

"Comunicación, Política y Participación Ciudadana Local"

Leonel Yáñez Uribe¹

Abordaré la invitación a comentar sobre "comunicación política y participación ciudadana local" relacionando el campo de la comunicación (unos sujetos, unas articulaciones, unos contextos), con lo que se da en llamar "esfera política, pública", donde operan distintos poderes, unos más hegemónicos que otros. Trataré de asumir la invitación no tanto del campo propio del problema medios de comunicación y más del problema espacio público, donde operaría unas opiniones públicas, bajo un contexto que podemos denominar, los procesos de modernización post dictadura y post industrial. La idea es que la reflexión se ubique en un momento histórico puntual. La idea no es naturalizar el presente, en eso hay que tener cuidado, en tanto naturalizarlo significa prácticamente no observar de dónde venimos, y no atender a los por qué de dónde estamos. De otro modo, cada vez que hablamos de política, de políticos, de medios de comunicación y de interacciones comunicativas como lo sería la participación ciudadana, significa hablar desde lo que hoy podemos precisar de aquello. Todos sabemos que la participación ciudadana como idea de lo socio político, viene a reemplazar otros tipos históricos de ser sujetos políticos y sociales. Y que la política y los políticos no encarnan lo mismo que hace 30 años atrás. Del mismo modo la participación ciudadana. Y sobre todo, que el mundo que habitamos, nos ha puesto nuevos imaginarios, y el valor de las cosas ha cambiado tanto como que nos olvidamos, por ejemplo, que nuestra democracia es fundamentalmente representativa y no opera ni tiene la voluntad de ser una de tipo participativa. Esta hipótesis se ha demostrado ya desde diferentes estudios que han observado por ejemplo, las políticas de comunicación en nuestros países: un solo ejemplo de ello, el artículo escrito por Guillermo Sunkel "Campos de investigación y políticas de comunicación: abandonos y complacencias".

Lo que intento decir es que existe una demarcación de las oportunidades y obstáculos que brinda un espacio público particular y unos medios de comunicación, con unos géneros y formatos que operan realizando un tipo de opinión pública. Este rayado de cancha tiene que ver con dos cosas fundamentales: el sistema de comunicación social dispuesto en la transición democrática y el modo en que opera hoy lo que podemos denominar "espacio público", siguiendo a Jürgen Habermas (Historia y

¹ Leonel Yáñez U. Periodista, licenciado en Comunicación Social, Magíster (c) en Comunicación Social, Instituto de la Comunicación y la Imagen, Universidad de Chile. Es responsable del Programa Comunicación Social de Base de ECO-Educación y Comunicaciones.

Crítica a la Opinión Pública, año 1962), es decir, la idea de espacio público que designa un territorio de nuestra vida social donde puede formarse algo así como una opinión pública.

Quiere decir que nuestra penas y angustias, nuestras críticas a cómo son los medios masivos de comunicación, tiene que ver más con la estructura que se ha levantado en el sistema de comunicación social que con una suerte de constitución natural de los medios que los harían ser como son (perversos y manipuladores). Intentaré respaldarme con la historia y me atreveré a hacer una comparación en base a dos procesos vividos por nuestra sociedad en menos de 200 años. Me baso, en términos de antecedentes, en sendos trabajos que han realizado al respecto dos profesores, que me han formado en estos ámbitos y que vienen pensando a la comunicación y la política ya desde hace algún tiempo, me refiero al filósofo Carlos Ossandón ("El crepúsculo de los sabios y la irrupción de los publicistas" – LOM ARCIS, 1998); y, al periodista y post graduado en ciencias sociales Eduardo Santa Cruz ("Conformación de espacios públicos, masificación y surgimiento de la prensa moderna: Chile siglo XIX" - LOM ARCIS 1999).

Dos procesos con diferentes resultados o echo de menos a algunos actores en el baile

En la segunda mitad del siglo XIX se prefiguraría la constitución de un sistema de comunicación social con una creciente y variada oferta comunicacional y cultural, dirigida a un público con características de moderno, en el sentido de la demanda que se hace a los medios de comunicación masivos modernos, que no ha sido otra cosa que "informar, educar u orientar, y especialmente entretener" (Santa Cruz, 1999)

Es desde la prensa periodística que se configura el periodismo liberal moderno, lugar que dinamiza una nueva relación socio comunicacional, una relación fundante entre ciudadanía y medios de comunicación, particularmente la prensa escrita.

Cabe señalar que nuestra prensa tiene un papel particularmente importante en lo que es la constitución de un Estado "integrador". Andrés Bello con la fundación del periódico El Araucano (1830), viene a hablarnos de un tipo de país, con un tipo de concepción de mundo, que redunde en ordenar de manera republicana, ese naciente Chile. Podemos señalar, que la prensa nace en nuestro país, con una fuerte vocación doctrinaria, que a poco ir desarrollándose el siglo XIX va a

cambiar en la medida que aparecen nuevos públicos, y que se constituye una prensa más informativa y comercial.

La prensa liberal moderna es configurada a partir del tratamiento del acontecimiento a través del formato periodístico "Informativo", sobre la base del criterio del "golpe noticiosos" o "primicia noticiosa". A modo de reflexión comparativa, podemos concluir que al respecto no ha cambiado mucho el panorama, el golpe noticioso se impone en relación a la relevancia de la noticia.

Eduardo Santa Cruz (1999) sostiene que a la época (sobre pasada la segunda mitad del siglo XIX), se configuraba lo que Habermas denominará "publicidad representativa", propia de la vida feudal premoderna, donde lo público no es sino un escenario donde se representa, se teatraliza la situación social: "puesta en escena que opera como vitrina al resto de la población" (texto citado). Es decir, un espacio público que excluye, que segmenta, pero que se pone como dispositivo para ser mirado por todos. Podemos decir con palabras más futboleras que el espacio público sólo se mira, pero no se habla desde él. Acá tenemos una segunda similitud con el momento actual, la mayoría de las veces somos espectadores de unas situaciones mediáticas cuyo contenido es representar lo íntimo, lo privado de personajes, políticos, gente de la farándula, donde han sido desterradas, exiliadas de esta esfera pública, las ideas y los programas. Es decir, existiría, a modo de hipótesis, una suerte de refeudalización del espacio público. Me explico cito nuevamente lo que Jürgen Habermas escribe al respecto.

Habermas ve cuatro momentos históricos de conformación de espacio públicos dispuestos estos a modo de modelos: un primer modelo tiene que ver con el **modo helénico griego**, propio de la Atenas clásica, que se sustenta en una visión dual del problema; por un lado, el mundo de la casa, de lo privado, no problematizado política y públicamente, donde existe una figura central, el padre de familia, en un sistema donde no se ventila ese pasar, sistema riguroso, esclavista, un mundo por definición apolítico. Pero por otro lado está la Polis, el mundo del foro, de la virtud republicana, el mundo de la retórica persuasiva. Pero para ingresar a este mundo hay que ser padre de familia, lugar donde "las cosas de la casa" no pasan al mundo de la polis. En ese lugar de lo público, se discuten las "cosas de Estado".

Luego, Habermas ubica el **modelo representativo**, propio del mundo medieval que se va configurando a partir de los poderes que regulan ese mundo (la iglesia, el monarca, el poder feudal). "Estos poderes se hacen

visibles, enseñan sus áureas, sus grandezas, majestades; hacen ostentación de su propia autoridad a través de hábitos, gestos, signos, atributos, propiedades; espacio de proyección de poderes, ligado a un comportamiento del caballero. Se exponen en las fiestas. No tiene otro ámbito más que el que proyecta el Sr. Feudal. Es un espacio de exhibición de una personalidad, insignias, áureas, solemnidades, extensión del dominio de los poderes de la época (de la Iglesia, del Sr. Feudal)².

Un tercer modelo, apunta al **modelo ilustrado burgués**, que no sería otra cosa que la constitución de las dos esferas que hasta el día de hoy están puestas en nuestros ojos y que muchas veces sólo sabemos que existe sin precisar cual es el rol que a cada una le corresponde: la sociedad civil y el Estado. Habermas piensa que el espacio público liberal ilustrado es un campo de fuerzas, de tensiones, de diversas discusiones, de negociaciones entre la sociedad civil y donde también participa el Estado. Es ahí donde se realiza ese espacio de lo público como opinión.



Finalmente pone el **modelo de las sociedades post industriales**, donde operan las industrias culturales, la sociedad de la cultura de masas. Habermas habla de que se ha venido, en lo sucesivo, ensamblando la esfera privada y la esfera pública. El Estado interviene y regula lo social y hay ciertos intereses privados que transformado en corporaciones tienen relevancia pública: ensamblamiento entre Estado y sociedad.

Es en el tercer modelo, **el modelo ilustrado burgués**, donde la sociedad civil aparecería como parte de una opinión pública, modo comunicacional, de acción comunicativa, de estar en ese espacio de lo público.

Ese es el lugar que se disuelve hoy por hoy. Hay un desarrollo importante de los medios, son más poderosos, más monopólicos, y se instalan por arriba de la ciudadanía; modelarían las pautas,

² Apuntes de Clase, Seminario Comunicación Pública, Profesor Carlos Ossandón, Magíster Comunicación Social, Instituto de la Comunicación y la Imagen, Universidad de Chile.

jerarquizarían los temas de interés, todo esto a través de una estética de refeudalización, es decir, a la manera del modelo 2 comentado más atrás. Para Habermas, es en el siglo XX cuando vuelven a aparecer algunos de esos elementos, ahora en una sociedad de masas: la refeudalización del espacio público, con elementos propios de escenarios preliberales, preburgueses, anterior a la emergencia del público moderno. Incluso más allá de la sociedad de masas.

Cabría preguntarse si lo que vivimos hoy en nuestro país no configura de algún modo estos escenarios posmodernos donde operaría puro simulacro. El valor de la actuación, por ejemplo, es una variable a considerar en los escenarios actuales. Mundo de actuaciones, de apariencias, signos y representaciones donde se encuentran estrategias y posibilidades de seducción no menores. El mundo de los medios, que ya no opera sobre procesos discursivos que pretenden persuadir a las audiencias, más bien, medios, géneros y formatos, que buscan seducir: de otro modo, damos paso del mundo de los argumentos, propio de la ilustración, liberal burgués moderno, al mundo post racional, donde son los procesos de seducción los que apelan ahora a la emoción y sentimientos de los públicos. De este modo aparece todo este cuento de la vida personal de los personajes, de la gente del mundo de la farándula y el deporte y la gente del mundo de la política.

Son los sentimientos y las sensaciones lo que tiene espacio en los medios. Al respecto Carlos Ossandón opina que "estos medios (dialécticamente hablando) se empiezan a meter en la esfera privada. Vacían lo privado y lo privado irrumpe en lo público vaciando lo público de lo público, es decir, un proceso de doble vaciamiento, una suerte de callejón sin salida, tal como la mirada de la Escuela Frankfuriana. Acá está la crisis o el fin del individuo. Medios que instalan productos seriados, formatos que traen en sus entrañas a un individuo que ya no es trágico ni fáustico. Estos productos generan individuos genéricos. Disuelven lo contradictorio. Lo que la modernidad reconoce como individuo, más bien es ahora, esquematizaciones. Relatos y series que esterotipan"³.

Tales programas se alimentan de la vida privada ya vaciada. Acá cabe decir, en honor a la verdad, que existe una mirada algo apocalíptica. Ni lo público ya es y lo privado tampoco.

Tenemos una industria cultural que opera como industria. Un público que ya no es lector sino que consume esos productos creados por la

³ Op.Cit.

Industria Cultural. El paso de un público que operaba en el argumento a un público ligado cada vez más al consumo. El mercado operando sin discriminación al interior de todos los medios, incluido, el único medio público que existe en nuestro país, el canal de Televisión Nacional de Chile.

Acá podemos aventurar una segunda hipótesis, que seguro habría que investigar más, escribir más, pero para efecto de esta charla viene al caso enunciarla, con toda la irresponsabilidad que significa comparar tiempos, épocas distintas, sin todos los elementos: podemos comparar el proceso modernizador de fines del siglo ante pasado (siglo XIX), propio de un proceso de constitución de un Estado Nación y los procesos de modernización, de constitución de un Estado democrático post dictadura, post industrial y para no quedarnos cortos, post modernos.

Como comentábamos al inicio, en el proceso decimonónico se vive un proceso de desarrollo de la prensa en Chile (Léase a Santa Cruz, anteriormente mencionado). Esta prensa moderna madura en torno a un proceso que no deja fuera la realidad donde opera fuertemente la modernización de las comunicaciones, donde concurre una diversificación de medios, donde aparecen nuevas tecnologías para la comunicación y con ello, se originan nuevos códigos y formatos; y por otra parte, se realiza la diversificación de los públicos, que van orientando (ojo, no son orientados) distintos gustos y demandas culturales. Si tenemos públicos diversos, tenemos unas esferas de lo público, unos espacios públicos que dan cuenta de ello. Esto en plural.

Santa Cruz habla de la "esfera pública plebeya"⁴ propia de la constitución de un proceso donde interviene como un actor más, importante, la prensa obrera, prensa ligada a la aparición de estos nuevos actores sociales, que portan una identidad que se realiza, que se proyecta en el plano discursivo de la prensa moderna, de esa época. Cabe señalar, a modo de contexto, que a principio del siglo XX ya tenemos cine y el año 1922 aparecen las primeras transmisiones radiales.

Entonces, teníamos un espacio de lo público en desarrollo, que daba cuenta de la constitución de un Estado Nacional que iba abriendo espacio a todo aquello que el propio desarrollo industrial originaba, de otro modo, existía un espacio de comunicación social, y particularmente

⁴ Santa Cruz, Eduardo. "Conformación de espacios públicos, masificación y surgimiento de la prensa moderna: Chile siglo XIX - LOM ARCIS 1999.

un espacio de comunicación pública, donde interlocutaban, a través de esos medios y esas tecnologías, distintos actores sociales y políticos.

De paso, debemos citar la tesis donde lo plebeyo, lo popular, es parte constitutiva de lo masivo, es decir, de los procesos de desarrollo capitalista industrial, donde se va asentando una cultura de masas, a propósito del desarrollo incipiente de una industria cultural. La masificación, más que ser efecto de los medios de comunicación, corresponde a un fenómeno propio del desarrollo de nuestra modernidad, es decir, "es producto de profundos procesos de reorganización de la estructura económica – social".⁵

Pero lo anterior lo mencionamos a propósito de la comparación que estamos haciendo entre un proceso que constituye país, Estado Nación, y otro proceso, posterior, que constituye país, en un Estado Nación que ha sido refundado por la dictadura, donde el Estado abandona el espacio público y sólo vigila, en ocasiones, la intervención de ese nuevo actor social que nace de la esfera privada, el empresariado. De otro modo: debemos preguntarnos qué pasa después del 12 de marzo de 1990, cómo se da continuidad a esa configuración de la esfera de lo público. Qué nuevos fenómenos trae la modernización post industrial, post dictadura, post racional, donde, además, debemos agregar el contexto de una tercera revolución tecno científica, la revolución de las tecnologías de la información y las comunicaciones. Un escenario post donde el impacto del desarrollo de políticas comunicacionales y culturales promueven fuertemente un abandono de lo diverso, dejando todo a expensas del mercado, ahora operando en la oferta y demanda de bienes simbólicos. Ahí opera una suerte de proceso engendrado desde las tecnologías y desde la superestructura jurídico legal, donde se diversifican los públicos, se segmentan las audiencias y donde los contenidos se desprograman, no se discuten ideas sino se conocen intimidades, imágenes, estéticas, por ejemplo, el político y la política son vistas a través de innumerables "puestas en escenas". Puro teatro.

Acá, a diferencia de los procesos modernizadores de a fines del siglo ante pasado, se nos quedan fuera varios actores: el espacio público es un espacio altamente jerarquizado respecto de que actores pueden tener incidencia, y a nivel de contenidos, ferozmente vaciado. No hay derecho a réplica y en cualquier caso, si se llega a tener incidencia, es a propósito que hemos tenido la fortuna de gastar una cantidad enorme de dinero en campañas por medios masivos o hemos sido fuente de la noticia de impacto ligero y de olvido garantizado.

⁵ Op.Cit.

La Opinión Pública posmoderna o la suplantación de las voces de la ciudadanía por el “grupo de opinión”.

Jesús Martín – Barbero en un artículo publicado en *Analisi – Quaderns de comunicació i cultura* – de la Universidad Autónoma de Barcelona (Nº 26, 2001) titulado “Reconfiguraciones comunicativas de lo público” arremete con una descripción sin tapujos de cómo son las cosas en la actualidad, partiendo de las categorías que trabajara Habermas en su *Historia y Crítica a la Opinión Pública*.

Este espacio lo ve como un escenario donde se hacen visibles las más variadas contradicciones que están a la base de la vida política y que se visibilizan a nivel de la opinión pública.

“En ella convergen la racionalidad de las encuestas, y sus cálculos de probabilidades, con las artimañas de los sondeos de toda laya, a toda hora desde todos los medios. Y convergen también restos de las ideologías y las convicciones de los militantes de partido con las emociones y los sentimientos que los medios suscitan en las audiencias, a las que encauzan hacia una determinada posición...”⁶

Y se pregunta en el contexto del actual estado de la cosa si la opinión pública ¿puede sobrevivir al vaciado simbólico de la política y a su incapacidad de convocar, interpelar/construir sujetos sociales?

Nos recuerda que la figura comunicacional de lo “público” no es otra cosa que la opinión pública, entendida como la acción que le sale al paso a las prácticas del secreto, que encauzaban y dirigían los Estados absolutistas, proponiendo como un derecho ciudadano debatir las decisiones políticas a través de un debate o “espacio de articulación entre la sociedad civil y la sociedad política” en una relación problemática entre conflicto y consenso.

Al respecto, Richard Sennet⁷ hace un paralelo del declive de este espacio con lo ocurrido en el contexto de la decadencia del Imperio Romano, donde la dimensión pública de esa sociedad, de esas personas, se transforma en una cuestión formal. Hoy, el ser ciudadano está lleno de prácticas formales, entramos de lleno en los espacios íntimos, donde

⁶ Martín – Barbero, Jesús. En “Reconfiguraciones comunicativas de lo público”. Revista *Analisi*. Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona, 2001.

⁷ Sennet, R. “El declive del hombre público”. Ediciones Península. Barcelona, 1978. (Capítulo I: El dominio de lo público. Pág 11).

la psicologización de lo social rompe con todo aquello que alguna vez llamamos participación.

De este modo Sennet proclama (citado en el artículo de Martín – Barbero) que el espacio público “es un área de paso, ya no de permanencia”.

Más allá de un diagnóstico desesperanzador, propio de una mirada donde no queda rastro de una sociabilidad ciudadana moderna, Martín – Barbero pone énfasis en las condiciones que han llevado en Latino América, al estado actual de la condición posmoderna de ese espacio público articulado desde una opinión pública.

“La reflexión latinoamericana comienza a hacerse cargo de la necesidad de redefinir lo público a partir de la experiencia límite que enfrentaron los países dominados por dictaduras, esto es desde los modos en que la sociedad se comunica cuando el poder rompe las reglas mínimas de convivencia democrática y estrangula la libertad y los derechos ciudadanos censurados, destruyendo, amordazando a los medios hasta convertirlos en mera caja de resonancia a la voz del amo. Las gentes de las comunidades barriales o religiosas, y las asociaciones profesionales, redescubren la capacidad comunicativa que contienen las prácticas cotidianas y los canales subalternos o simplemente alternos: del recado que corre de voz en voz al volante mimeografiado, al cassette-audio o el video difundidos de mano en mano, hasta el aprovechamiento de los resquicios que deja el sistema oficial. En esta situación la sociedad descubre la competencia comunicativa como la capacidad de convocatoria y conformación de la sociedad civil.”⁸

Y acá llegamos a lo que está entre un modelo liberal burgués y lo que de manera posmoderna tenemos hoy, en tanto sistema de comunicación social que articularía un espacio de lo público: la llegada de las democracias a nuestros países, “redefine los términos de la representación política y la participación social”⁹ Tenemos una democracia re-construida y re-configurada simbólicamente desde “arriba”. Poderes de facto que se articulan simulando a la democracia en lo que se da en llamar como “la democracia de las opiniones”, sólo que en ese estado del panorama, las formas y géneros, tanto como los actores y medios, cambiarán. Los comunicadores, la prensa, los medios y los agentes de opinión, “acomodados a la nueva situación, que los

⁸ Martín – Barbero, Jesús. En “Reconfiguraciones comunicativas de lo público”. Revista Analisi. Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona, 2001.(pág. 76)

⁹ Op.Cit (Pág. 77)

dota de poder y en algunos casos de los más altos sueldos (...)asumen un protagonismo que distorsiona radicalmente su oficio de mediadores y los configura como el más fuerte 'grupo de opinión', pasando así a sustituir a la opinión pública".¹⁰

El periodismo, en este sentido, asume un lugar de mediaciones, que muchas veces responde a sólo uno de los ámbitos de toda estrategia (considerando lo que Eduardo Santa Cruz considera como Estrategias comunicacional o periodística de los medios: dimensión política, dimensión cultural, dimensión financiera empresarial), privilegiando la dimensión empresarial financiera del medio. Este es el caso de nuestra televisión pública (TVN) que en función de su autosostenimiento, su programación, se construye exclusivamente a partir de los criterios que impone el mercado. De este modo, la política aparece en ese espacio de opinión pública, dando cuenta de discursos institucionales gubernamentales (ministros, parlamentarios), y/o empresariales (los empresarios como nuevo actor social), donde se haya ausente, invisibilizado por la propia interpelación permanente que se hace respecto de "la opinión pública" por parte del poder, "el mundo del ciudadano: el de los movimientos sociales, las organizaciones barriales, el ancho mundo de las luchas cotidianas que van desde el feminismo hasta la ecología, pasando por las nuevas sensibilidades desde las que los jóvenes gritan o pintan sobre la piel de la ciudad su malestar político y su desazón ética".¹¹

Hemos llegado, luego de este trayecto, a una suerte de diagnóstico de la situación. El desarrollo de opinión pública y del espacio de lo público en Chile y por ello de cómo transita lo político, está íntimamente ligada al desarrollo de nuestra propia democracia. La coyuntura del 5 de octubre de 1988, marcará el espacio comunicacional y su relación con la política hasta el día de hoy: al no haber congruencia en la articulación de un movimiento social y político que es aplacado por el acuerdo cupular de los partidos concertacionistas, el marketing político entra con todo, reemplazando con ello la capacidad articuladora y de convocatoria que de manera alternativa habían tenido distintos medios de comunicación. Sabemos todos de la sucesiva desaparición de la prensa alternativa a la dictadura y la concentración de los medios en monopolios trasnacionales y/o de empresas nacionales como El Mercurio y Copesa. El gobierno, luego, centra sus políticas comunicacionales hacia las necesidades crecientes de libertad de expresión, de hecho, es lo primero que se restaura en términos comunicacionales, una vez asumido el mando en marzo de 1990. Persiste una ausencia de regulación del mercado de las

¹⁰ Op.Cit (Pág. 77)

¹¹ Op.Cit. Pág 77.

comunicaciones, donde el síntoma y la enfermedad se ve de manera palmaria en la subordinación de los medios al poder económico. Las mismas legislaciones en el campo de las comunicaciones han limitado la creación y acceso a los medios de comunicación por parte de la ciudadanía, caso ejemplar es la situación de las radios comunitarias, de carácter local, que luego de la modificación de la ley de telecomunicaciones el año 94, pueden optar a una concesión radiofónica estimulada en la denominada frecuencia de mínima cobertura, ley que si bien abre un espacio de concesiones a particulares, lo hacen restringiendo la potencia de transmisión (a un Watt), la prohibición de emitir publicidad y propaganda y, la obligación de asistir a concursos para volver a licitar sus frecuencias cada tres años.

Al respecto Guillermo Sunkel en su artículo "Campos de investigación y políticas de comunicación"¹² consigna: "En estudios sobre la percepción de los sectores populares sobre la libertad de expresión se constata que la 'percepción generalizada es que en los medios de comunicación masivos sólo están representados los que tienen dinero, los empresarios que están vinculados con los dueños de los medios y los que tienen poder, es decir los políticos y militares así como los que tienen prestigio, artistas y periodistas".

Seguro, una tarea que queda por delante, es indagar sobre aquellos espacios de opinión constituidos en las últimas décadas de la "República", y que tienen su fecha de caducidad en los días que vinieron luego del golpe militar de septiembre de 1973. Lo que vino después tanto, como ese espacio que se abre en torno a la prensa y la comunicación alternativa y popular en los 80 se ha revisado desde la relación comunicación y cultura, lo popular en el contexto de un sistema de comunicación social restringido y fuertemente autoritario. Como expresa Sunkel, es bueno reponer estos temas para que la investigación en el campo de la comunicación social, mire su historia reciente, y se apoye de esa mirada para desentrañar, y por qué no, denunciar con fundados argumentos, aquello que hoy no deja a la democracia expandirse por los barrios y ciudades.

¹² Sunkel, Guillermo. "Campos de investigación y políticas de comunicación: abandonos y complacencias. Revista Diálogos de la Comunicación. FELAFACS. 1990.