

# Reflexiones sobre los nuevos roles y responsabilidades del comunicador social

Washington Uranga

Que difícil pregunta esta sobre los nuevos roles del comunicador social. Sobre todo porque se formula en un tiempo de cambios vertiginosos, cuando nuestra profesión todavía no ha logrado consolidarse totalmente, tener un estatuto propio (y no me estoy refiriendo a cuestiones legales), y legitimarse como disciplina en el escenario de las ciencias sociales.

Pero... pueden quedarse tranquilos. No voy a elegir el camino fácil de decir que todo es difícil y que nada puede definirse. Vamos a tratar de acercar algunas reflexiones.

## *La responsabilidad social de los comunicadores*

A través de la difusión de noticias el periodista interviene en los acontecimientos sociales, en la vida de las personas. Hay diferencias, sin embargo, entre aquel que trabaja en un medio de comunicación y quien actúa como responsable de la comunicación institucional de una empresa o de una organización del Tercer Sector.

Es cierto también que "los medios de comunicación han absorbido buena parte del debate que ocurre en torno a los asuntos públicos e incluso en torno a los asuntos privados, siendo una representación o puesta en escena de éstos"<sup>1</sup> y esto modifica la labor de los profesionales del campo. La determinación de las agendas públicas no es simplemente la negociación acerca de aquello que noticiosamente resulta relevante para la sociedad, en la que intervienen medios, periodistas y ciudadanos, las negociaciones se constituyen, por el contrario, en formas de participación, pertenencia y ejercicio del poder por parte de los ciudadanos.

La profesión de periodista se inserta en un espacio donde los medios establecen el nexo entre los movimientos sociales y la construcción de los modos

de participación en la sociedad, y ello se da a través de mensajes, pero también de situaciones, de entretenimientos y de subjetividades.

Al mismo tiempo desde otras disciplinas afines, como la sociología y la antropología, se hace necesario adentrarse en los fenómenos de comunicación, mediáticos y no mediáticos, para comprender y desentrañar lo que ocurre en el escenario social contemporáneo. El juego de las significaciones en la construcción de las relaciones sociales, la trama de la vida cotidiana atravesada por el espacio de interpretación/significación del sistema masivo de medios, los recursos y los medios de comunicación incorporados con habitualidad a la vida de las personas, se han transformado en objeto de estudio de diversas disciplinas.

Así las telenovelas reflejan la vida cotidiana de la gente, pero al mismo tiempo moldean conductas de los televidentes. Los mensajes de los medios forman parte de la vida de la familia y la familia, la empresa y los ámbitos de trabajo reproducen modos de ser y actuar del escenario mediático y son fuente para guionistas, escritores y creativos. Desde otro lugar, las relaciones en una empresa, en una organización no gubernamental y en la misma familia han cambiado y se han modificado con la introducción del correo electrónico (e-mail).

Los sociólogos, los educadores, los científicos y los políticos incursionan necesariamente en todos estos aspectos de la comunicación, porque la comunicación en todos sus aspectos está altamente presente en la vida cotidiana. Se produce así una suerte de trasvasamiento, cruce interdisciplinar e integración interdisciplinar que aún no ha concluido.

De tal modo, la práctica de la comunicación en las últimas décadas ha ido constituyendo y construyendo el concepto del comunicador con un perfil emparentado pero a la vez diferente al del periodista. Pero aún hoy no quedan claramente establecidos los parámetros que establecen la condición del comunicador y no colaboran a ello las definiciones o las orientaciones que tienen las diferentes carreras dedicadas, en general, a la comunicación a las ciencias de la comunicación en América Latina.

La profesión del comunicador se constituye como una labor profesional en el campo de las ciencias sociales que complejiza el campo periodístico que fue punto de partida. Obviamente, nos estamos refiriendo a la introducción de tecnologías que modifican sustancialmente la tarea propia de los periodistas. Pero no es lo único. Hemos asistido y participado de una labor de creación de conocimiento, de incorporación de nuevos saberes comunicacionales y de herramientas metodológicas para el reconocimiento y la intervención en las prácticas sociales, que si bien provienen de la lingüística, de la sociología o de la antropología –para mencionar tan sólo algunas– han sido adaptadas y trabajadas para realizar una mirada desde la comunicación.

No sólo quienes trabajan en los medios son comunicadores, sino también (y en algunos casos, fundamentalmente) aquellos que, sirviéndose de las herramientas y los recursos propios de la comunicación, están en capacidad de hacer contribuciones a la vida de los grupos, las empresas, las comunidades y las instituciones, ya sea para desentrañar y comprender mejor la realidad de cada una, ya sea para aportar a la construcción de esos mismos colectivos.

Tal como lo señala Ignacio Ramonet todavía “los periodistas siguen creyendo que son los únicos que producen información, cuando toda la sociedad se ha puesto frenéticamente a hacer lo mismo”<sup>2</sup>.

El escenario social contemporáneo está atravesado por situaciones de comunicación que lo van constituyendo. Pero sobre todo en este escenario se reconocen actores sociales que necesitan vincularse, entrar en comunicación a partir de sus afinidades y sus diversidades. Este hecho da lugar a nuevas formas de relacionamiento, pero también a diferentes maneras de entender las relaciones sociales.

Objetivos políticos, sociales o religiosos han sido las motivaciones aglutinantes a lo largo de la historia de la sociedad. Las personas y los grupos humanos sumaron sus esfuerzos y sus luchas y se sintieron cohesionados para alcanzar la meta en la que todos coincidían. La comunicación se daba en función de la misma meta y se refería a ella. Progresar, hacer la revolución, imponer una idea, hacer un negocio, cambiar una perspectiva, fueron los “motores” que dinamizaban la acción de las personas y de los grupos sociales.

Comunicar se entendía, en consecuencia, como la explicitación de los propósitos comunes al proyecto, el objetivo revolucionario, el triunfo de la empresa, de la causa, relegando a un segundo plano los niveles constitutivos de una relación comunicacional entre las personas y los grupos, que se entendía siempre subordinado a lo anterior.

Planteada la crisis de los paradigmas interpretativos, la crisis de la idea de progreso impuesta por la modernidad pero también de los grandes relatos que le sirvieron de soporte, se produce un desplazamiento hacia el sistema de relaciones que se constituyen en el escenario social. La comunicación emerge no sólo como un dato para ser reconocido, sino como una necesidad interpretativa de lo que ocurre y una manera de visualizar esas mismas relaciones.

Ramonet dice que “el progreso es hoy un paradigma general que ha entrado en crisis” y se pregunta “¿Cuál es el paradigma que lo reemplaza?”, para contestarse que es la comunicación. “Cualquiera que sea la actividad sobre la que se piense hoy, la respuesta masiva que se nos da es: hay que comunicar. Si en la familia las cosas no marchan es porque los padres no hablan con sus hijos. Si en una clase las cosas no funcionan es porque los profesores no discuten bastante con sus alumnos. Si en una fábrica, o en una oficina, el asunto no va, es porque no se discute bastante”<sup>3</sup>.

La comunicación está hoy presente en todos los espacios de la vida social. Y todos esos espacios nos reclaman hoy como comunicadores.

Existe, sin embargo, un gran riesgo: el de caer en lo que Daniel Prieto Castillo denomina el “imperialismo de la comunicación”: todo es comunicación y la comunicación se constituye en una especie de bálsamo que todo lo puede y todo lo cura. Los conflictos sociales son el resultado de opciones económicas, políticas y culturales y aunque se expresen comunicacionalmente y se manifiesten a través de mensajes, no pierden su condición originaria. En otras palabras: no hay soluciones comunicacionales para conflictos políticos. Aunque sí

haya maneras de entender estos conflictos a través de los mensajes de los actores, de la información que generan, de sus formas de relacionarse, es decir, de todas aquellas expresiones de comunicación.

Una demanda salarial es un problema económico y puede serlo también político, que tiene expresiones comunicacionales cuando se rompe el diálogo entre patrones y obreros. Sin duda que realizar una tarea para que el diálogo se recomponga, para establecer mejores circuitos de información e instancias de comunicación entre las partes ayuda a la búsqueda de soluciones. Pero no resuelve el problema de fondo, que seguramente está emparentado con un debate sobre la distribución del ingreso y el poder en la sociedad.

Generar estímulos, cuadros de "honor" para los empleados más destacados, capacitar en relaciones públicas al personal, ayuda a la imagen de la empresa y puede colaborar a desarrollar un sistema de relaciones más fluidas en la organización. Pero no destierra la violencia que generan las relaciones injustas o los magros salarios y no sería raro que, detrás de la sonrisa y de los buenos modales, continúe el sabotaje o el robo.

Lo comunicacional, si bien es constitutivo de todas las relaciones humanas y sociales, está atravesado y atraviesa otros campos disciplinares. En ese sentido, el terreno de acción de los comunicadores se ha venido complejizando. Me permito entonces apoyarme en una afirmación de Guillermo Orozco Gómez para advertir que, para quienes tenemos la responsabilidad de enseñar comunicación, el problema que se nos plantea "no es curricular estrictamente, sino epistemológico y político"<sup>4</sup>.

De la misma manera que la profesión del periodista estuvo vinculada a la difusión de la información, el reconocimiento de la comunicación como una práctica social y un lugar de producción de sentido fue abriendo el paso a la definición, todavía polisémica, del comunicador. Como resultado de ello no existe una definición clara del quehacer y de la función que designamos con el término "comunicador" y bajo el cual, por lo menos en el lenguaje corriente, conviven realidades tan distintas como la del publicista, el productor televisivo y el relacionista público, el locutor, comunicador institucional, el gestor de la información y la comunicación en las organizaciones y el periodista propiamente dicho en el sentido más tradicional.

Sin embargo, mirando desde las prácticas sociales podemos decir que hoy por hoy los medios, pero también las relaciones, constituyen el objeto de atención profesional de quienes trabajamos en comunicación.

Lo anterior tiene que ver con la idea de que "la comunicación no es sólo un asunto de medios y de grandes masas, sino de procesos y de redes y de grupos o individuos"<sup>5</sup> que, con su accionar van configurando prácticas sociales.

Esto quiere decir que la tarea de los comunicadores sociales lejos de estar ligada exclusivamente a lo mediático se abre, como resultado de las prácticas sociales pero también de las demandas de la propia sociedad, a un campo mucho más vasto que es todo aquello vinculado con las relaciones sociales establecidas entre actores diversos.

Porque la comunicación ha dejado de ser un dato más para ubicarse en la centralidad de la cultura, pero también de la economía, de la construcción social en general; los llamados comunicadores sociales están necesariamente convocados a participar de la vida social como técnicos, como profesionales y como científicos sociales.

Me atrevería a decir que pueden ser definidos como los articuladores de los saberes y sentidos presentes en la sociedad.

De periodistas, pasamos a relacionistas públicos y de allí a comunicadores institucionales o gerentes de marketing de las empresas. Ninguno de estos campos nos está hoy vedado. Sin embargo, habría que hacerse dos preguntas:

a) ¿Estamos preparados para dar respuesta a todos estos campos? ¿la formación generalista en comunicación que seguimos recibiendo en nuestras universidades nos habilita, para cumplir este rol?

Pero al mismo tiempo, esta condición aumenta nuestra responsabilidad social y destierra la pretendida neutralidad de nuestra labor;

b) ¿Podemos comunicar ajenos a la realidad social y sin tomar partido en una sociedad que se debate en medio de la exclusión/inclusión?

Creo que ya no es posible y que, inevitablemente, los comunicadores estamos llamados a colaborar en la construcción de estrategias de comunicación de todos aquellos que hoy están marginados de sus derechos, en particular, del derecho a la comunicación.

Por eso creo firmemente en que la tarea de los comunicadores hoy está estrechamente ligada a la consolidación de la participación y a la construcción de una nueva ciudadanía, que exprese las demandas pero también los sueños y las utopías de muchos sectores sociales que hoy no consiguen hacerse visibles en nuestras sociedades.

El comunicador así entendido se pregunta:

- a) por el escenario social en el que tiene que desenvolver su acción;
- b) por las habilidades que le da su saber específico en relación a ese mismo escenario; y por su modo de inserción en esa realidad y su compromiso ético profesional con los actores que allí se desenvuelven, en particular, los excluidos.

### *El comunicador y el desarrollo tecnológico*

Hay que remitirse a la segunda mitad del siglo que está llegando a su fin para percibir que la gran ruptura cultural se produce con la irrupción de la imagen a través de la pantalla televisiva. La imagen globaliza el conocimiento, pero al mismo tiempo pone en permanente tensión la reflexión con la emoción. Este es un combate que se instala en la cotidianidad de los seres humanos con resultados diversos, según las culturas y las circunstancias.

La velocidad electrónica sumada a la imagen reorganiza en una forma totalmente nueva el equilibrio voz–escritura–impreso–imagen, el intelecto y la sensibilidad, lo diferido y lo inmediato, lo controlado y lo inesperado.

Es un cambio fundamental para la sociedad acostumbrada a los tiempos lentos para la gestión y la toma de decisiones, para un dominio del saber apoyado en la analogía y en el razonamiento que debe comprender y medir para llegar hasta la esencia de los fenómenos.

Sylviane Agacinski, francesa y profesora de filosofía, sostiene que estamos frente a la necesidad de trabajar "un nuevo concepto de experiencia" que "está relacionado con las nuevas técnicas, en especial con las de la imagen". Porque frente a la introducción de la imagen en la cotidianeidad, ya no en la excepcionalidad del espectáculo cinematográfico sino en el día a día, "nos hemos encontrado con dos mundos: uno llamado real y otro de la imagen, que no es falso; surge de la ficción, ha sido fabricado. Y el hecho es que hoy tenemos que reconocer que la experiencia de lo real es múltiple. Hay una experiencia que pasa por la imagen y otra que pasa por el registro y la repetición de los sonidos, por el cine, por la televisión. Y no es falsa. Es una aproximación distinta a lo real que se solapa con ella formando una nueva noción del mundo".

Estas nuevas técnicas, como lo explica Agacinski, no reemplazan la realidad sino que proporcionan nuevos accesos a la misma, nuevos conocimientos. Con ello podemos decir que estamos frente a nuevos modos de ver y transformar nuestra percepción y nuestra memoria.

Este es un dato de fin de siglo y una manifestación categórica de la manera como las nuevas tecnologías están transformando los modos de relacionamiento del ser humano con su entorno.

Las nuevas tecnologías de la imagen han modificado el papel de la mirada pero también el de la pintura, porque ésta ya no puede ser lo mismo que antes de la fotografía o del cine. La pintura, por ejemplo, ha perdido su necesidad de narrar a modo de reportaje o de contar historias. Ese lugar ha sido ocupado o ganado por otras formas y otros desarrollos.

Si nos acercamos a nuestros días, otros son los factores a tomar en cuenta. Numerización, virtualidad e inmediatez, son tres características del cambio cultural del que estamos siendo protagonistas.

La clave de la revolución informática es la digitalización de la lengua, de los operadores lógicos, de las imágenes y los sonidos y la capacidad para tratarlos como algoritmos unificados. A ello se le suma la posibilidad de transmitir estas enormes series numéricas a bajo costo, instantáneamente y a través del espacio.



"Espectador" Grabado sobre hierro



Lo anterior permite construir modelos virtuales por procedimientos puramente algorítmicos y, al mismo tiempo, explorarlos con una profundidad y una extensión hasta entonces imposible siquiera de imaginar.

Es así que el paso de los modelos analógicos a los algorítmicos nos introduce decididamente en el mundo de lo virtual. La virtualidad es un dato esencial a la cultura contemporánea.

Nicolás Capelle afirma que "por primera vez la imagen no es una simple copia de lo real, ni un sueño irreal, ni un fantasma inconsistente. La imagen huye de la esfera de las metáforas para entrar en el mundo de los modelos. Un modelo permite dar a una teoría un carácter más concreto, más experimental, más tangible, sin perder la sustancia inteligible"<sup>6</sup>.

Las imágenes de síntesis generadas por la digitalización se transforman, en tanto lenguaje, en una herramienta de escritura que modifica nuestro acercamiento a lo real; como lugar virtual establece relaciones inéditas entre las percepciones y los conceptos, entre los fenómenos y los modelos inteligibles.

Hay una relación nueva entre lo gestual y lo conceptual en la misma medida en que el cuerpo reacciona y se reubica frente al mundo virtual.

La virtualidad da lugar a una nueva escritura capaz de modificar profundamente nuestros métodos de representación, nuestros hábitos visuales, nuestras formas de trabajar y de crear.

Se trata de una revolución de la escritura. En adelante lo legible puede generar lo visible y los dos campos (lo inteligible y lo sensible), hasta ahora separados, encuentran un lugar de reconciliación a través de la mediación de los números.

### *El comunicador en el espacio de las redes*

La introducción de estos desarrollos tecnológicos pone en tela de juicio la propia organización centralizada, piramidal y jerárquica de la sociedad industrial capitalista.

La afirmación anterior dista mucho de sostener lo que algunos afirman: que con la llegada de las redes interactivas de comunicación todo es accesible para todos y de manera inmediata. Me inclino mucho más a pensar que existe una lógica del poder que es inseparable de la tecnología. Porque es el poder hegemónico el que permite y alienta el desarrollo tecnológico para su propio servicio y beneficio.

Pero siendo así, es evidente también que existen procesos sociales que escapan al control hegemónico. Los usuarios, imaginados tan sólo como consumidores por el sistema, por propio mérito y por imperio de la tecnología se convierten en productores-consumidores y de esta manera el modo de producción adquiere características más similares a un sistema que a una cinta de producción de tipo industrial.

Sobre esta base se produce un cambio fundamental en la forma de distribución y de ejercicio del poder.

Las unidades del saber “estallan”, están a disposición de más personas y las puertas de entrada para llegar hasta ellas son innumerables. Es posible convocar a cada momento, trabajar, simplificar, agregar, modificar. Se lo puede hacer en forma colectiva, individual, interactiva. Casi no hay límites en este sentido. El saber no se ubica en un determinado lugar, ni por un determinado tiempo: habita en el tiempo real de la inmediatez.

Hasta un cibernauta inexperto, desprovisto de mapas y referencias, es capaz de navegar por el laberinto en constante transformación y construir allí su propio itinerario de producción de conocimiento.

Hay una ruptura cultural de la que apenas comenzamos a tener las primeras percepciones, pero estamos lejos de percibir sus verdaderos alcances.

Digitalización, virtualidad e inmediatez son tres ejes sobre los que se construyen estos cambios en la sociedad y en las personas y esto constituye de una manera diferente los escenarios de la cultura de la comunicación.

Todos estos cambios se manifiestan también en las vivencias respecto del tiempo, del espacio, el cuerpo y sus percepciones, acerca de lo real y de las realidades, también sobre la verdad y sus puntos de vista y son fuente permanente de nuevos desafíos para quienes intentan comprender el mundo de la cultura y de la comunicación y a quienes –como nosotros–, corresponde actuar directamente en este campo.

No podemos perder de vista que los desarrollos científico técnicos inciden en los procesos de construcción social de la realidad, de la producción y circulación del conocimiento, en los procesos cognitivos. Sin perder de vista que la tecnología está siempre mediada por las identidades y los procesos culturales, por las personas y por las comunidades, por la memoria de éstos y por sus propias experiencias. En este espacio de cruce, las tecnologías son permanentemente resignificadas.

En definitiva, estamos reconociendo que aquello que llamamos “nuevas tecnologías” no constituyen en este escenario un dato menor ni tampoco despojado de relaciones de poder. Por el contrario: dan forma a un modo diferente de conocimiento que incide directamente en el modo de constitución de las identidades en la sociedad contemporánea.

Este proceso de nueva constitución cultural influido por los nuevos desarrollos tecnológicos vinculados a la comunicación debe ser analizado desde la identidad de cada cultura y desde la pluralidad de las diferentes culturas. Para comprender cómo y en qué sentido los procesos culturales son marcados por las nuevas tecnologías de comunicación es necesario analizar cómo los productos culturales son resignificados en el espacio de cada cultura. Es una tarea que debe hacerse en directa relación con los contextos sociales en los que cada grupo humano, cada cultura, se asienta.

El proceso de deconstrucción –que es un proceso educativo– se realiza a partir del conocimiento de los modelos perceptuales presentes y subyacentes en los espacios sociales y en las comunidades culturales. Es allí donde cada discurso mediado tecnológicamente adquiere un sentido único e irrepetible.



Frente a la afirmación de la globalización por la información y por la transmisión de mensajes a lo largo y a lo ancho del mundo sin límite alguno, nos atrevemos a rescatar el valor único e irrepetible de las culturas locales. Los grupos humanos, las comunidades afines, los grupos de referencia, los centros urbanos medianos y pequeños constituyen identidades culturales que son escenarios privilegiados en el fin de siglo.

No sirve entonces hablar de "globalización" a secas. Tampoco ayuda al análisis concluir rápidamente que todos los grupos sociales y culturales se apropian de la misma manera y construyen los mismos sentidos a partir de los mismos mensajes globalizados.

También hay que descartar totalmente la idea de que el mundo fragmentado y atravesado por los conflictos, se hace uno y se "democratiza" por el solo efecto mágico de la globalización.

Como bien lo señala Aníbal Ford "aunque cada pueblito tenga su antena parabólica, crece la diferencia entre inforicos e infopobres. El 89% de los televisores y el 94% de los teléfonos se concentran en el rico hemisferio norte. Por el contrario, el control informático parece avanzar con más fuerza sobre los que vagan por el mundo". Y esto provoca una de las discusiones más fuertes de la cultura.

De la misma manera que a través de las organizaciones no gubernamentales (ONG), de lo que se llama también Tercer Sector, se van configurando nuevas redes y constituyendo nuevas formas de ciudadanía, los medios de comunicación comunitarios y ciudadanos aglutinados en redes aparecen hoy como una alternativa de "otra" comunicación. Aunque, bueno es decirlo, todo ello adquiere un desarrollo todavía incipiente frente a la concentración del poder de los medios, transformada inevitablemente en una forma de privatización del espacio público y, por lo tanto, en una grave amenaza para la misma democracia.

### *El tema de las redes aparece aquí con mucha fuerza.*

Se puede hablar de redes como nuevas formas de acción colectiva que no articulan lo político y lo social en el sentido partidario, sino que tienen por finalidad resolver cuestiones específicas sin responder a un marco ideológico compartido.

Se desarrolla, por este camino, un nuevo modelo en la esfera social. En este



*"Pretendientes" Grabado sobre hierro*

campo aparecen, por ejemplo, los centros de promoción, las asociaciones privadas de desarrollo.

El cambio operado en la relación Estado-sociedad civil ha modificado las pautas de funcionamiento de los actores sociales, potenciando el surgimiento de un conjunto de organizaciones desarrolladas desde la propia sociedad civil.

En la constitución de estos espacios, la comunicación aparece como un elemento articulador fundamental, que ayuda al reconocimiento de las identidades comunes, pero también a la visualización social de estos nuevos actores.

Trabajar en este campo se transforma para nosotros en un desafío de primer orden.

### ***Comunicadores: al rescate de las utopías***

*“Opinan los apresurados exquisitos que las grandes utopías ya no tienen vigencia. Ah, pero ¿y las pequeñas utopías? Aunque todavía suene extraño, lo cierto es que la simple, modesta decencia ha pasado a convertirse en utopía. Sólo falta hacerla crecer, arrimarle verosimilitud, implantarla en la conciencia social y no dejar que la envíen, para su lavado y planchado, a la más próxima tintorería ideológica”.*

Mario Benedetti, *“Perplejidades de fin de siglo”*

No hay respuestas a los nuevos retos sin sueños que alimenten un horizonte distinto, llenos de imágenes de transformación capaces de sembrar actitudes y movilizar voluntades.

De esto se trata cuando hablamos de utopías. De reconocernos parte de aquellos dinamismos de cambio que se alimentan con nuestras propias iniciativas y que nos alimentan con la marcha de todos en búsqueda de un cambio en justicia y participación.

“La utopía es, nace del regalo de haber sido puesta en el camino de otros con quienes aprender a caminar. La utopía no existe. No está más allá de nosotros. No la encontramos mirando nada más. La leemos, la descubrimos detrás de tantos signos. La interpretamos, más aún, la inventamos, la utopía se hace camino, trabajo, lucha para que se haga verdad lo inventado, lo que hemos leído en el compartir de tanta belleza y de tanto peligro”<sup>8</sup>.

Todo esto no es posible fuera del marco de una verdadera vivencia de la comunicación. La comunicación, como sentido, como perspectiva y como práctica está directamente involucrada en estas búsquedas.

Como lo señala Daniel Prieto Castillo “las propuestas utópicas incluyen siempre lo comunicacional” porque “unas y otras plantean cómo serán las relaciones comunicacionales en el estado de cosas por venir. Unas y otras se preocupan de la manera en que la gente interactuará, accederá a las fuentes del saber, comprenderá los procesos en los que se inserta”<sup>9</sup>.

Esta es también tarea de los comunicadores hoy.

## NOTAS

- <sup>1</sup> MACASSI, Sandro, *Las agendas públicas*, en AAVV, *Escenografías para el diálogo*, CEAAL, Lima, 1997, p. 110.
- <sup>2</sup> RAMONET, Ignacio, *La tiranía de la comunicación*, Editorial Temas de Debate, Madrid, 1998, p. 24.
- <sup>3</sup> RAMONET, Ignacio, op. cit. p. 61.
- <sup>4</sup> OROZCO GÓMEZ, Guillermo, *Al rescate de los medios*, Universidad Iberoamericana-Fundación Manuel Buendía, México, 1994, p. 35.
- <sup>5</sup> OROZCO GÓMEZ, Guillermo, op. cit. p. 22. De un reportaje publicado en el diario El País (Madrid), el 13 de junio de 1997.
- <sup>6</sup> CAPELLE, Nicolás, *Las nuevas tecnologías del saber*, mimeo, Barcelona, 1997.
- <sup>7</sup> FORD, Aníbal, *Paradoja de la aldea global*, en diario Clarín, Buenos Aires, 26 de julio de 1996.
- <sup>8</sup> REYES LINARES, Pedro, *Relatar la utopía*, en revista Christus, México, marzo/abril de 1998.
- <sup>9</sup> PRIETO CASTILLO, Daniel, *Comunicación y utopías*, mimeo, Mendoza, 1997.



"De sin ti a sin ti" Grabado sobre cobre