

**COMUNICACION
POPULAR
EDUCATIVA**

INDICE

	Pág.
INTRODUCCION	5
EL PODER DE LA PALABRA Carlos Rodríguez Brandao	19
LA COMUNICACION POPULAR EN LA DEMOCRATIZACION DE LA COMUNICA- CION EN CHILE Fernando Ossandón	45
APUNTES SOBRE COMUNICACION POPULAR EDUCATIVA Daniel Prieto Castillo	79
UN CUESTIONAMIENTO AL PROMOTOR Y LA METODOLOGIA CINEP	101
LA RADIO: UN MEDIO MASIVO QUE PUEDE SER ALTERNATIVO Carlos Crespo Burgos	117
LOS MEDIOS EN LA COMUNICACION EDUCATIVA RURAL Gloria Dávila de Vela	135
ESTRATEGIAS DE COMUNICACION Eduardo Contreras	147

MENSAJES: EXPRESION Y CULTURA CRITICA Daniel Prieto Castillo	157
LA CAPACITACION EN LA PRACTICA DE LA COMUNICACION POPULAR Alfredo Paiva	163
LAS PRACTICAS DE LA COMUNICACION POPULAR EN EL REDIMENSIONAMIENTO DE LA INVESTIGACION EN LA COMUNICACION Eduardo Contreras B.	179

ESTRATEGIAS DE COMUNICACION

Por: Eduardo Contreras Budge
(transcripción de la intervención oral)

Me referiré muy esquemáticamente a tres puntos

- 1.- Evolución de las estrategias de comunicación en proyectos de comunicación popular o para los sectores populares
- 2.- Problemas de viabilidad externa o política de las estrategias.
- 3.- Problemas de viabilidad interna o aspectos técnico-comunicacionales.

1.- RESPECTO AL PROBLEMA DE LA EVOLUCION DE ESTAS ESTRATEGIAS.-

Si bien sólo últimamente ha surgido una mayor explicitación del tema "estrategias de comunicación", y discusiones más fundadas sobre limitaciones y potenciales, siempre ha habido alguna estrategia subyacente a proyectos de comunicación, aunque no haya estado muy explicitada. A estas alturas del desarrollo histórico en proyectos de comunicación popular o para sectores populares ya es necesario profundizar en seriedad los detalles operativos, los supuestos, los mecanismos comuni-

cazonales que se ponen en juego en diversas estrategias de comunicación implicadas a su vez en estrategias mayores de educación o movilización popular, de proyectos u otros temas populares concretos, etc.

Un asunto frecuente que todavía nos alarma, es la carencia de especificidades en el acompañamiento del trabajo popular. Es decir, las confusiones entre lo que es propiamente educativo, lo que es comunicativo, lo que es movilización popular, lo que es investigación-acción, etc. Parte de eso lo vemos reflejado, por ejemplo, en el proyecto que nos relata Gloria, donde se entremezclan elementos de comunicación, de educación, de despertar hacia una movilización a partir de un grado de desarrollo popular muy incipiente, de hacer investigación-acción, etc. Una situación muy frecuente en muchos proyectos es esa confusión entre distintos tipos, niveles y momentos de trabajo, y esa confusión nos impide llegar a pensar con mayor profundidad las implicaciones operativas de cada elemento concreto allí involucrado, y de sus interrelaciones.

En términos históricos, y en pinceladas groseramente rápidas, creo que se parte en muchos de estos proyectos que tienen alguna intención comunicativa con una fascinación por el medio, y con una ingenuidad comunicativa inicial, es decir, con una estrategia implícita muy mal elaborada. Hasta hace poco — incluso en un taller reciente que hicimos — cuando pedíamos a los participantes (trabajadores en un proyecto popular) definir comunicación, la mayor parte de esa gente — ideológicamente pro-participativa, progresista, etc. — respondía que la comunicación era ni más ni menos que un proceso de difusión. Es decir, subyacía todavía el modelo difusionista de la comunicación en un proyecto que se creía participativo y que estaba claramente vinculado con sectores populares.

Entonces, un problema ha sido éste: la fascinación por el medio, sin saber qué se ponía en marcha. Carlos Crespo ya lo anotaba respecto a la génesis de las escue-

las radiofónicas. Vale decir, si tenemos una radio, bueno, vamos a ver qué hacemos, o tenemos un mimeógrafo, o últimamente tenemos disponible filmadoras y video-cassettes, etc., bueno, hagamos algo. Niños con juguetes nuevos.

Un segundo elemento en esta evolución histórica - y no era casual mi pregunta hace dos días atrás - es la articulación entre educación, comunicación y organización popular, porque esa trilogía en cierto modo refleja cierto tipo de desarrollo histórico. Se parte, y de modo paternalista, con la educación, y en especial la alfabetización, para lo cual lo comunicativo es nada más que un altoparlante escolar. Más adelante se va descubriendo lo propiamente comunicativo, es decir, las especificidades del medio, de lo que significa producción de mensajes para medios de comunicación, etc.

Y por último, se empieza a descubrir el valor de la organización popular; y ello se inicia a partir de la constitución paternalista originaria de grupos organizados en la comunidad, para que progresivamente estos grupos vayan desligándose y transformándose en grupos auténticos de las propias comunidades, aunque sus objetivos ya puedan estar en contraposición con la institución mediadora (agente externo original) que creaba sus grupos que sólo podían vivir en la medida que la institución madre los apoyaba con programas, con agentes de terreno, con mensajes en cartillas o folletos.

Otra temática que aparece en esta evolución, es el paso del testimonio hacia la eficiencia. Sostengo que el testimonio es esencial. Es el sentido de mística, de entregarse, del agente externo. Sin ese tipo de testimonio no habría hoy en día una cantidad de proyectos de comunicación popular o vinculados a ella. Pero progresivamente se va descubriendo que más allá del testimonio y necesitando mantenerse ese testimonio, esa mística y esa entrega, se hace necesario también considerar el problema de la eficiencia. O sea, no solamente dar presencia, decir "estoy haciendo algo por los sectores po

pulares', sentando testimonio de mi entrega al movimiento popular sino que además tratamos de potenciar al máximo y con todos los conocimientos que hemos ido adquiriendo a partir de la práctica, la teoría, las enseñanzas de otros proyectos, para lograr la máxima eficacia de esos proyectos concretos, para que sean una parte orgánica pero sea del avance de los distintos movimientos populares

2. PROBLEMAS DE VIABILIDAD EXTERNA O POLITICA

Hace falta una noción de estrategia política para estos proyectos. Este asunto también surge históricamente aunque un poco más lentamente que el propio crecimiento de los proyectos. Hoy en día es cuando está más claro. Se trata de ver el contexto dentro del cual operan los distintos proyectos, las restricciones bajo las cuales se opera. Este problema de las restricciones es interesante porque se trata de una justa medida, de no sobre ni sub estimar las restricciones del contexto, de aprovechar los espacios o las brechas. Si sobre estimamos, "a la althusseriana", la influencia de todo el aparato dominante, jamás habría habido proyectos de comunicación popular en una serie de nuestros países y en diversos momentos claramente represivos.

Pero en algunos casos, si subestimamos las restricciones del contexto, nos encontramos con esa brecha, esa paradoja, la mayor éxito de un proyecto de comunicación popular, mayores son sus posibilidades de fracaso, de anquilamiento, de aplastamiento por el sistema, porque ya ha logrado ser más exitoso de lo que el sistema puede permitir dentro de sus brechas, y hay varios ejemplos al respecto.

Lo interesante es que en este asunto de las restricciones del contexto, al partirse desde las prácticas y no desde la teoría, se ha visto de manera mucho más realista dónde se puede avanzar, dónde se puede conquistar espacios. Es decir, el contexto no es solamente un pro-

blema de lo macro. En la investigación que hacíamos nosotros para ALER, algunos investigadores locales, en la última fase de su capacitación para el trabajo en terreno, descubrieron que lo más importante para hacer el estudio no eran las especificidades de la radio, del sistema de educación radiofónica, de todos los otros componentes concretos de la investigación pedidos por los propios investigados; sino que querían elaborar una enorme teoría del desarrollo del modo de producción capitalista en América Latina, de diversas especificidades del modo de producción, etc. como si sólo eso nos iba a resolver el problema de la operatoria de las afiliadas a ALER, de sus problemas, de su eficacia, de cómo mejorar su actuar, de cuales eran las limitaciones que debían corregir las escuelas radiofónicas en América Latina. Afortunadamente, cuando a esa misma gente se le propuso diseñar instrumentos para captar realidades más concretas y útiles para los problemas específicos de las radio-escuelas, bueno, así se desvaneció el problema, porque al parecer era sólo un problema de dejar testimonio ideológico y no un problema, algo más difícil, de diseñar instrumentos concretos.

Dentro de la viabilidad externa-política, señalo también rápidamente:

- a) El problema de las instituciones y organizaciones movilizadas y sus contextos concretos. Rescato lo que Gloria plantea, que hay dinámicas particulares dentro de las cuales uno debe insertarse; es decir, que hay momentos para hacer esto, momentos para aquello y momentos en los cuáles no se puede hacer ni esto ni aquello, y ni siquiera pensarlo.
- b) Esto vale también para los objetivos y los mensajes posibles que puedan plantearse. El caso que antes señalaba Carlos Crespo, es un caso típico de un proyecto que está al borde del precipicio, pero que se mantiene dentro de los límites de los objetivos y los mensajes planteables, y ha habido ocasiones

dramáticas en que la emisora tuvo que decidir si se pasa este mensaje de denuncia de grupos populares y damos testimonio, y nos cierran la radio, o no lo pasamos, nos apretamos el corazón, pero seguimos manteniendo la radio entregando todavía un servicio cotidiano a los grupos populares, dentro del espacio de lo posible.

- c) Respecto de cobertura, que es otro problema de viabilidad externa, rescato lo que había planteado ya Fernando Ossandon hace un par de días sobre el problema de lo local: porque lo local da mayor flexibilidad, da también una mayor posibilidad de participación real, potencia mejor el uso de brechas en condiciones de contextos hostiles. Pero no podemos quedarnos con una especie de ideología localista. Hay que ir conquistando más espacios, articulando mejor la diversidad de experiencias locales.

3.- PROBLEMAS DE VIABILIDAD INTERNA-TECNICA

Señalo estos puntos:

- a) Es necesario resaltar el problema de la capacitación. Es decir, la participación en estrategias concretas de comunicación, en manejo de medios, producción de mensajes, etc., no es cuestión de espontaneísmo. Creer en éste es hacerle un flaco servicio a los grupos populares. Es necesaria una multiplicidad de esfuerzos en capacitación.
- b) La selección de medios. Aquí hay bastante que aprender aún. Hay "estrategias de multimedios", y algunos creen que se está en una estrategia de multi medios porque simplemente se combina la radio con un folleto, una cartilla o agentes interpersonales cuando jamás se ha cuestionado la articulación de ellos. No es sólo yuxtaponer medios.

- c) Sobre el uso de los medios. Si bien en términos ideales, una institución de servicio popular puede estar apoyando en las mañanas a un grupo con mimeografía, a otros en la tarde a través de la radio, y en las noches a través de otro tipo de medios, con agentes de terreno o de cambio super-polivalentes en todos los medios, conociéndolo todo en la práctica y en muchos casos el medio ya precede, como opción preferencial, y sucede que la institución se va especializando, sea en la comunicación interpersonal sea en el uso de la radio, o sea en la producción de impresos de formación, etc.
- d) Sistemas de producción de mensajes propios de comunicacionales: potenciar lo comunicativo de los mensajes, sus códigos, porque si bien toda comunicación es comunicación, hay que ahondar más en lo comunicativo del mensaje comunicativo-popular, para esto se va a hablar Daniel Prieto
- e) Sistemas de entrega, es decir, transmisión-distribución y problemas de recepción-utilización. Destacar los sistemas reales de organización de los participantes para la utilización de esos mensajes como un área que requiere más énfasis.
- f) Problema de recursos: no solamente de los recursos humanos y recursos técnicos, sino también el problema del recurso tiempo. Cuando un proyecto es participativo, no hay que subestimar el tiempo requerido para la participación y para la elaboración participativa del mensaje comunicativo. Es más tiempo del que uno supone y ese tiempo hay que respetarlo.

Termino señalando que hay un problema que va surgiendo antes y que se refiere a "lo artesanal" de los medios. Subsiste el peligro que si seguimos trabajando con lo artesanal como única estrategia de comunicación, esta va a ser siempre marginal. Es necesario comenzar a pensar y a articular, en vista de la sociedad del mañana.

los pequeños medios, los medios artesanales, micromedios locales con el sistema general de comunicaciones de la sociedad, a través de todos sus niveles. Si no pensamos en ese horizonte, si no empezamos hoy día ya a dar los pasos posibles, nos vamos a quedar siempre con productos artesanales, necesariamente marginales, y no estaremos contribuyendo comunicativamente al advenimiento de un nuevo tipo de sociedad y de los estilos para llegar a ella.