

A propósito del XII Congreso Latinoamericano y VII Nacional de Estudiantes de Comunicación social: comunicación para construir lo público

Lo público y la comunicación



El primer anuncio publicitario aparece en la Biblia y más precisamente en el *Génesis*; pues allí se encuentra que Dios dijo: "sed fecundos y multiplicaos, llenad la Tierra...". En aquel entonces, el planeta no estaba poblado, lo público era un vacío y la comunicación venía de arriba, de parte de Dios. Probablemente, en esa época el silencio asustaba menos que hoy y los arcanos seres humanos se juntaban temblorosos para defenderse de 'lo otro', de la nada salvaje —ese espacio que el hombre ha ido llenando con muchos más de su misma especie—.

Actualmente, la historia ha dado un giro de 180 grados porque, después de cuarenta siglos de existencia de la raza humana y luego de haber pasado por la la edad de piedra, la de los metales, la Edad Media, entre otras etapas, nos encontramos en la Modernidad, y uno de los elementos que la configuran es la explosión demográfica asentada en las grandes urbes; lo cual provoca desórdenes industriales, laborales y sociales (por sólo mencionar éstos). El aumento de la población se debe, entre otras causas, al descubrimiento y avance de vacunas, medicinas y asepsias que prolongan la vida, aíslan pestes y atajan muertes. Por lo tanto; y a pesar de las dos grandes guerras mundiales del siglo XX que sofocaron las vidas de mal contados ochenta millones de seres humanos, hoy somos más. Tanto, que somos extraños, anónimos entre multitudes solitarias (otra característica de la Modernidad). A ese respecto, Marshall Berman, escritor estadounidense, en la introducción de su obra *Todo lo sólido se desvanece en el aire* dice:

Ser modernos es encontrarnos en un entorno que nos promete aventuras, poder, alegría, crecimiento, transformación de nosotros y del mundo y que, al mismo tiempo, amenaza con destruir todo lo que tenemos, todo lo que sabemos, todo lo que somos. Los entornos y las experiencias modernas atraviesan todas las fronteras de la geografía y la etnia, de la clase y de la nacionalidad, de la religión y de la ideología: se puede decir entonces que en este sentido la modernidad une a toda la humanidad. Pero es una unidad paradójica, la unidad de la desunión: nos arroja a todos en una vorágine de perpetua desintegración y renovación, de lucha y contradicción, de ambigüedad y angustia.

Es decir, ser modernos es una manera de experimentar la vida con un nuevo lenguaje. Las casas, dice Rousseau, hacen un espacio urbano, pero son los ciudadanos quienes hacen una ciudad, desde los bulevares de París hasta las recientes megametrópolis con sus aeropuertos, estadios, discotecas, bares y cafés, salas de concierto, supermercados o centros comerciales diseñados para reunir a ingentes cantidades de personas. Dichos espacios, otrora ágoras y foros griegos y romanos (diseñados para mercar, conversar y arengar) y más tarde catedrales góticas (para orar y cantar), son hoy el remplazo de aquéllas; son los lugares por donde transitamos y nos encontramos para conversar, bailar, comerciar, comer, hacer deporte y, en general, para divertirnos y laborar. Lo público es sagrado, no ya para agradar a Dios, sino para convivir amablemente.

Como somos tantos, es necesario pensar lo público. Tenemos que arreglárnoslas mediante acuerdos y complicidades que hagan grata la convivencia con todos y para todos. Así, sobre la base del reconocimiento, de conversar con el otro en 'nuestro' espacio, con el prójimo que es el 'próximo' que camina junto a mí, se puede construir el mundo mío y el del otro en un área común conocida como el espacio público; éste refleja las costumbres, el quehacer de antepasados y contemporáneos.

A este respecto refiere el filósofo de la hermenéutica, Gadamer: "es preciso establecer una solidaridad común si queremos de verdad sobrevivir". Y la mediación que hace posible estos acuerdos es el diálogo, que según este mismo filósofo, "entiende como capacidad de escuchar a otra persona pensando que puede tener la razón, porque el otro me devuelve lo que nos ocupa en común". Conversando pues, es posible lo público. Entonces informar, traducir, anunciar, interpretar, manifestar, participar, poner en común son palabras aliadas de lo que conocemos como comunicación, con una premisa previa: el silencio, que ayuda a interiorizar los acuerdos con sus normas y leyes no porque Dios lo manda, sino porque lo ameritan los demás

como fines en sí mismos, del mismo modo como yo lo merezco, con amistad más que con hermandad.

Del 17 al 23 del próximo mes de septiembre tendrá lugar en Bogotá el XII Congreso Latinoamericano de Comunicación Joven, convocado alrededor de la temática: la comunicación para construir lo público. Quienes concibieron este evento y ahora hacen la convocatoria desde la Universidad Javeriana, calculan que tendrán un público de aproximadamente 900 asistentes de América Latina y, en particular, de asociaciones estudiantiles de futuros profesionales de la Comunicación Social.

A propósito de asociaciones, el filósofo Gadamer se muestra como defensor de su fomento porque "en ellas se ejercita la convivencia humana la cual nos eleva por encima del mundo animal por medio del lenguaje como capacidad de comunicación". Llama la atención que sean jóvenes los que manifiestan inquietud alrededor de lo público desde la comunicación. Son ellos quienes nos hacen caer en cuenta del valor y del significado de este tema. El sentido del mundo lo generamos nosotros, las cosas en sí mismas carecen de él y, por eso, Ernst Gombrich comienza su historia del arte diciendo: "no existe el arte, existen los artistas"; así estos jóvenes de hoy.

Bogotá apenas ingresa a la modernidad pregona y ejecutada por los dos últimos alcaldes: cultura ciudadana, transporte masivo organizado y estético, parques, nuevos colegios, avenidas y andenes para caminar, recuperación y reordenamiento de lugares, entre muchos otros aspectos de una nueva 'era', nada esotérica. Así podremos obviar las horribles descripciones narradas en el *Apocalipsis*, último libro de la Biblia.

El lenguaje, que sólo se realiza plenamente en la conversación, según recuerda Gadamer, tiene ahora todo el sentido en la arena de los acuerdos públicos y ciudadanos: hacer publicidad para que los habitantes de una ciudad hagan respetar lo que a todos nos es común; para tener un buen pasar en este mundo, tanto aquí en Bogotá como en Miami, porque ya no estamos solos como cuando se creó el mundo, ni la comunicación viene de arriba. No podemos continuar caminando dispares, por diferentes épocas. Sería conveniente caminar más solidariamente, sin desigualdades y con oportunidades para ponernos al día, porque vivimos en la sociedad de los medios masivos de comunicación, de la *sociedad transparente* que pregona Gianni Vattimo. El diálogo es entre iguales, no igualados.

JÜRGEN HORLBECK B.

DECANO DEL MEDIO UNIVERSITARIO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN Y LENGUAJE