sentidos en la sociedad.

## **5. Comunicar sentidos y con sentido**

Todo lo anterior no lleva a la necesidad de perfilar estrategias de comunicación para la incidencia y participación.

Podemos sintetizar esas estrategias en:

- comunicar sentidos,
- comunicar con sentido.

Comunicar sentidos se traduce en encontrar mediaciones para generar procesos de comunicación que habiliten la construcción colectiva de sentidos compartidos. En otras palabras, que aquello que se vaya instalando como “sentido común”, como categoría

interpretativa, también como criterios éticos o políticos, sea el resultado del diálogo social y comunitario.

Teniendo en cuenta que cada palabra, mensaje, imagen, acción y omisión deja huellas en los ciudadanos y que el límite entre lo público y lo privado se vuelve muy difuso y difícil de establecer para quienes actúan en el ámbito de la sociedad; que las prácticas comunican más allá de la intencionalidad manifiesta o no de hacerlo porque todas nuestras actitudes y acciones son leídas como modos de enunciación del discurso de aquellos espacios a los que pertenecemos o con los que se nos identifica.

Comunicar sentidos supone entonces una gran coherencia entre lo dicho y lo hecho, entre lo actuado y lo verbalizado.

Y a cuento de esto viene la idea de comunicar con sentido.

Lo que se construye como comunicación expresa y explícita, como mensaje de las organizaciones, de los grupos, de las comunidades, tiene que estar cargado de los mismos sentidos, de las mismas categorías valóricas, de miradas complementarias tomadas a partir de ese diálogo y de la construcción colectiva de la que hablamos antes y que surge de los mecanismos permanentes de intercambio entre los diferentes actores y la sociedad.

## **6. El rol de comunicadores/as en la sociedad**

En este mundo que se supone súper informado me pregunto quién necesita de comunicadores y comunicadoras para estar informado.

No estoy diciendo que la sociedad pueda prescindir de nosotros, de nosotras, periodistas, comunicadores y comunicadoras sociales. Sí digo, que tenemos que repensar nuestra tarea atendiendo al nuevo territorio en el que nos estamos desarrollando y dejando

atrás construcciones que ya no responden a lo que hasta no hace mucho vivimos.

Sandra Massoni sostiene que “la especificidad del comunicador es generar espacios de encuentro como una búsqueda que se propone articular prácticas de comunicación y movimientos sociales” (MASSONI, 2011: 62). Y agrega que “ser comunicador es, ante todo, un estilo de hacer” (MASSONI, 2011: 32).

Me atrevo a decir que nuestra tarea se complejiza hoy para abordar el sentido estratégico de la comunicación, asumiendo su carácter complejo, pero a la vez permeable a la emergencia de lo fluido del territorio y de los escenarios, y reconfigurando nuestro hacer en línea con poner a dialogar el propio territorio, aquel que nos corresponda habitar (las organizaciones, las instituciones, la gestión o la política), con la sociedad toda comprendida como el territorio contextual que lo contiene.

Como comunicadores y comunicadoras, asumiendo una mirada estratégica y participativa, necesitamos cumplir el papel de mediadores/as del diálogo público entre actores diversos y plurales en un territorio que también lo es.

En el entendido de que la comunicación se constituye en hito fundante, eje de construcción de la sociedad y de la condición ciudadana, cuyo objetivo final es y debe ser siempre el hombre, la mujer, el sujeto de derechos para quien queremos trabajar y a quien queremos servir.

Esto es también imaginar la comunicación no apenas como acto aislado, no solamente como medios, sino básicamente como procesos comunicacionales que expresan diversidades culturales, identidades diferentes y subjetividades que se construyen y constituyen a partir de las mismas.

Imaginar la comunicación desde esta perspectiva supone además trabajar sobre la idea de procesos comunicacionales, entendidos como complejidad de factores que se entrecruzan en el quehacer de los individuos y de los actores sociales, y que van adquiriendo significación y produciendo sentidos en el ámbito de la vida cotidiana.

Planificar estrategias de comunicación desde esta mirada es, en consecuencia, mucho más que diseñar modos de acceder a los medios, de generar informaciones desde una oficina de prensa o elaborar productos culturales. Es mucho más próximo a desatar y promover acciones destinadas a generar diálogos e intercambios públicos, con el fin de suscitar sentidos políticos y culturales que permitan la construcción conjunta y participada de una ciudadanía que también es colectiva. Es hacerlo desde la convicción de que la participación ciudadana es esencial para producir cambios genuinos. Porque, como bien afirma Adalid Contreras Baspineiro “es la comunidad la que decide el sentido de los cambios, que no operan solamente en las condiciones de vida, sino también en la trama de relaciones comunitarias caracterizadas por la colaboración, la solidaridad, la cooperación y la expresión de la palabra” (CONTRERAS, 2018: 38).

Para lograr ese propósito quienes hacemos comunicación debemos abrir espacios sistemáticos de autocrítica, para revisar nuestras acciones a la luz de principios éticos que están en permanente reformulación. También para agudizar la escucha, porque esa es la única y verdadera manera de que nuestra palabra se potencie cobrando sentido. Implica, ciertamente, abandonar nuestras zonas de confort, nuestras presuntas certezas profesionales y también académicas, para reconocer que la información y el saber no anidan apenas en nosotras y en

---

nosotros, sino que, siendo protagonistas importantes de la sociedad en que vivimos, somos sin embargo apenas simples servidoras y servidores de lo social y de lo público, que es espacio de diálogo y de construcción de lo colectivo en la diversidad.

### **Bibliografía**

CERTEAU, Michel de (2007). La invención de lo cotidiano. Volumen I. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Universidad Iberoamericana. s/n, México.

CONTRERAS BASPINERO, Adalid (2018). Recordar el futuro. Planificación de la comunicación desde la comunicación. Neiva (Colombia), Universidad Surcolombiana.

DÍAZ, Ester (2004). Foucault y el poder de la verdad. <[http://www.estherdiaz.com.ar/textos/foucault\\_verdad.htm](http://www.estherdiaz.com.ar/textos/foucault_verdad.htm)>. (11/10/2020).

MARTIN-BARBERO, Jesús (2018). La palabra y la acción. Por una dialéctica de la liberación. Bogotá. Editorial Pontificia Universidad Javeriana.

MARTIN-BARBERO, Jesús (1991). De los medios a las mediaciones. Barcelona, Editorial Gustavo Gili. Versión revisada.

MASSONI, Sandra (2011). Comunicación estratégica. Comunicación para la innovación. Rosario. México, Homo Sapiens.

URANGA, Washington (2006). Conocer, transformar, comunicar. Buenos Aires, Editora Patria Grande.

URANGA Washington y THOMPSON, Héctor (coordinadores) (2006). La incidencia como camino para la construcción de ciudadanía. Buenos Aires, Editora Patria Grande.