

**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

INTRODUCCION

Del 14 al 19 de noviembre de 1983 se realizó, en la sede de CIESPAL, un Seminario sobre Comunicación Popular Educativa, con la participación de entidades que trabajan directamente con comunidades de base, en distintos países latinoamericanos. La organización estuvo a cargo de CIESPAL, la Fundación Friedrich Ebert, Radio Nederland Training Centre y UNDA-AL (Asociación Católica Latinoamericana para la Radio y la Televisión).

A los temas generales del seminario corresponden los trabajos incluidos en este libro:

- Problemas teóricos.*
- Metodología de trabajo en terreno.*
- Uso de medios.*
- Formación.*
- Investigación y evaluación.*

Las presentaciones dieron lugar a un amplio debate que no necesariamente culminó en acuerdos generalizados entre los participantes. Las distintas situaciones enfrentadas por cada entidad y los temas como la polémica entre planificar y no planificar, la discusión sobre espon-

taneidad y creatividad, la crítica a la manera en que la universidad se ha venido ocupando de la cultura popular, el papel de los animadores o promotores externos (papel ambiguo a menudo) afloraron en cada una de las discusiones.

Esto mismo se refleja en las ponencias. Aparece en ellas una multitud de problemas a la vez que enfoques divergentes sobre el quehacer con sectores populares.

Sin embargo, no podemos afirmar que el seminario se convirtió en un ejercicio babélico. Un diálogo, no muy común, entre comunicadores y educadores, entre universitarios y personas que trabajan con la base, lleva a plantear temas no resueltos en la actualidad.

Con la publicación de este libro, CIESPAL busca difundir los puntos de vista de algunos especialistas latinoamericanos sobre la comunicación y educación popular. Se trata de ampliar el debate más allá de los límites del seminario mencionado y de continuar, a través de seminarios, cursos, talleres o publicaciones, con un intercambio de información y de experiencias destinado a enriquecer la teoría y la práctica del trabajo con los sectores populares.

Participaron en el seminario las siguientes personas:

BENSON, Susan Shattuck.
Dpto. Asuntos Culturales.
Programa de Información y Comunicación.
OEA.

BRANDAO RODRIGUES, Carlos
Universidade Estadual de Campinas — UNICAMP.

CAMILO RECIO, Miriam R.
Centro Dominicano de Estudios de la Educación.

CRESPO BURGOS, Carlos M.
Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica
ALER.

GRAEPP, Rose Marie
Consejo Educación de Adultos de América Latina.
CEAAL.

NEIRA BRONTIS, Walter.
Federación Latinoamericana de Facultades de Comuni-
cación Social – FELAFACS.

MARTINEZ, Santiago.
Centro al Servicio de la Acción Popular –CESAP.

MEIRONE GALTRE, Telmo.
Centro de Comunicación Educativa La Crujia.

OROZCO, José Efrén.
Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario.

OSSANDON CORREA, Fernando.
ECO, Educación y Comunicación.

PRIETO CASTILLO, Daniel
CIESPAL.

SILVEIRA C., Ma. Antonina
Centro Pastoral Vergueiro.

SOLANO, Juan Francisco
Universidad Central del Ecuador –
Escuela de Ciencias de la Información.

SOTOMAYOR, Carmen
Programa Interdisciplinario de Investigación en Educa-
ción. PIIE.

ROS IZQUIERDO, José
Instituto Radiofónico Fe y Alegría –IRFA

PIRES, Ney
FASE

ALFARO, Rosa María
Asociación de Comunicadores Sociales "Calandria".

JIMENEZ, Melvin
Centro Nacional de Acción Pastoral – CENAP

ESTEVEZ, Argelia
UNDA-AL

CANDANEDO, Diana
PROCAR

·DAVILA, Gloria
CIESPAL.

PAIVA, Alfredo
UNDA-AL

CONTRERAS BUDGE, Eduardo
CIESPAL.

GARCIA Vacas, Dennis Eddie
Fundación Fernando Velasco.

PEREZ SANCHEZ, José F.
CIESPAL – RNTC

PRACTICISMO Y TEORICISMO EN COMUNICACION POPULAR

EDUARDO CONTRERAS
Fue director de ASER, proyecto de investigación de la educación radiofónica regional, en la Asociación Latinoamericana de Escuelas Radiofónicas (ALER). Es Maestro y Doctor de la comunicación de la Universidad de Stanford, California. Como miembro del equipo de expertos internacionales de CIESPAL, se ocupa actualmente de formación en planificación de la comunicación, orientada al trabajo con sectores populares.

Una tensión subyacente a éste y a muchos otros seminarios que intentan ser un lugar de encuentro entre la experiencia y la reflexión es la esquizofrénica relación teoría-práctica que llevada a sus extremos es calificable de practicismo versus teoricismo.

Durante algún tiempo predominó en nuestra región el privilegio de lo teórico y a nivel de la macro: aparatos ideológicos, modo de producción, dominación y hegemonía, estructuras y más estructuras, discursos sobre el discurso dominante (era sólo uno y homogéneo: sin brechas, cooptador de todo, puro y teleológico). Todo ello era prerequisite para el estudio de la comunicación. Quizá, en el paroxismo, eso era en sí la comunicación. Sin un cuerpo teórico bien pulido jamás se llegaría a comprender a cabalidad lo que estaba sucediendo en el terreno de las prácticas comunicativas. Estas podrían esperar.

Visión, además, profundamente fatalista. No había cómo escapar de ese aterrador sistema dominante que todo lo impregnaba.

Un engranaje maravilloso que se revelaba cada vez más, tras cada estudio más demoledor de la lógica del capital, como una obra divina, inexpugnable, inmutable, devoradora de todo esfuerzo alternativo que, por lo demás, se presentaba como vano esfuerzo contestatario.

Sea por los vaivenes políticos de la región, por las oportunidades perdidas, por el propio cansancio de un teoricismo estéril, por el flujo y reflujo de modas comunicacionales, el hecho es que de pronto fueron descubiertas las prácticas de comunicación popular. “Descubiertas” como se descubrió a América creyéndola Las Indias. Algo que no existía, y que de pronto está allí: terreno generoso, virgen y pleno de riquezas. Y “descubiertas” en el sentido de quitarnos las vendas de los ojos teóricos y contemplar, admirados, aquello que habíamos ignorado.

Ignorado e inexistente para algunos muchos. Pero esas prácticas no habían esperado la resolución teórica de infinidad de “problemáticas” que ellas debían enfrentar —que ya estaban enfrentando— en su tarea cotidiana. Allí sí, en el terreno, se estaba “descubriendo” la riqueza de las variadas prácticas de comunicación popular. Primero, mediante un trabajo benévolo y paternalista, unidireccional, de promoción social. Luego, mediante cuestionamientos —aún no agotados— del papel del “agente externo” y el fomento de procesos más o menos espontáneos de comunicación popular, en que el propio pueblo iba descubriendo —a veces se le hacía descubrir— sus capacidades y modalidades expresivas y comunicativas, y las ponía al servicio de sus aspiraciones, necesidades y proyectos. Se descubrieron limitaciones y errores, muchos errores. Pero se siguió. Se fueron redefiniendo los ámbitos de cooperación entre grupos populares y agentes e instituciones mediadoras. De los dirigismos y espontaneísmos iniciales surgieron aprendizajes para una relación más adecuada; necesidades, mecanismos y contenidos de formación concordantes con la real situación concreta, histórica y específica de múltiples grupos populares en el campo primero, en los espacios marginales

urbanos luego, y en las organizaciones de base y de clase después. Larga y rica historia de la cual apenas conocemos fragmentos.

Como sea, el hecho es que las preocupaciones teóricas en comunicaciones por un lado, y las prácticas de comunicación popular por el otro, marcharon durante tiempos por sendas divergentes. Muchos acompañamientos a prácticas hoy llamadas de comunicación popular no nacieron de los comunicadores profesionales, como sí aconteció notablemente con los educadores que, con todas las contradicciones que se quiera, entraron a ocupar un inicial rol acompañador mediante la alfabetización y la educación de adultos, la educación no-formal, la concientización, etc. Y los educadores populares de hoy en día han tenido un duro aprendizaje desde las prácticas populares con sentido educativo. Es hora ya que acontezca lo mismo con los comunicadores. Para eso habrá que aprender y desaprender bastante.

Si por un lado el teoricismo fue una anteojera para muchos, por otro lado los grupos que estaban en el terreno, haciendo comunicación popular o al menos intentándolo, cayeron muchas veces en el practicismo, en un vértigo apasionado del hacer —acosados por las múltiples exigencias de proyectos de carne y hueso — sin tener momentos suficientes para un alto en el camino, para reflexionar sobre lo que se hacía y su sentido. Practicismo junto con un necesario mesianismo. En los momentos en que esas prácticas se desenvuelven huérfanas de apoyo, contra la corriente, aisladas y solitarias, golpeadas y reprimidas, efímeras, hay que creer profundamente en lo que se hace; creer que el esfuerzo equivale a la efectividad, descontar la crítica de los que juzgan desde afuera, como condición para hacer sobrevivir la esperanza.

“¿Cómo pueden ustedes saber de lo que hablan, y para qué nos sirve, si sólo han hablado, pero no hecho?”, será una queja. Y otra: “¿Cómo pueden haber hecho esto y lo otro sin una buena base teórica y conceptual?”

Primero hay que conocer y saber, para luego y sólo entonces hacer”.

Recelos hay entre teóricos y prácticos gracias a los teoricistas y los practicistas. Superables claramente, sí. Con conciencia que hay que resolverlos, sí. Pero de existir aún, sí también. Y este Seminario reflejó en parte dicha pesada herencia. Ya no vimos teoricistas ni practicistas, sino algo nuevo emergente. Pero había aún resabios de lo viejo.

Un modo de evitarlos es juntar sólo a teóricos de la comunicación popular, como de hecho ha acontecido en algunos seminarios. O si nó, dejar que en otro momento y lugar se junten los prácticos a intercambiarse sus experiencias para seguir haciendo más o menos lo mismo, como también ha sucedido a veces.

Personalmente, me ha tocado estar en ambos tipos de encuentros. En unos, abundan las generalizaciones —triumfalistas o nihilistas, da lo mismo: están despegadas de prácticas reales. En otros, se insiste en la “unicidad” de cada experiencia —la única posible, legítima e intachable— y hay resistencia a aprender de los demás. Sobre todo, se da la tendencia a “vender el rollo” y una terrible falta de ingenuidad para destacar los errores, las falsas partidas, el ocaso de las experiencias.

No es que estas situaciones se hayan dado en este seminario. Las personas que vinieron a este encuentro estaban vinculadas a prácticas de comunicación popular. Se pretendía que representasen a organismos e instituciones intermedias de apoyo a dichas prácticas en diversas instancias: coordinación, uso de medios y elaboración de materiales, formación y capacitación, investigación, mecanismos de trabajo en terreno, servicios de enlace y documentación, etcétera. Lo que las diferenciaba era el grado de proximidad —o de lejanía, si se prefiere— con prácticas cotidianas de educación-comunicación en la base popular, más allá de las especificidades del trabajo de cada cual.

Pero se detectaban aquellos resabios —justificables históricamente o no, pero existentes— de la pugna teórica-práctica en diversos ámbitos de la discusión. No fueron resueltos, pero creemos que se dio un paso positivo para entablar un diálogo útil para las prácticas de comunicación popular entre los distintos niveles, formas e instituciones de apoyo allí comprometidas.

Porque el desafío presente es doble, en cuanto a una mejor relación teoría-práctica que no degenera en el título de esta nota:

- a) Consolidar y articular mejor los conocimientos y experiencias que se han estado derivando de las prácticas —ya no aisladas— de comunicación popular, con todo lo que ello implique de fecundación mutua, de aprendizaje y de posibilidades de generalizar algunos principios, estrategias y mecanismos que se han probado ya en diversidad de experiencias. Esto significa capacidad de trascender la unicidad, el localismo, las faltas de oportunidades para una reflexión más elevada y crítica sobre lo que se hace.
- b) Evitar que las prácticas de comunicación popular y las reflexiones más generales que a partir de ellas vayan surgiendo, sean capturadas por excesos teóricos y apropiadas por vanguardismos intelectuales que prescriban lo que hay que hacer.

Por ello es que creí necesario resaltar esta mal resuelta dicotomía aún presente en el debate sobre las experiencias de comunicación popular. Y particularmente por ese riesgo que dichas prácticas se transformen en un objeto discursivo de moda.

Y es bueno ya plantearlo de una vez. No se trata de una percepción iluminada: ya muchos otros se han planteado asuntos similares. Pero muchas veces se lo hace entre pasillos y a media voz. Y si lo planteamos como Introducción a este libro es porque tememos que de pronto las ponencias que siguen se transformen en rece-

tarios, en sustitutos teóricos predigeridos de un aprendizaje y una reflexión que debe originarse en la vivencia de las prácticas de comunicación popular. Y esto muy a pesar de la clara intención de sus autores. No sucedió así en el Seminario, pero podría suceder con el libro: las ponencias que eran allá una invitación abierta a la reflexión y el debate y que cristalizaban vivencias, son ahora, santificadas en la magia del poder de la palabra impresa, la posibilidad de una prescripción de los deber ser y de los no deber ser para un tipo de lectores: los que vienen desde afuera a descubrir —y por qué no, a conquistar— la comunicación popular.

Recetarios de todo tipo: operativos (los menos), teóricos, políticos, ideológicos. Especialmente deseos de recetarios. Y sucede que comparto el cansancio de tanta declaración triunfalista, de tantas sanas y sesudas prescripciones de cómo todo se va a arreglar a fuerza de textos, palabras y consensos básicos. De que basta tomar conciencia que algo no anda, que es un problema, para que mágicamente ya deje de serlo. Resolución mítica de contradicciones reales.

Por ello es que prefiero insistir en nuestro aprendizaje de los errores, de los pasos en falso, de los fracasos inclusive. Y por otra razón más de fondo: la prescripción del deber ser, del modo correcto de hacer las cosas, del manual y de los manualitos tiende a erigirse en moralismo. Bien intencionado, sin duda, pero algo en el aire y en donde proliferan en libremercadismo tanto los consejos prácticos de quienes efectivamente han cristalizado largas y ricas experiencias del hacer con quienes desde un sitio poco contaminado con prácticas cotidianas prescriben, dictan, pontifican, advierten y cohiben.

En cambio, la perspectiva más ingenua que reconoce errores y limitaciones, que detalla y reflexiona sobre enfoques y procedimientos que en la práctica no han dado los frutos esperados desde la teoría o como remedio a

otros procedimientos que tampoco resultaron, es una perspectiva más realista y más rica, más contextualizada, más útil para el aprendizaje a partir de lo que en efecto se está realizando, y que tiende a ponderar de un modo diferente los textos que no acompañan a prácticas de comunicación y educación popular pero en los cuales, sin duda, también hay riqueza si se la sabe buscar.

¿Corresponden acaso nuestras prevenciones a un problema real? Sí y no. Por el lado del no, es evidente que los que están inmersos en dichas prácticas cotidianamente ya están inoculados en buena medida contra excesos teoricistas y prescripciones moralistas ex-cátedra. Saben reconocer una reflexión teórica pertinente. Si —por el contrario— adolecen aún de un defecto, éste es precisamente el ya anotado: la carencia o la postergación de momentos de reflexión más teórica, presionados por el activismo y las diarias e interminables minucias de que se componen sus prácticas de compromiso popular.

En cambio, tenemos razón en explicitar estas prevenciones para el otro tipo de lectores de este y otros textos sobre comunicación popular: el universitario que está “descubriendo”, fascinado, esta nueva área de la comunicación. En varias escuelas de comunicación ya se está instaurando la cátedra de comunicación popular. Y salvo interesantes (y ojalá crecientes) excepciones, existe el serio riesgo que ella se transforme en sólo otra materia más, en otro objeto de estudio, en aquel eufemismo autojustificador del intelectual inactivo: una práctica teórica.

Trascribamos como cierre a estas mal hilvanadas reflexiones un párrafo de la ponencia de Daniel Prieto que se presenta en este libro:

“Recuerdo un seminario en el que una colega manifestaba lo siguiente, ante unos mensajes propuestos por un grupo de base: les falta esto y esto y lo otro, no estamos ante una comunicación alternati-

va pura. Ella se quedó con su pureza y el grupo continuó con su impura labor en la comunidad”.

Sin duda, no es esto lo que queremos al propiciar **encuentros** como el que aconteció. Lo que queremos está tal vez reflejado en las ponencias que siguen, en cuanto al **acompañamiento de reflexión** sobre prácticas de comunicación popular. Porque hay otras tareas también. Pero aquí no se hallarán respuestas unívocas ni recetas para nada, sino una invitación a la reflexión, preguntas e inquietudes, sugerencias y polémicas. No hay aquí ponencia que no refleje experiencias de trabajo con bases populares. Puede haber entusiasmo y frustración, pero sobre todo esperanzas en las modestas utopías posibles.

Lo que no hay son certidumbres. Así debe ser.

EL PODER DE LA PALABRA

(Versión presentada en español por
el autor a partir del original en portugués)

CARLOS RODRIGUES B.
Docente e investigador de
la Universidad Estatal de
Campinas, Brasil. Nació
en Río de Janeiro. Desde
1963 está dedicado a tra-
bajos de educación popu-
lar en su país. Es autor de
numerosos libros: "Os
deuses do povo, O que E
Educação, O ardil da or-
denm", entre otros. Realizó estudios de maestría en antropología, en la Universidad de Brasilia, y de doctorado en ciencias sociales en la Universidad de San Pablo.

Llegó el fin: las bocas se abrieron por sí solas. Otra generación vino y desplazó la cuestión. Sus escritos, sus poetas con increíble paciencia intentaban explicarnos que nuestros valores se estrechaban mal con la verdad de la vida, que de modo general no podían recusarlos de todo, ni tampoco asimilarlos. (Jean-Paul Sartre, *Los Malditos de la Tierra*, en: *Colonialismo y Neocolonialismo*).

ALGUNAS PALABRAS INICIALES SOBRE LA PALABRA

Muy expresamente en tiempos en que temas como los de educación y comunicación empiezan a ser pensados en términos de relaciones entre las máquinas a través de los hombres —“tecnificación absoluta”, “computación”, “informática”—, quiero sugerir que empecemos nuestro diálogo en este seminario volviéndonos juntos al lugar de la matriz de todo lo que estaremos debatiendo aquí. Quiero volver a la palabra. Pretendo partir del punto de origen de todo lo que da sentido a nuestros oficios. “En el principio era el verbo”. Pero ahora parece

que nos decimos con temor los unos a los otros: "ya que fracasamos en aquello que nos es más humano, ya que no sabemos más cómo comunicarnos y entre nosotros enseñar y aprender, hagamos máquinas que, más sabias que nosotros, establezcan entre nosotros las reglas de la comunicación y educación".

¿Cómo pensar, compañeros, una cosa y la otra, la comunicación y la educación, en su dimensión de popular —una de las palabras del título de nuestro seminario— sin partir de lo que quizás haya sido lo único que le quedó al pueblo: la palabra?. ¿Será cierto ésto? En apariencia sí, pues aun bajo los regímenes de terror que con frecuencia detentan el poder en algunos de nuestros países, todos parecen hablar y parecen poder hablar. Apparentemente todos se comunican y algunos sujetos, aunque pobres, parecen ser libres y felices, pero, ¿de qué hablan? ¿Sobre qué se comunican? ¿Cuál es la verdad que pueden escuchar? ¿Qué pueden aprender y sobre qué pueden hablar? Seamos más directos: ¿Cuál es el poder de la palabra "pueblo" de aquéllos junto a quienes nos reconocemos profesionales de la educación y la comunicación?

En un primer momento quiero analizar aquí la práctica política de la palabra. Perdonen que a un antropólogo a quien le interesa tanto la educación le sea imposible resistir el deseo de empezar a buscar el secreto de la palabra, su sentido y su poder, justamente junto a las sociedades tribiales. Bandas errantes, pequeñas tribus o grandes naciones indígenas que pueblan aún, sobrevivientes de una historia de masacres, una buena parte. Tras sus huellas quiero partir de una discusión sobre el hecho de la división social del saber, para reflexionar sobre la cuestión política de la división social del poder de decir. Del poder dividido de tomar la palabra que consagra un orden social regido por la desigualdad y hacerla, una verdad consagrada. Hacerla así, usando, entre otros, el trabajo del educador y del comunicador para tornar colectiva la palabra que

habla en nombre del poder separado y, muchas veces, opuesto a la vida y al trabajo del pueblo. Habrá ahí un momento inicial en que el pensar sobre el surgimiento de la propia palabra escrita nos será muy útil.

Pero como estamos aquí no para hacer teorías de antropólogos y sí para pensar el sentido de la práctica de educadores y comunicadores, en un momento siguiente quiero discutir algo sobre cómo pueden participar el educador popular y el comunicador popular de una lucha muy difícil. La lucha por revertir el sentido de la palabra que es dicha al pueblo, y así, redescubrir con pueblo, verdades a siglo ocultas a fuerza entre nosotros, la lucha también, por participar con el pueblo del trabajo de conquista de su propia palabra. ¿Qué otro es, compañeros, el oficio y la misión del educador? Este será el momento de procurar comprender juntos que no cabe al educador repetir año tras año el trabajo de decir y de enseñar. Es necesario no sólo saber y hablar lo que es cierto y verdadero, sino conquistar con el pueblo el lugar y el poder donde reside el dominio de la palabra, de una nueva palabra que, diciendo cómo debe ser el mundo, sabrá decir cómo el pueblo debe ser y cuál es su misión en la dirección de la construcción de nuestro mundo, de un nuevo mundo.

EL PODER DE ESCRIBIR.

Un cierto día, en los primeros años de su carrera de etnógrafo, Claude Lévi-Strauss realizó expediciones entre los indígenas de Brasil. Era entonces un joven profesor invitado por la Universidad de Sao Paulo, que aprovechó su permanencia de algunos años en el país para conocer y estudiar grupos tribales como : los Bororo, los Caduveo, los Tupi-Kawahib y los Nambikwara. Algunas breves reflexiones de él entre estos últimos —los Nambikwara— bien podrían ser el comienzo de nuestras cuestiones. Como de costumbre, en un momento de intercambio de regalos, él distribuyó entre los hombres de la tribu hojas de papel y algunos lápices. Era sabido que

los Nambikwara nunca supieron escribir, pero algunos de ellos inmediatamente empezaron a utilizar los lápices y a dibujar en el papel pequeñas líneas, imitaciones groseras de la escritura. Cito a Lévi Strauss:

¿Qué querían ellos hacer? Tuve que rendirme a la evidencia: escribían o más exactamente, intentaban utilizar el lápiz como yo, dándole la única utilización que ellos entonces podían concebir, pues aún no había intentado distraerlos con mis dibujos. La mayor parte dejó allí sus conocimientos, sus esfuerzos; pero el jefe del bando veía más lejos. Fue probablemente el único que comprendió la función de la escritura. Así, me exigía todo un bloque de apuntes y estábamos equipados del mismo modo mientras trabajábamos juntos. No me comunicaba verbalmente las informaciones que le pido, pero dibuja en el papel líneas sinuosas y me las presenta como si debiera poder leer su respuesta. El mismo se deja llevar por su comedia; cada vez que su mano acaba una línea la examina ansiosamente como si su significado debiese irrumpir de ella y, entonces, la misma desilusión se tiñe siempre en su rostro. Pero no la admite; está tácitamente entendido entre nosotros que sus dibujos poseen un sentido y que yo hago como si los descifrara; el comentario verbal acompaña casi inmediatamente y me dispensa de exigir los esclarecimientos necesarios. (Claude Lévi Strauss, *Tristes Trópicos*, 292/293).

Algunas veces en mi vida de asesor de proyectos de educación en el medio rural, yo mismo me preguntaba si los ritos pedagógicos que establecemos con la fuerza de nuestro poder de educadores, no resultaron en un doble juego, en una doble representación entre ellos y nosotros: la de jugar cómo se aprende, en medio de experiencias de educación frágiles, fragmentadas y tan efímeras como los grandes rituales que algunas tribus indígenas del continente todavía saben practicar.

Pero dejemos esta cuestión inquietante para un momento posterior y sigamos los pasos de Lévi Strauss. La

escena prosigue. En un momento dado, el jefe indígena saca de una cesta una hoja en donde había fingido escribir y entonces finge leer, presentando al antropólogo y a todos a sus alrededores la lista de regalos que debían ser intercambiados entre ellos. Cito a Lévi Strauss:

¿Qué esperaba él? Engañarse a sí mismo, quizás; pero más espantar a sus compañeros, persuadirlos de que las mercancías pasaban por su intermedio, de que él había obtenido la alianza del blanco y que participaba de sus secretos (293).

Durante una mala noche en las selvas de Brasil, Lévi-Strauss medita sobre la cuestión de la escritura. De la palabra escrita y de sus consecuencias; los significados y poderes que ella incorporó a la cultura humana y también las diferencias sociales que comenzó a establecer entre los hombres. Porque la escritura es un modo de palabra oral a hacerse no sólo una fuente de poder, sino uno de los medios más importantes en la formación de un nuevo tipo de poder: el poder separado de la vida social. El poder constituido como una entidad en sí mismo y, entre otras, la matriz de la división social del trabajo que se hace acompañar de la división social del saber. La escritura es una de las condiciones del "poder ser" convertido en "poder de estado".

Entre los indios Nambikwara la escritura sin sentido era, para el jefe, un significado de que él podía más que los otros. Simulando saber utilizar el código del blanco, él parecía aproximarse a alcanzar el saber del descifrador entre compañeros de aldea que, por milenios, supieron vivir libres de la palabra escrita. Entre nosotros, símbolo de un progreso que no sólo parece existir en la civilización, sino más bien parece haber contribuido poderosamente para hacerla emerger en la historia, la escritura se disfraza del significado de poder que es —y al cual sirve—, para parecer ser una pura conquista de la cultura humana. Una conquista del saber de los hombres que genera la posibilidad de que la civilización sea una lenta, pero irreductible caminata hacia la

libertad y la solidaridad entre todas las categorías de los hombres y de pueblos de la tierra.

Durante su mala noche, poco a poco Lévi -Strauss revela cosas que muchas veces las conferencias de educadores buscan ocultar. Más que un servicio, la palabra escrita es hasta hoy una modalidad, un símbolo y un ejercicio de poder. Y ésto ocurre incluso en sociedades sencillas, donde el saber escribir es tan raro que quien sabe hacerlo es un especialista profesional. Otra vez cito a Lévi-Strauss.

En las aldeas por donde pasé en las colinas de Chittagong, en Paquistán Oriental, hay muchos analfabetos; cada uno de ellos tiene entre tanto a su escriba que desempeña su función junto a los individuos y a la colectividad.

Todos conocen la escritura y la utilizan en caso de necesidad, pero desde afuera o como si se sirviesen de un legislador extranjero, por lo cual se comunican con métodos orales.

Ahora, el escriba raramente es un funcionario o un empleado del grupo y su ciencia es acompañada por poder, de tal forma que el mismo individuo reúne muchas veces las funciones de escriba y de usuario: no sólo porque él tenga necesidad de leer y escribir para ejercer su industria, sino también porque se encuentra a sí mismo, más que con un título, como aquél que tiene poder sobre los otros. (294/295).

La palabra escrita parece haber sido uno de los determinantes fundamentales de la posibilidad del pasaje de los hombres primitivos de bandas errantes de colectores-cazadores a la gran tribu estable y, después de élla, a la ciudad y a la civilización. No fue así. La revolución neolítica que precedió en algunos milenios a la escritura, resultó del dominio del hombre sobre los granos y los cereales, básicamente el trigo, el arroz y el maíz. La es

critura es posterior a conquistas humanas mucho más fundamentales y, en realidad, es un derivado de sus consecuencias. La agricultura estable de cereales generó finalmente un producto que, factible de ser almacenado sin ser consumido totalmente, se hace mercancía y, entonces, separa al amo del siervo —categorías inexistentes antes de las grandes tribus y de la ciudad— y exige la reproducción de un repertorio creciente de agentes de mediación entre quienes poseen los campos de plantación y constituyen el poder separado de la vida social, y aquéllos que trabajan sin poseer ni una cosa ni otra, ni la tierra ni el poder: el campesino, el siervo de la tierra, el esclavo. La acumulación de la riqueza exige su contabilidad; la acumulación de poder exige aparatos de control —algunos groseros como la milicia estable, otros sutiles como la palabra escrita—. Invención de la división social del trabajo, del poder y del saber, la escritura sirve inicialmente para contabilizar y vigilar. Sirve para controlar ganancias y tributos, y para llevar lejos los ojos y las órdenes de los señores cuando la tribu de agricultores se transforma en la ciudad y la ciudad se transforma en imperio. Cito a Lévi -Strauss:

Si quisiéramos poner en co-relación el surgimiento de la escritura con ciertos rasgos característicos de la civilización, es necesario tratar en otra dirección. El único fenómeno que la ha acompañado fielmente es la formación de las ciudades y los imperios, es decir, la integración en un sistema político, en un número considerable de individuos y su jerarquización en castas y en clases. Esa es en todo caso la evolución típica que se ha observado desde Egipto hasta China. Cuando surge la escritura, ella parece favorecer la explotación de los hombres antes que su iluminación. Esta explotación que permitiría reunir a miles de trabajadores para obligarlos a tareas extenuantes, refleja mejor el nacimiento de la arquitectura que la relación directa enfocada hace poco. Si mi hipótesis es exacta, es necesario admitir que la función primaria de la publicación escrita fue la de facilitar la servidumbre. El uso de la escritura para

fines desinteresados con miras a extraer de ella satisfacciones intelectuales estéticas es un resultado secundario, si es que no se reduce en la mayor parte de los casos a un medio para reforzar, justificar o disimular la otra. (296).

Grupos tribales de Africa pudieron ampliarse a las dimensiones de pequeños y prósperos imperios sin la escritura, sin las relaciones de servidumbre que han sido, con variaciones entre naciones y épocas, una característica constante de nuestras civilizaciones occidentales. Por otro lado, aun cuando la escritura sea, como cultura, la posibilidad del saber hacerse visible y la memoria impercedera, como forma de poder, la escritura es la condición de posibilidad de la multiplicación de la desigualdad. No seamos ingenuos: no es por ser un instrumento cultural de un poder de estado que la escritura se convierte en una forma de poder en sí misma, que ella participa en la creación de formas de un poder político regido por la desigualdad y la servidumbre. Cito a Lévi Strauss:

Si la escritura no bastó para consolidar conocimientos quizás haya sido indispensable para fortalecer las dominaciones. Veamos un poco lo que está más cercano a nosotros: la acción sistemática de los estados europeos en favor de una instrucción obligatoria que se desarrolla durante el siglo XIX es acompañada por la extensión del servicio militar y por la proletarización. La lucha en contra del analfabetismo se confunde así con el refuerzo de control de los ciudadanos por el poder, pues es necesario que todos sepan leer para que este último pueda decir: nadie puede ignorar la ley. (296).

¿Será esa la razón por la cual, en sociedades pre-colombinas de América Latina —sociedades que hace siglos dominaron estas tierras en donde estamos nosotros los propios dioses maldijeron la palabra escrita?

Tupac Cauri consultó a los adivinos quienes dijeron

que lo que más había desgradado a los dioses era la escritura. Por eso prohibió la quelça, bajo una severa pena de muerte: en su lugar propagaron el quilpus, Con estas medidas se aplacó la cólera de los dioses y la felicidad volvió a reinar. (Luis Pardo, *Historia y Arqueología del Cusco*, 117).

EL PODER DE DECIR.

En este punto pretendo volver algunos pasos atrás. Quiero volver sobre mis pasos y afirmar que no es sólo la palabra escrita —la matriz del saber de la educación que nos reúne aquí—aquello que sirve tanto para separar al señor del siervo, como al civilizadr del no-civilizado. No son sólo formas por las cuales la palabra se electrifica o se convierte en mil artimañas de “comunicación de masa” lo que define la oposición entre los que poseen el poder de hacerla existir, los que obedecen al deber de hacerla funcionar y los que se someten a ser la masa de los que obedecen al deber de recibirla. Es la propia palabra que se habla. Es el poder de decir, aquello que es necesario tomar como un punto de partida. Volvamos a la unidad más inmediata y, por eso, la más terrible de nuestras labores de comunicadores y educadores, para hacer la crítica de algunos fundamentos de nuestra propia práctica.

Todos hablan, aun en la sociedad más represiva, como aquéllas en las que vivimos algunos de nosotros, donde en las noches frías las mujeres desesperadas, golpean sartenes y cacerolas desde las ventanas de sus casas, como única y última manera de decir al opresor que los oprimidos todavía están vivos. En todas las sociedades aparentemente todos preservan el derecho de hablar. Pero éste es exactamente el gran engaño. Perdidas en la polvareda de las palabras que no dicen nada, los subalternos del trabajo deshumanizado y del poder arbitrario pierden en el aparente poder cotidiano de poder decir casi todo, el derecho de pronunciar justamente las únicas pocas palabras que hablan a todos el sentido y las reglas del código del mundo donde viven.

Otro francés, Jean-Paul Sartre, escribió el prefacio de un libro que se titula "Los Condenados de la Tierra" escrito por Frantz Fanon, un entonces colonizado. Él decía en aquel tiempo que si el mundo poseía señores y siervos es porque, entre otras razones, a los primeros les está reservado el poder de enunciar la palabra necesaria y a los otros — a los muchos que son casi todos — el deber de repetirla y obedecerla.

Una vez transcribí en el prefacio que hice para el libro de un compañero poeta el mismo pasaje de Sartre que me gustaría repetir aquí:

No hace mucho tiempo la tierra contaba con dos billones de habitantes, o sea, quinientos millones de hombres y mil quinientos millones de indígenas. Los primeros disponían de la palabra, los otros la imitaban. Entre aquellos y éstos, los régulos rendidos, los señores feudales, una falsa burguesía creada con todo cuidado, servían de intermediarios. A las colonias la verdad se enseñaba al desnudo: las metrópolis las preferían con sus ropas; era necesario que el indígena las amase. Como a una madre, de todos modos. La élite europea comenzó a fabricar una élite indígena; seleccionaba adolescentes, les inculcaba a la fuerza los principios de la cultura occidental, llenaba su boca de palabras sonoras, grandes palabras pastosas que fluían de sus dientes; después de una breve estancia en la metrópoli, los devolvían a sus casas falsificados. Esas mentiras vivas nada más tenían que decir a sus hermanos: ellas resonaban. De París, de Londres, de Amsterdam, nosotros lanzábamos palabras: "Parthenon", "fraternidad"! y en alguna parte de África, de Asia, los labios se abrían: "Tenón! Nidad!" Era la edad de otro (Jean-Paul Sartre, *Malditos de la Tierra*, capítulo de colonialismo y neocolonialismo, 137).

El resto de las ideas de Sartre son lo que transcribí en los dos momentos del epígrafe de estos escritos y una de ellas "llegó el fin: las bocas se abrieron por sí solas" — yo quisiera que fuera el tema central — el leit motiv de todo

nuestro seminario. Quise traer acá palabras dichas sobre otros pueblos en otros tiempos, porque creo que, cambiando algunas palabras e intenciones, es necesario que nos preguntemos a nosotros mismos si a favor o en contra de nuestra voluntad no somos nosotros también emisarios de educación cuyos títulos solemnes ocultan una vocación de ser —ahora en el interior de una disfrazada relación entre colonizadores y colonizados de un mismo país— artificios de usar sobre y contra los que tienen que escuchar y obedecer, las palabras de aquellos que pueden hablar y que pueden, por tanto, ordenar. Al fin y al cabo qué es lo que realizan y qué es lo que ocultan a través de sus palabras —algunas dichas, otras enseñadas y otras hasta participadas— los programas de “alfabetización”, “educación de adultos”, “desarrollo rural integrado?”

Pero antes de pensar en ésto, pensemos nuevamente en el momento del origen de la división del saber, o sea, en la división del poder de enunciar la palabra necesaria. Otro antropólogo francés, Pierre Clastres, evalúa el poder de la palabra a partir de sus estudios de campo entre pequeños grupos de indígenas cazadores del Paraguay.

“Hablar es ante todo poseer el poder de hablar”. El oficio del poder se realiza a través de la palabra y su dominio determina el ejercicio del comando. Hablan los señores y los otros escuchan, repiten, obedecen. Ya vimos eso acá. La palabra asociada al poder lo constituye, y el poder transforma la palabra que emite en la única legítima. Aquella que pronuncia la verdad y que dicta el orden. Directa, sin artificios, cuando el poder es absoluto, ella es la pura voluntad del poder convertida en su símbolo, su habla. Cuando el poder es menos concentrado en la persona de un solo señor, o en la figura de pequeñas jerarquías de hombres separados de la vida social para ser el puro poder, la palabra legítima se arma de instrumentos y meditaciones. Se hace múltiple, no sólo para reproducir entre sujetos y grupos diferentes una

misma determinación de la verdad, sino también para hacer el poder de la palabra tan amplio y tan diferenciado cuantos sean los dominios de la vida sobre los cuales ella deba ejercer su labor de dictar y de decir.

“Toda toma de poder es también una adquisición de la palabra” Esta es otra cita de Clastres. Cuando ya no es suficiente la palabra única de un sólo señor, el mismo se multiplica en varios y los hace emisarios de su palabra: primero, en el pasado, sacerdotes y escribas, jueces del poder, enunciadores de su habla; después, en tiempo presente, los educadores, los profesores, los especialistas en comunicación. Pero, y ésto es una cuestión inquietante, ¿ha sido siempre así? ¿Habrà sido siempre así en la historia? Quién dudará que así sea en mundos como el nuestro, donde el orden de la vida está basado en la existencia de la vida de un orden regido por la desigualdad. Un orden dirigido no solamente por oposiciones de tipo capital-trabajo; estado-sociedad civil, clases dominantes clases dominadas, sino justamente también por una múltiple variación de pequeñas y grandes relaciones directas, inmediatas, entre los detentores de alguna forma de poder y las muchas categorías de sujetos de algún modo subordinados a ellos y a su palabra. Pero, ¿cuántos de nosotros estamos atentos al hecho de que la construcción de la desigualdad transforma el ejercicio de la palabra del **deber de hablar** en el **poder de decir**? Es sobre esta reforma que es necesario meditar acá. Volvamos por tanto a los indígenas.

También sobre la pequeña tribu primitiva de los Guayaquis, del Paraguay —que Clastres y su esposa Helene estudiaron tan magníficamente— reina el Jefe. Reina uno de ellos elegido para ser el Jefe. En muchas tribus se dice de aquél que es el jefe: “él reina sobre las palabras” Entre tanto, qué significa allá reinar sobre la palabra? En las pequeñas sociedades aún no gobernadas por la **división social del trabajo** (sin siervos contra señores) por la **división del poder** (sin un estado contra la sociedad) y sin la **división del saber** (sin los que hablan en contra de los que escuchan), la palabra es el de-

ber del poder Y es sólo cuando el trabajo, el poder y el saber se dividen, que ella pasa a ser el derecho del poder, el derecho arbitrario que constituye a su palabra para hacerla resonar como saber legítimo

Una diferencia allí se revela, al mismo tiempo la más aparente y la más profunda, en la conjugación entre la palabra y el poder. El hecho es que en las sociedades de estado la palabra es un derecho del poder y en las sociedades sin estado ella es, por el contrario, el deber del poder. O para decirlo de otra manera, las sociedades indígenas no reconocen al jefe el derecho a la palabra porque él es el jefe: ellos exigen del hombre destinado a ser jefe que pruebe su dominio sobre las palabras. Hablar es para el jefe una obligación imperativa, la tribu quiere escucharlo: un jefe silencioso ya no es un jefe. (Pierre Clastres, *A Sociedade contra o Estado*, 107).

Obligado a ser el hombre que habla, cuál es la palabra del jefe de la tribu? Es la palabra de todos. Dicho de otro modo, el jefe es el enunciador del saber no dividido que se escucha a través de la voz de aquél que es el jefe justamente por repetir para todos lo que todos saben. El poder de la palabra no está situado ni en la persona ni en las ideas de uno solo, aquél que, hablando, comanda. Por el contrario, la tribu constituye un jefe para tener en su habla el rito enunciado de las palabras de la colectividad. Tanto así que, hablando más para repetir como rituales que el saber colectivo consagra, que para introducir el orden y su voluntad personal a través de la palabra, el jefe de la pequeña tribu habla muchas veces para no ser escuchado. Obligado a hablar por ser el jefe, él no posee siquiera el poder de hacer con que los otros lo vienen a escuchar

La palabra del jefe no es dicha para ser escuchada. Paradoja: nadie presta atención al discurso del jefe, o mejor, todos hacen como si no prestaran atención. Si el jefe debe, como tal, someterse a la obligación de hablar, en compensación las personas a las cuales él se dirige no están obligadas sino a aparentar que lo escuchan, en un sentido ellas no pierden, por así decirlo, nada. ¿Y por qué? Porque, literalmente, el jefe no dice cosa alguna. Su discurso consiste, esencialmente, en una celebración repetida muchas veces de las normas de la vida tradicional: "nuestros abuelos se sintieron bien viviendo como vivían. Siguiendo su ejemplo y de esa manera llevaremos juntos una existencia tranquila" Es más o menos a lo que se reduce un discurso del jefe. Se comprende de allí que él no perturbe de otro modo a aquéllos a los que es destinado. (108)

En otros estudios sobre otros indígenas de Sur América, Pierre Clastres ejemplifica como jefes tribales que por un momento pretendieron imponer sobre la voluntad del consenso de la tribu la de su propia palabra, como orden personal, fueron olvidados, fueron destituidos del poder o fueron muertos. Si la palabra de aquel que debe ser el jefe no necesita ser escuchada, qué es lo que significa?

Significa exactamente que ella es así porque el que la enuncia es el jefe sin ser el poder. Mejor, él es quien representa para todos el hecho de un poder que no existe separado de la vida colectiva. Separado de la vida social como valor en sí mismo, como lugar de mando, espacio sagrado que sobre el siervo enuncia la palabra legítima. Una palabra también separada para ser, al contrario del rito del saber colectivo, la ley que consagra la diferencia entre quienes saben y hablan en nombre del poder, y quienes no saben y escuchan y obedecen.

El jefe bastante loco para pensar no tanto en el abuso de un poder que él no posee, como en el propio uso del poder, o el jefe que quiere jugar a ser jefe es abando

nado. **la sociedad primitiva no es el lugar de un poder se parado, porque ella misma y no el jefe es el lugar real del poder. (108).**

El jefe le debe a la tribu la palabra. A través de lo que habla, la Tribu se escucha a sí misma y la voluntad colectiva de la vida solidaria se oye a sí misma. Por eso prohíbe al que habla ser algo más que aquel que dice lo que todos no necesitan escuchar, porque ya lo sabe. Por eso ellos **son lo que saben**. Incluso cuando habla otro ente tribal, un profeta, por ejemplo, de alguna sociedad indígena, si sus palabras traducen la novedad y hablan sobre la necesidad de la transformación, ellas necesitan ser, otra vez como un rito, la afirmación de una voluntad colectiva. Como los **Karai** profetas entre los Guaraníes del Paraguay del Brasil, ni sacerdotes ni hechiceros, hombres que de aldea en aldea iban predicando sobre los males del mundo invadido por el hombre blanco y la necesidad de que todos partieran en la búsqueda incesante de una tierra sin males.

¿Cuál es entonces el discurso de estos profetas errantes, profesionales de la planta, como los llama Clastres? El anuncio de otro mundo. El anuncio de la posibilidad de que todos juntos, Guaraníes puedan encontrar este mundo y construirlo con la conjunción de sus vidas colectivas.

¿Qué es lo que dicen los Karai? La naturaleza de su discurso era homogénea con su estatuto en relación a la sociedad. Era un discurso más allá del discurso, de la misma manera como ellos se consideran más allá de lo social planteando la misma cosa de otra manera, lo que ellos articulaban delante de multitudes indígenas fascinadas, encantadas, era un discurso de ruptura con el discurso tradicional, un discurso que se desarrollaba en el exterior de un sistema de normas, reglas y valores antiguos legados e impuestos por los dioses y ancestrales míticos. Es en relación a éso que el fenómeno profético que agitaba esa sociedad nos interroga de una manera

muy perturbadora. He aquí, en efecto, una sociedad primitiva que, como tal, tiende a perseverar en su ser a través de la mantención resoluta, conservadora, de las normas en vigor desde los albores del tiempo humano, y de esa sociedad surgen, enigmáticos, hombres que proclaman el fin de esas normas, el fin del mundo prendido a esas normas, ordenado a partir de ellas. (Pierre Clastres *Arqueología Da Violencia*, 99 y 100).

Aparentemente con menos poderes que nosotros, esos profetas indígenas nos anteceden. Como nosotros, son aquellos que asumieron, contra el orden legítimo, el oficio de viajar entre los hombres predicando la necesidad de que, finalmente, todo sea transformado. Entre tanto, ¿en qué somos iguales y en qué somos diferentes? Profetas de la sociedad sin Estado, sin un poder que les hiciera capaces de ordenar sobre la tribu la voluntad de sus visiones, eran ellos, los Karai, la pura expectativa de la urgencia del cambio frente a la amenaza del hombre blanco. Era una voluntad colectiva que, difícil de ser pronunciada, escogía a los Karai para que la pronunciase en su nombre. ¿Y quiénes somos nosotros, profesionales de la comunicación y de la educación, los que nos armamos de palabras como: **concientización**, **participación** y **transformación** para, frente aquéllos que consideramos como formas opresoras de educación y comunicación, anunciar la posibilidad de que todo se hubiera transformado a partir de un trabajo con el pueblo, a partir y a través del trabajo del mismo pueblo? ¿Un sueño imposible? No. Un sueño en la historia humana. Acá mismo en América y en otras partes del mundo otros pueblos lo hicieron, otros pueblos lo están haciendo.

HABLAR... EN NOMBRE DE QUIEN?

Tres indicadores muy importantes de lo que fue la instauración en América Latina del conjunto de ideas y prácticas que constituyeron las propuestas innovadoras de **Educación Popular** y de **Cultura Popular**, son hoy día olvidadas muchas veces. Y son olvidadas principalmente

por aquéllos que, después de veinte años de las propuestas de Pablo Freire en las primeras experiencias brasileñas, comprenden la Educación Popular como una forma apenas un poco más avanzada y más declaradamente política de una Educación de Adultos que les antecede algunos años, ¿Y cuáles son esos tres indicadores?

1.- La Educación Popular no es un modelo o una tendencia derivada de la Educación de Adultos: por el contrario, es un movimiento de educadores que, en contra de la forma institucional y de la mera expresión compensatoria y domesticadora de la Educación de Adultos, introduce propuestas de un trabajo pedagógico progresivamente capaz de orientar y servir a proyectos populares de organización y de clases y transformación de sociedades.

2.- Por lo menos en sus primeros momentos, la Educación Popular no pretende restringirse a hacer un trabajo pedagógico dirigido a personas adultas no adecuadamente escolarizadas durante la niñez y la adolescencia. Por el contrario, ella se propone como un movimiento de "retotalización" de todo el sistema educativo, en todos sus niveles y a través de todos sus modos de realización. Un sistema progresivamente definido a partir de la lógica y del trabajo político de las clases populares. En ese sentido, la Educación Popular comparte con el pueblo en el seno de los trabajos pedagógicos, con las ideas igualmente resignificadoras y retotalizadoras de la Cultura Popular y de la Comunicación Popular.

3.- La Educación Popular no fue, y mucho menos aún pretende ser hoy, un sistema o un método eficaz de enseñar al otro el saber mío; de hacerlo aprender a través de hacerlo el espejo de una cultura que no sea su propia cultura, una cultura de indígenas, de negros, de campesinos y de obreros que, del modo más crítico y creativo posible, debe ser reconstruída y transformada a través del trabajo cultural de ellos mismos, indígenas, negros, campesinos y obreros. Eso en un lugar donde el trabajo

fundamental es el trabajo de la educación que el pueblo se hace a sí mismo, y donde nuestro trabajo es el de participar en esta labor. Al contrario de una educación que consiste en enseñar al pueblo la lógica dominante, a través de hacerlo aprender a leer el mundo por su propia óptica y su propia palabra. La educación popular necesita ser un instrumento que participe del trabajo colectivo por medio del cual el pueblo, al aprender a partir de su propia práctica, conquiste finalmente el poder de decir su propia palabra.

Descubrir su propia palabra, aprender a decirla, leer no solamente el alfabeto semántico de las relaciones entre las letras, sino también el alfabeto político de las relaciones entre los hombres, es aquello que deseábamos conquistar, junto a las diferentes categorías de sujetos del pueblo, los que vivimos desde los primeros años de la década de los 60 los movimientos de **Cultura Popular** y los movimientos de **Educación Popular**. Al final, descubrimos poco a poco, entre errores y aciertos de nuestra propia práctica de Educadores Populares, que la palabra no es una mera señal de la cultura, sino un símbolo y un instrumento de poder. O entonces, si es un modo de expresión de la cultura, es también, y por eso mismo, aquéllo a través de lo cual la propia cultura puede llegar a ser un instrumento político de la liberación popular. En un documento escrito en Chile y publicado en 1968, Paulo Freire repite, ahora con la experiencia de lo que fuera vivido en dos países del continente, ideas que aprendió a madurar.

Es por esta razón que solamente la alfabetización, como problematización de hombre-mundo, como búsqueda de la palabra en su significación profunda, es liberadora. Y porque es liberadora, es capaz de instaurarse como "el primer paso que el individuo debe dar para su integración" en el proceso de construcción de su sociedad. Y, de esta forma, decir su palabra. (Paulo Freire, La Alfabetización de Adultos -crítica de su visión ingenua, comprensión de su visión crítica, artícu-

lo de Contribución al Proceso de Concientización en América Latina. pág. 16).

Tal vez podemos encontrar aquí, en la unidad matriz del oficio del educador --la palabra-- el lugar donde es difícil "jugar con medias palabras" Realizando su labor en el interior de sociedades desiguales, donde el poder aprendió a multiplicarse en muchos modos y a presentarse a sí mismo como algo legítimo, deseable, que se constituye como la forma consagrada de la existencia social, se le hace difícil al profesional o al militante de una práctica que asocia el trabajo de educación con la condición de las clases populares, dejar indefinidas dos cuestiones fundamentales. 1a. ¿En nombre de qué poder hablo yo? 2a. ¿A qué tipo de poder atribuye más poder mi trabajo a través de la palabra?

Una sutil mala conciencia --que muchas veces se expresa como una buena retórica-- tiende a considerar como "al servicio del pueblo" todos los tipos de prácticas que, por deber de oficio, son dirigidas a las clases populares. Unas mejores, otras peores, más eficaces unas, menos otras; más avanzadas algunas, menos radicales otras, todas las "experiencias de educación y comunicación dirigidas a las clases populares" son, de algún modo, un servicio a ellas.

Cuando amenazan con no serlo, basta que algunos recursos de métodos o estrategias sean redefinidos para que todo "se arregle". Tal vez, por eso mismo, después de ser redescubierta en los años 70 la idea de **participación, de participación popular**, sirva para adjetivar cualquier tipo de programa y, a través de esto, sirva para tornarlo legítimo. En el mes pasado el Instituto Nacional de Estudios Pedagógicos, del Ministerio de Educación de Brasil, anunció un Seminario sobre Investigación Participativa para el mes de diciembre de este año. ¿El motivo? 80o/o de los proyectos enviados a todos los centros del país con pedidos de financiamiento para estudios sobre educación, anunciaban como método la investigación participativa

Contra la aparición de falsa verdad de que "desde el momento en que enseñe" a adultos pobres del continente y desde que se les ayude a organizar sectores de su vida subalterna, todo tipo de "trabajo popular" es legítimo y necesario, sería importante reflexionar respecto a cómo, unos después de otros, los incontables dominios de los poderes que rigen la desigualdad produjeron agencias y artificios que, a lo largo de la historia, se convirtieron de **castigo en vigilancia**, y transformaron la **vigilancia en promoción**. Esta es la lenta historia que pasa de la horca a la prisión y de la prisión al desenvolvimiento y organización de comunidades. Cuando en los siglos XVII y XVIII los poderes de Europa descubrieron que era más barato y eficaz vigilar que castigar, redujeron las penas máximas o capitales y crearon, en sus formas modernas, los manicomios, los hospitales y las prisiones. Cuando los colonizadores descubrieron que era igualmente menos oneroso y sangriento dominar al colonizado a costa de comprar la conciencia de algunos y realizar sobre "las masas" trabajos de reorganización de sus vidas "primitivas" según modelos "civilizados", ellos crearon —sin destruir horcas o prisiones— las estrategias de "organización" y "desarrollo". Después, algunos años más tarde, para que pudiesen servir al "desarrollo" de esta inmensa y amorfa colonia subdesarrollada a la que los del "Norte" les dieran el nombre de "Tercer Mundo", fueron siendo creados, reescritos, modernizados y difundidos por diferentes agencias, servicios de extensión agrícola, de alfabetización de masas, de educación no-formal, de desarrollo de comunidades, de capacitación de mano de obra. "Ya que estos sub-humanos hablan, enseñémosles a leer". "Ya que trabajan, civilicemos su fuerza de trabajo"

Desde que sea posible preservar el orden establecido, el poder del estado y el sistema político legítimo, la trama de los diferentes sectores y servicios de poderes derivados, lo sagrado de la palabra —que a todo da sentido y que establece el habla de la lógica que rige y preserva las relaciones entre todas las personas, los grupos y las cla-

ses sociales-- nada cuesta al señor enviar emisarios que lleven a los mudos el sonido de la palabra legítima.

Cuando contra ésto algunos educadores militantes pensaron en la posibilidad de una educación popular, se la veía entonces como un medio para hacer junto al pueblo con los mismos modelos profesionales (alfabetización, educación de adultos, desarrollo de comunidades), un oficio político opuesto. Cambiar todos estos instrumentos por medio de los cuales sujetos y grupos de las clases populares puedan pasar de sujetos económicos a sujetos políticos

1.- Para que puedan fortalecer sus propias experiencias de clase; sus movimientos populares y sus fuentes de lucha. Aquéllos que, en un dominio irreconciliable de oposiciones entre modos antagónicos de poder y saber, sean medios de producción y fortalecimiento de modalidades propias de un poder popular a través de su saber popular.

2.- Para que puedan vivir, en las situaciones colectivas de la reflexión de sus prácticas de clase, la construcción no sólo de una ideología de clase, sino también de otra lógica del pensar. Cuando algunos educadores militantes dicen, por ejemplo, que el papel principal de **investigación participativa** es ser el camino de la construcción de una **ciencia popular** (no como una ciencia popularisca, versión de un espejo deformado de una "ciencia oficial") que construya un nuevo conocimiento del mundo a partir de un nuevo modo de actuar sobre el mundo y transformarlo, es sobre esta "obra lógica" que están pensando.

3. Para que puedan conquistar, paso a paso, el control de los medios de producción, difusión y transformación de su propia educación, de sus propias estrategias de organización y desarrollo

Este tercer punto tal vez sea lo que más nos interesa

aquí. Pensar un momento más sobre él serviría para cerrar estas reflexiones. Descubrimos con el tiempo, repetido, entre errores y aciertos, que no basta hacer mejor que el dominante o el colonizador, la misma cosa que él.

Es necesario hacer lo contrario. ¿Y por qué repetir, por lo menos para educadores militantes, una afirmación tan redundante? Porque vivimos en un tiempo en que seminarios como éste y "experiencias" como muchas, a lo largo de todo el continente, algunas veces hacen de todo trabajo con los sectores populares una misma cosa, apenas con ligeros puntos de vista diferentes. Y no debe ser así. Profesionales de un mismo oficio, la cuestión de la fuente de poder de su legitimidad no debe impedir que, entre amigos de reuniones internacionales haya adversarios de horizontes políticos. Si en algunas partes se "crean medios de educación y desarrollo que multipliquen junto al pueblo, la palabra legítima del orden opresor, es preciso hacer del nuestro un trabajo de educación y participación popular que, sin poseer proyectos propios, sirva para fortalecer los frentes, proyectos y movimientos populares de acumulación del saber de las clases populares y del poder de transformación".

Pero si esta cuestión divisoria parece clara, hay otra que todavía no lo está. No basta, con tal propósito, preservarnos nosotros, los educadores, los medios de educación y comunicación que hacen posible nuestro trabajo "junto al pueblo". Comprendemos hoy que una verdadera educación popular no existe *para* y no es solo nuestra práctica de la educación. Ella existe en la práctica popular: en las reuniones de los movimientos populares, en los momentos del pensar de clase, que existen tanto dentro de una comisión de salud de un barrio de la periferia, como en un frente armado de liberación.

El papel del educador militante es el de trabajar en el interior de estos momentos populares de construcción de su propio saber. En el interior de situaciones de una educación popular para las cuales el trabajo teórico,

científico y pedagógico del educador son convocados, como instrumentos que, a través de su palabra —de su saber— fortalecen el saber y el poder que le permiten al pueblo, finalmente, decir su propia palabra.

Hay más aún. Durante muchos años antecedentes de trabajos de educación popular, tomamos como nuestros los instrumentos de operación del proceso pedagógico: círculos de cultura, escuelas radiofónicas y tantos otros. Hoy sabemos que son medios auxiliares y efímeros. Porque también estos instrumentos precisan ser transferidos a los grupos, las asociaciones y los movimientos populares. Este es el momento en que el educador popular pasa de dirigente a asesor y, entonces, descubre finalmente su lugar. Un primer paso, colocar su saber, su ciencia, su palabra, al servicio de la construcción de equivalentes propios del pueblo.

deres absolutos, distantes, como un vago “poder del Estado” los que realizan la opresión de lo cotidiano sobre los indígenas, negros, campesinos y obreros —los cautivos de la tierra y del trabajo— Son múltiples formas de trabajos de mediación, como los nuestros, con diferentes dominios, agencias y articulaciones: como la escuela, “el programa de desarrollo rural integral”, la industria cultural de masas y tantos otros. Luego, no se trata de llevar al pueblo señales, símbolos y palabras, dejándolos al margen del acceso directo, colectivo y organizado a los medios e instrumentos de producción del saber y del poder. Que las palabras del oprimido no suenen para siempre apenas “de boca en boca”. Este es un medio por el cual, incluso entre los bien intencionados, la relación del poder dominante se eterniza. Que ellos conquisten el poder de poseer y determinar, cada vez más, los usos de los medios de comunicación (la escuela, el sistema escolar, las formas alternativas tradicionales y modernas de pedagogía), de comunicación (la imprenta, la radio, la televisión, los libros), y de articulación entre una cosa y otra. Caminos por donde aquéllo de “aprender a decir su palabra”, deja de ser una fantasía de cultu

ra y se transforma en una modalidad de poder. Es el momento en que de hecho "decir su palabra" puede significar volver a decir el orden del mundo y transformarlo

BIBLIOGRAFIA

Clastres, Pierre

A Sociedade Contra o Estado.

1978, Francisco Alves, Ríó de Janeiro.

Clastres, Pierre

Arqueología de Violencia

1982, Brasiliense, Sao Paulo

Foucault, Michel

Microfísica do Poder

1982, Graal, Ríó de Janeiro

Freire, Paulo

Contribución al Proceso de Concientización en América Latina

Cristianismo y Sociedad

1968, ISAL, Montevideo

Lévi-Strauss, Claude

Tristes Trópicos

1981, Edicoes 70, Lisboa

Pardo, Luis

Historia y Arqueología del Cuzco

Sartre, Jean-Paul

Colonialismo e Neocolonialismo

1968, Ríó de Janeiro, Tempo Brasileiro

LA COMUNICACION POPULAR EN LA DEMOCRATIZACION DE LA COMUNICACION EN CHILE

FERNANDO OSSANDON
chileno, sociólogo, con
postgrado en la Universi-
dad Católica de Lima, Pe-
rú, ex-profesor de comuni-
caciones en la Universidad
Católica de Chile, trabaja
actualmente en ECO, Edu-
cación y Comunicaciones,
en promoción y apoyo a la
Comunicación Popular.

UN PREAMBULO INDISPENSABLE

En los últimos meses Chile ha cambiado. Desde mayo se ha visto remecido por masivas jornadas de protesta nacional, impulsadas por vastos sectores sociales que respondieron al llamado de los trabajadores del Cobre.

El pueblo se pone de pié. El gobierno se ve obligado a responder. Se desencadena así una nueva situación nacional. La crisis económica deriva en crisis política. El debate político sale a tomar aire fuera de los estrechos y exclusivos confines de la Moneda. La discusión por las soluciones se torna pública. Quien más, quienes menos ofrecen una alternativa al país desde su particular ubicación política y social, reafirmando - ahora públicamente - su pensamiento ideológico.

Por su parte, las organizaciones populares se multiplican tratando de encauzar el malestar generalizado y disgregado, a la vez, en el pueblo. La mayoría de las movilizaciones culminan en una secuela de dolor y repre-

sión. Algunos grupos y clases obtienen concesiones económicas, políticas o jurídicas parciales. Los sectores populares difícilmente las saborean. Sin embargo, se gana en organización y legitimación nacional de sus demandas. Al debate sobre la vivienda acompaña la toma de temas más grande de la historia del país; se defiende a los dirigentes laborales requeridos por la justicia; se abre una corta brecha al drama del exilio; reaparecen varios partidos políticos; se ensanchan los estrechos márgenes de información y expresión en los medios de comunicación. Se abre pues en Chile un nuevo período marcado por la posibilidad cierta de un cambio radical dentro de los próximos años— del esquema de dominación militar imperante. Las fuerzas populares y progresistas se interrogan acerca de cómo alcanzar esos objetivos y asegurar un camino democratizador para Chile. De tal manera se resquebraja uno de los últimos eslabones del dominio militar autoritario en América Latina, que se jactaba de permanecer incólume, mientras otros pueblos y otros Estados emprendían la senda revolucionaria o la transición institucional hacia la democracia.

Decíamos que esto es materia de un preámbulo necesario, porque no es posible reflexionar acerca de la comunicación popular en nuestros días sin tomar en cuenta el cambio habido en la situación nacional. Más aún cuando se concibe a ésta como parte de los procesos culturales más vastos, que acompañan la reconstitución de un tejido social popular y de un movimiento social y político capaz de expresarlo racionalmente.

Este es un adecuado momento para hacer **balances**. Sacar las cuentas acerca de lo acontecido en estos últimos años en el campo de la comunicación popular, para discernir sus aportes, descubrir sus insuficiencias y aventurar los desafíos que deberá afrontar en la perspectiva arriba señalada: contribuir, activa y decididamente a potenciar los procesos democratizadores que reclaman

sectores mayoritarios de la población.

Deben excusarme que estas notas se fundamenten básicamente en la experiencia recogida por mí en Chile. Tengo la certeza de que todos como latinoamericanos compartimos una motivación central y una práctica de comunicaciones análoga. El estudio de un caso puede ilustrar mejor los puntos comunes para la discusión, que intentar hacer un raciocinio global sobre América Latina, tarea para la cual no estoy calificado.

La responsabilidad sobre lo que aquí se diga es, finalmente, personal. Sin embargo, dejo constancia que es fruto de un trabajo colectivo que lo antecede. Agradezco especialmente a las compañeras y compañeros de trabajo en ECO (Educación y Comunicaciones), y a los periodistas populares con quienes he compartido en los Talleres de Prensa y en otras actividades conjuntas.

Agradezco así mismo, a los organizadores de este Encuentro, que han tenido la gentileza de invitarme a participar en él. Ha sido un gran incentivo para detener la marcha cotidiana y sistematizar lo aprendido a lo largo de ella.

Hemos articulado nuestra reflexión en cuatro puntos:

- Acerca de la comunicación popular.
- Acerca de la democratización de la sociedad.
- Acerca de la democratización de las comunicaciones
- Aportes y Desafíos de la comunicación popular

ACERCA DE LA COMUNICACION POPULAR

1.- Conviene partir poniéndonos de acuerdo acerca de **qué entendemos por comunicación popular**. Concebimos una definición que abarque simultáneamente dos dimensiones: realidad y proyecto de transformación

- Ante todo, la comunicación popular ya es "un dato" de la realidad. Existe un amplio conglomerado de prácticas de elaboración y/o consumo de mensajes que provienen del pueblo y se dirigen prioritariamente a él. En ocasiones, se dirigen a la sociedad en su conjunto. Adquieren formas e intensidades diferentes, según el país o sector en el cual se originan.

Sin embargo, el mero catastro de tales procesos no basta para discernir su verdadero carácter. Es más, muchos "comunicadores populares" no se conciben a sí mismos como tales y verbalizan de otro modo sus motivaciones.

El problema es pues más complejo, fundamentalmente porque la vida de los sectores populares no transcurre en el aire, sino en una situación de dominación marcada por la hegemonía de las clases dominantes. Su cultura popular, aparece "quebrada y oprimida por los dominadores" a la vez que constituye el único lugar donde recibe su "identidad inmediata" (Castillo, 1978).

Dicho de una manera simple: no existe la comunicación popular en estado "puro". Se trata, como cualquier otra manifestación de cultura popular, de una práctica ambigua, fragmentaria, contaminada.

Lo cual nos lleva a enfatizar la presencia de una segunda dimensión: la comunicación popular designa a un conjunto de prácticas comprometidas con el cambio social en aras de una transformación radical de la sociedad, que libere a las clases populares de la opresión.

El eje articulador entre realidad y proyecto de transformación no es otro que, "la constitución del pueblo como sujeto histórico" O sea, su inserción en la creación de actores que, en continuidad con el pasado, puedan ir dotando al pueblo de una identidad propia y de una vocación hegemónica (al momento contra hege-

mónica) sobre la sociedad en su conjunto. (*)

2. No toda la comunicación popular tiene un mismo peso en la constitución del pueblo como sujeto histórico. Es posible distinguir al menos dos "momentos" en tal sentido: uno de "resistencia defensiva" (Gonzaga Motta, 1982) y otro de "afirmación de identidad".

El primero, se refiere a las reacciones —más o menos espontáneas— de los sectores populares frente a la situación de incomunicación impuesta por el régimen militar y el orden capitalista. Dicha situación está marcada por una trilogía de oro:

- a) Voluntad por extender "Las reglas del mercado" a la resolución de la mayoría de los ámbitos de la vida— un buen ciudadano es un noble y esforzado consumidor.
- b) Estado eminentemente represivo.
- c) Sistema de comunicaciones incondicional al régimen, que desarrolla los medios de comunicación de

(*) A nuestro entender, M. Cristina Mata, 1980, recoge bien esta complejidad, al definirla como sigue: "cuando hablamos de comunicación popular nos referimos a un tipo particular de prácticas llevadas a cabo por los sectores populares, es decir, por el conjunto de las clases sometidas a la dominación capitalista. La producción e intercambio de mensajes entre los individuos que componen los diferentes sectores populares se origina, precisamente, en una situación de dominación que padecen y en su consecuente voluntad-proyecto de transformar el sistema económico, político y social—. Y añade: "... los sectores populares van descubriendo en su práctica de oposición y lucha contra el sistema vigente, que no es posible transformar la realidad sin conocerla profundamente y sistemáticamente, que no es posible transformarla sin aunar los diversos sectores que buscan dicho cambio, que mucho menos puede transformarse la realidad sin organizarse para actuar sobre ella". (...) "los sectores populares necesitan generar su propia comunicación, que no se agota en sí misma, sino que es uno de los instrumentos a través de los cuales van avanzando en la construcción de su proyecto liberador, que dará fin a la situación de dominación" (Pág. 34).

masas en una dinámica concentradora y excluyente para conseguir el disciplinamiento masivo de la población

Frente a éstas y otras formas de dominación adquieren relevancia diversas expresiones reactivas: el silencio es, probablemente, el primer eslabón de una serie de acciones como la descalificación verbal, el rumor, el no-consumo y de otras más elaboradas como "el consumo crítico de telenovelas" o la "educación para la TV"

Como lo sugiere Nestor García Gandini (1982), la mayoría de estas prácticas no constituyen una impugnación al sistema dominante, son más bien formas de subsistencia, de afirmación de una cierta "identidad básica"

El segundo, en cambio, en un momento positivo, el de las iniciativas de comunicación, que acompañan con su voz informativa y una capacidad expresiva propia, diversos procesos de construcción de actores populares. Como dice el Dr. R. White "el proceso de comunicación popular comienza cuando los grupos de más bajo status dejan de hacer esfuerzos por comunicarse a través de la jerarquía de las élites intermediarias o de los medios públicos ordinarios y establecen su propio sistema de comunicación horizontal. Así, esto se convierte en un mensaje expresado en su propio lenguaje y desde su propio punto de vista" (1982, pág. 30). En este caso la comunicación popular refleja y en ocasiones potencia procesos de elaboración de un tejido de valores solidarios, el desarrollo de organizaciones, la educación popular, las movilizaciones populares, la elaboración y difusión de propuestas políticas, la expresión artística popular. Acude por cierto a vehículos orales, escritos, gráficos, visuales, auditivos, audiovisuales, dinámicas de grupos, dramatización, teatro, canto, etc. . . circulan en medios abiertos pero restringidos, accequibles al sector social al cual se dirigen y adecuados a los propósitos que se persiguen.

La distinción entre estos dos momentos ayuda a comprender la comunicación popular como un proceso en desarrollo. Además permite comprender la variedad de compromisos adquiridos por los agentes involucrados y los énfasis que ponen en impugnar ideológicamente al gobierno o afirmar identidad popular en defensa de sus intereses.

3. De hecho, todo proceso comunicacional tiene su punto de partida en una iniciativa de alguien. Analicemos más de cerca esta situación:

La comunicación popular no puede ser valorada —al estilo del “human communication research”— por el propósito que persiguen sus actores. Tampoco basta con analizar la forma y contenido de sus mensajes, el tamaño y productividad de la tecnología empleada, las fuentes de financiamiento, etc. Con todos estos factores nos estamos aproximando a la epidermis de la experiencia: hay que indagar más allá.

Como criterio evaluativo central de las iniciativas comunicacionales, proponemos el de su organicidad. Organicidad respecto de los sectores populares —en los cuales descansa su legitimidad y, al menos en parte, su sustentación material— organicidad respecto de un proyecto democrático y popular de transformación social. (*)

Hablar de comunicación popular es, pues, hablar de un modo de inserción de la labor comunicativa en el

(*) Habrá que invertir la proposición de Gramsci donde dice: “cada grupo social nacido en el terreno originario de una función esencial del mundo de la producción económica, se crea conjunta y orgánicamente uno o más rangos de intelectuales que le dan homogeneidad y conciencia de la propia función...” (los intelectuales y la organización de la cultura). En la práctica nadie tiene asegurado de antemano su organicidad. De uno u otro modo las iniciativas terminan por hacerse orgánicas a una determinada clase o alianza de clases, que la hace suya, se apropia de ella y la legitima ante sí y ante la sociedad. Si eso no ocurre, la experiencia se muestra no necesaria, prescindible y termina por desaparecer.

medio ambiente social popular

Ilustremos esta preocupación esbozando con trozos gruesos una descripción de la prensa popular en Chile, hoy, bajo este criterio

En el taller de prensa Popular realizado este año con periodistas populares de experiencias de base en ECO llegamos a distinguir al menos tres formas de inserción recurrentes:

- a) **Prensa de grupo de iniciativa:** En este caso, se trata de un grupo que tiene "algo que decir". Es capaz de elaborar un pensamiento, una lectura de la realidad, que busca legitimar en sus lectores. Normalmente se trata de una ideología o bien de una función expresiva —prensa dirigente, prensa cultural—. El Equipo responsable está más preocupado de elaborar un discurso, que de deslindar un público específico al cual dirigirse. Es abierto a expandir su destinatario y a una eventual circulación a través de los circuitos comerciales establecidos.

Este tipo de prensa cumple un importante rol originador de la visión del mundo y es un catalizador de aportes para debatir un proyecto de transformación social. La fortaleza del vínculo establecido con el mundo popular depende sólo parcialmente de este último.

El Boletín o revista puede, como a menudo sucede, independizarse y entrar en conflicto con sus propósitos y destinatarios originales. Suele caracterizar a las experiencias más creativas, experimentadoras en el terreno del estilo y el lenguaje.

- b) **Prensa de organización:** Se trata del vocero oficial de una organización social o política, cualquiera sea su tamaño, complejidad y permanencia. En este caso, predomina la idea de "servir a alguien" —ahora

sí, determinable y preciso— por sobre la urgencia de influirlo con ideas o expresarlo en sus sentimientos. Ejemplo típico lo constituye la prensa sindical. Obviamente ella surge cuando “se siente la necesidad” en la organización de tener un instrumento de comunicación escrito, para enfrentar una movilización parcial (huelga) o para mejorar el vínculo entre dirigentes y base (a raíz de una larga negociación colectiva).

Esta prensa cumple un importante papel cohesionador de la base social o territorial. Fomenta un fuerte sentido de pertenencia, contribuye también a facilitar la realización de múltiples tareas permanentes de la organización —capacitación, información, control, etc.

Si bien es usual que una o dos personas la impulsen realmente, el equipo responsable se reviste de una demanda de los dirigentes por fomentar la participación. A menudo su destinatario cuenta con correas transmisoras hacia el boletín en la forma de un cuerpo de delegados o corresponsales: el lector le exige más. La contrapartida a esta cadena de legitimación-control es la autocensura y el entramiento a la creatividad del equipo responsable. En la prensa sindical ello se potencia por una tradición de seriedad, a ratos excesiva. En todo caso suele caracterizar a las experiencias más consistentes en la tarea de construir actor social popular.

- c) **Prensa que quiere ser orgánica:** es, probablemente la más abundante en este período. También la más esporádica y discontinua. Es una prensa que nace al momento de desatarse dinámicas de reconstrucción de la organización social con los agentes politizados dispersos en un frente o sector. Es la prensa organizadora por excelencia. A menudo es un espacio de encuentro, una tribuna para que se expresen opiniones diversas y un informativo local exhaustivo, que incentiva la coordinación, o sea, un instru-

mento de trabajo. Ejemplos significativos han sido los boletines de DECAL, importantes al momento de iniciar la reorganización de los trabajadores, en base al contacto de antiguos dirigentes laborales entre sí.

En la práctica es una prensa destinada a tener un impacto transitorio. Su destino es transformarse (en prensa orgánica, en grupo de iniciativa) o desaparecer. La principal dificultad que encuentran quienes la impulsan en un momento dado, es la incompreensión interna acerca del papel específico de la comunicación. Por eso, o se concibe sus boletines, revistas o diarios murales como un simil del diario grande, pero en chiquito, o se tiene un cierto prejuicio inicial hacia las formas. Con el tiempo, en el equipo aparece la necesidad de conocer mejor al lector y entablar un vínculo atrayente con él. Aparece la demanda por capacitación y la preocupación por el lenguaje. Su efecto más notable ha sido uno raramente previsto por el equipo al iniciarla: facilita el proceso de constitución del grupo, es un eficaz canal de discusión, de clarificación interna acerca del sentido y proyecciones de su quehacer hacia afuera.

En suma, si deseamos prever los desafíos y aportes de la comunicación popular a una democratización efectiva de la sociedad, es mejor interrogar las experiencias según su modo de inserción en un medio ambiente y social popular que por su adecuación a objetivos clasificados por "frentes"

4.- Otro rasgo significativo de la comunicación popular —en América Latina— ha sido el de florecer ligada a diversos procesos **renovadores** en la construcción del movimiento popular.

Tanto es así, que las vertientes más ortodoxas continúan planteando este campo de "difusión" (de un conocimiento y una práctica de las vanguardias a la

base social) A nivel de realidad como de proyecto, la comunicación popular designa un esfuerzo por **extender** la capacidad de decisión y ejecución de las masas, replanteando el rol orientador de los dirigentes y la relación de éstos con las bases. Como veremos más adelante, expresa —junto a otras prácticas mejor desarrolladas y con más trayectoria— la voluntad antiautoritaria más consecuente, es decir, la que busca erradicar esta forma de dominación hegemónica no sólo del Estado, sino del pueblo mismo. No se concibe la comunicación popular sin participación. Sin pluralismo ideológico y cultural, por lo tanto.

Lo anterior no debe llevar a pensar que esta práctica es un fenómeno exclusivamente contemporáneo, dado que emerge en un contexto de dictaduras y regímenes militares autoritarios en el Continente.

En verdad, los sectores populares de cada país cuentan con una historia rica e intermitente de desarrollo de sus propias capacidades informativas y expresivas. El pueblo ha sido sujeto de su propia historia, en más de una ocasión. Dicha experiencia es recogida por la **memoria** de los sectores contemporáneos, a veces en la forma de "lección legada por nuestros abuelos", otras en la forma de "doctrinas que guiaron sus acciones". En el presente, la comunicación popular tiene la misión de indagar nuevamente en los mitos, los personajes, los símbolos de las luchas obreras, para desempolvarlos de esquemas fáciles. Allí uno se encuentra con antecedentes de una vocación hegemónica en algunos actores populares del pasado. Así por ejemplo, el estudio de la prensa obrera de principios de siglo en Chile, revela una diversidad ideológica mayor que la usualmente reconocida, gran sensibilidad e interés por un contacto "subjetivo" con el receptor, alta incidencia informativa (y de opinión) de los lectores y corresponsales, mediante cartas, preocupación por una "moral obrera", etc.

La recuperación colectiva de una memoria hasta ahora arrinconada y disgregada por el sistema dominante, es, a menudo, un buen punto de partida del pueblo para el autoreconocimiento de sí.

5.- Finalmente, cabe preguntarse por las fronteras de la comunicación popular. Desde luego no es un fenómeno exclusivo. Hay otros actores significativos -además de los propios sectores involucrados- que tienen al pueblo como destinatario principal de sus mensajes. Descartando a los medios de comunicación de masas y a otros medios del estado, encontramos en la Iglesia y los intelectuales profesionales iniciativas comunicacionales también "alternativas"

El punto interesante a reflexionar es, si acaso existen coincidencias entre estas prácticas y sus fronteras, de qué magnitud son.

Encontramos signos alentadores, por ejemplo, en el surgimiento de espacios de confluencia entre actores populares y de Iglesia y con instituciones de profesionales del sector informal. Las comunidades cristianas de base, la educación popular, la defensa de los derechos humanos, son tres terrenos que facilitan la creación en común, al menos al compartir inquietudes: despejando en parte, una tradición de mutuo recelo y preocupación por la instrumentalización. El carácter permanente de los regímenes militares ha reforzado la existencia de esta histórica oportunidad, mediante la ampliación del espacio público con temas de ejercicio privado y, por supuesto, mediante la represión.

Por otra parte, paralelo con lo anterior, persisten las dinámicas tradicionales vinculadas a la jerarquía de la Iglesia, aunque -ahora- en un conflicto dinámico y expresivo del peso alcanzado ya, por estos espacios de confluencia con actores populares.

Desde el punto de vista comunicacional cabe hacer dos observaciones:

- a) Los voceros de la Iglesia (y por analogía, los de "instituciones") no reemplazan enteramente las iniciativas comunicacionales de origen popular. El papel de "voz de los sin voz" fuera de ser percibido como transitorio, está medido por consideraciones institucionales que tienden a entrar en conflicto con las organizaciones populares cuando éstas alcanzan un mayor desarrollo. Por eso, éstas tienden a reclamar para sí la conveniencia de tener una voz propia.
- b) La complejidad actual de la Iglesia (v. gr. de los profesionales) invita a distinguir claramente las iniciativas jerárquicas tradicionales —destinadas al reclutamiento y la cooptación— de aquellas "renovadas" destinadas al encuentro y al diálogo con los sectores populares. Fructíferos ejemplos de trabajo conjunto con las segundas, abundan en la actualidad.

Al hablar de este tema —límites y fronteras— no puede dejar de mencionarse recientes iniciativas comunicacionales del Estado o de sus incondicionales civiles, destinadas especialmente a públicos populares. En Chile hoy circulan varios micromedios —muy bien dotados y repartidos gratis— entre campesinos, dueñas de casa y universitarios. Varios de éstos han surgido como reacción del régimen a la prensa popular y alternativa que se desarrollaba o desarrolla en el sector. Sin embargo pese a su informalidad, no logran escapar a la estrecha lógica propagandística de un régimen dictatorial. (*)

(*) Sus características e impacto sobre la población son un objeto reciente de estudio, especialmente entre los investigadores de la corporación de investigación sobre la cultura CINECA, en Santiago

ACERCA DE LA DEMOCRATIZACION DE LA SOCIEDAD

6.- Esta es una aspiración de los pueblos oprimidos y de otros sectores progresistas, que se viene levantando con fuerza en los últimos años.

6.1. Su contenido básico inicial es de reacción visceral a la exclusión política, la segregación social y el liberalismo económico impuesto autoritariamente por la dictadura militar. La idea de democratizar expresa una demanda amplia por participar, por tener "voz y voto" en la gestión y decisión de todas aquellas materias que involucren a las personas. Es el grito unánime de un "basta ya de que otros decidan por mí. Quiero pensar y también decidir". Es un reclamo de **soberanía** ante un autoritarismo que se ha hecho odioso como forma permanente de administración del poder.

Este consenso liga intereses y visiones de sectores sociales diferentes, en una sociedad (además) encendida violentamente entre opresores y oprimidos. Basta una rápida encuesta callejera en un día de protesta en Chile, para percibir que todos reclaman diferentes cosas y una sola a la vez. "Libertad" en el barrio alto; "trabajo" en una población periférica saturada de cesantes; "mejores salarios y más oportunidad de trabajo" en cualquier barrio de clase media; "justicia" en todos los sectores y hogares sacudidos ayer y hoy por la represión. Si luego se pregunta acerca de como conseguir lo demandado, entonces las respuestas sintonizan todas en la "salida de Pinochet"...

6.2.- Ahora bien, en ocasiones la demanda por democratización se formula como mera restauración de la democracia formal. Libertades públicas, restauración de los derechos de asociación y expresión. Congreso, poder judicial autónomo, elecciones.

Una concepción estrecha como esa sólo expresa

una parte —aunque importante, dado el carácter desencadenante que tiene la práctica política— del problema. Peca de falta de realismo. Deja de lado sin más, los fundamentos que hizo necesarias las dictaduras y el autoritarismo para las clases dominantes. El capitalismo para su reproducción y distribución de bienes económicos y del bienestar social. Al lado de los gobiernos militares se sitúa hoy el accionar monopolístico del capital financiero y sus conglomerados industriales, asociados al capital transnacional. Ambos "hacen" al régimen militar. (*)

Democratizar la sociedad implica devolver la soberanía a los ciudadanos y además, junto con ello, socavar las bases de la concentración y centralización del poder, creando mecanismos para su distribución más igualitaria entre los múltiples componentes de la sociedad. Poder que alcanza no sólo a los bienes económicos sino también a la producción cultural, el nivel de vida de la población y la convivencia humana diaria.

Solo una concepción integral de democratización de la sociedad es capaz, además, de empezar a satisfacer las urgentes necesidades del pueblo, asegurar su subsistencia y abrir las compuertas a su real participación.

7. La democratización de la sociedad es un acto futuro, en la medida que sigue a la caída de las dictaduras

(*) El carácter estructural del problema queda demostrado también por la irrupción de demandas democratizadoras desde la base social, en los países capitalistas más desarrollados. Así por ejemplo, en EE.UU. ha surgido un movimiento que busca "revitalizar las vecindades (el barrio)" para "hacer más tolerante la vida" dado que "la mayoría de los problemas reales del hombre quedan intocados por la tendencia hacia una escala enorme y deshumanizada en la organización social, en la organización económica y en la organización de los recursos de las tecnologías"

Proponen cuestionar una forma de hacer política centrada en la representatividad y "llevar la política al lugar donde vive la gente" para aumentar sus posibilidades de participación directa". (Morris D. y Hess K. pág. 13 y pág. 18).

o a un esquema consecuente y radical de transición a la democracia. Pero es también un proceso que comienza ya, en el presente. El único modo que tienen los actores sociales y políticos para prefigurar una sociedad democrática futura es, prefigurándolo en su seno.

Ello supone, por otra parte, plantearse el problema de la continuidad, o sea, el de cómo levantar una propuesta para el país de hoy; cómo ser sensibles a las transformaciones económicas, sociales y culturales impuestas por el régimen en la llamada sociedad civil.

Ya hablamos antes acerca de la renovación interna de las prácticas populares. Veamos ahora un par de ejemplos significativos acerca de estas nuevas realidades a procesar en una propuesta democrática futura.

a) Democratizar es descentralizar. Importancia de revalorizar la diversidad en una propuesta de unidad nacional. La crítica a la expansión de los estados modernos no tiene un sólo significado como pareciera a menudo. El neo-conservadorismo de Reagan, la Thatcher y los "Chicago boys", encuentran su contrapartida en corrientes progresistas y renovadoras, como la "crítica a los socialismos reales", autonomía regional, convergencias socialistas, etc. Mientras los primeros reclaman un Estado fuerte, soluciones fuertes y maximizar el peso de la propiedad privada, los segundos reclaman mayor participación directa de las personas y grupos en la gestión del orden. Dicha participación supone no sólo un respeto a la diversidad —pluralismo— en los distintos planos, sino también basar el logro de la unidad nacional en una mayor igualdad de oportunidades en su construcción.

Ahora bien, los actuales regímenes autoritarios —el de Chile al menos— han intentado impulsar una institucionalidad descentralizadora, con el fin de maximizar la eficacia en la administración del poder estatal (todos

los Alcaldes los designa Pinochet) y abrir nuevos campos a la acumulación capitalista privada. Una dinámica democratizadora futura no puede pasar por alto la existencia de estas nuevas instituciones (políticas, educativas, entre otras); más que desmontarlas habrá que recrearlas, transformarlas en canales efectivos de participación directa en la gestión y el control ya que —por su intermedio— resulta posible “acercar” el poder a una mayoría ciudadana hoy desprovista de él.

b) Ligado con lo anterior, democratizar es ampliar el espacio de la práctica política.

Una de las consecuencias más trascendentales del régimen militar ha sido la de re-significar el espacio de “lo público” con contenidos antes arrinconados a la esfera de lo privado —irrumpe de nuevo la religión, la preocupación por la entretención, la comunicación ciudadana y la satisfacción de otras necesidades humanas. En la medida que todas estas prácticas e instituciones “se tornan públicas” ellas se transforman en un patrimonio colectivo en un espacio al cual cabe fijarle su significación. A la base de esa significación el régimen militar impone la competitividad y la responsabilidad individual, como únicas formas de satisfacer las necesidades humanas y, el consumo (privado, mercantilizado) como el objetivo sacrosanto de las sociedades occidentales. (*)

Para la cultura popular lo anterior ha significado, por una parte, extender un imperativo de sobrevivencia a grandes masas humanas —muchas de ellas degradadas

(*) Para Lechner, 1982, el fenómeno lo origina fundamentalmente el propio régimen al restringir radicalmente el carácter público de la política y confinarla a reductos clandestinos y a esferas privadas. La política deja de ser un asunto público excepto para los voceros y partidarios del régimen. Luego añade: “la involución del ámbito público-político no significa una clausura de la esfera pública. Lo que ocurre es un traslado de lo público a lo social. Lo público es reinterpretado como público consumidor. El nuevo mundo público será de los negocios y del consumidor” (Pág. 22).

de posiciones mejores alcanzadas en el pasado— Las mayorías populares se hallan arrinconadas por la desesperación, la cesantía y el desprecio a su dignidad como seres humanos. La orden del día, la rutina cotidiana, es sobrevivir. Adaptarse, reacomodarse a esta nueva situación. Se remecen con dolor las relaciones familiares, la alimentación de los niños, las vacaciones familiares, la salida a la calle de las mujeres, el ocio.

Por otra parte, para las capas activas del mundo popular (“los organizados”) la resignificación de lo público ha demandado una suerte de **ampliación de la práctica política**, como principal forma de resistir la dictadura y combatir el autoritarismo. Ha sido una forma de “asegurar la identidad personal en un mundo sin referentes colectivos” (Lechner, *ibid*).

Cuestionar las relaciones y el funcionamiento no democrático de las propias organizaciones, revalorizar las opciones y compromisos individuales, ofrecer una alternativa válida al aburrimiento de los jóvenes, editar un boletín, desmistificar la salud, abriendo policlínicos y previniendo enfermedades son —entre otros— esfuerzos colectivos que encierran un potencial democratizador enorme.

ACERCA DE LA DEMOCRATIZACION DE LAS COMUNICACIONES

Intentemos ligar ahora las reflexiones sobre comunicación popular y democratización de las sociedades que —hasta aquí— hemos expuesto por separado.

Sería pretensioso de nuestra parte dar cuenta del fenómeno en su conjunto. Por eso, apoyándonos en otros autores y en nuestras propias observaciones, trataremos de precisar **el lugar** de la comunicación popular en una propuesta de democratización integral de las comunicaciones.

8.- En un encuentro reciente de intelectuales (*) el problema de la democratización de las comunicaciones fue puesto en debate en los siguientes términos: ¿cómo generar en el conjunto de la sociedad las condiciones que hagan posible que cada grupo social pueda constituirse como un actor social en los procesos comunicativos?

Nuestra simpatía con este modo de formular el problema es, en primer lugar, teórica: Se sustenta en una noción de comunicaciones sinónimo de relación humana y social de intercambio de mensajes. Ella plantea dimensiones comunicacionales más acá de los aparatos ideológicos de estado o formas cristalizadas de ejercicio monopólico del poder para las clases dominantes. No se concede a los medios masivos de comunicación un rol omnipotente en la formación de conciencias y socialización de valores. La opción señalada es importante por cuanto posibilita "pensar" la transformación del sistema hegemónico de comunicaciones e "imaginar" la emergencia de un nuevo sistema alternativo.

8.1.- Un tipo de respuesta bastante común a la interrogante planteada ha sido la de asegurar "el control" de un cierto número significativo de medios de comunicación por partidos de izquierda o instituciones afines. Esta fórmula de trabajo, fracasada como estrategia de poder en el pasado, reaparece hoy en quienes depositan todas sus energías al desarrollo de medios de comunicación no oficialistas u opositores.

A la larga, esta opción se incapacita a sí misma para hacer un aporte significativo a la construcción de una nueva hegemonía, de una nueva cultura. Se limita a mantener una voz discrepante en lo político, en el marco de una programación diseñada para una competencia comercial. Por esta vía, sin quererlo, los medios "bajo control" obstaculizan una participación creciente de las

(*) **Convergencia Socialista**, documento de la Comisión de cultura y Educación. Punta de Tralca, mayo de 1983.

masas en la elaboración y difusión de la cultura nacional, a la vez que se refuerzan la vigencia de un esquema político "representativo" excluyente y "formal".

8.2 Busquemos pues otra entrada a la formulación de una estrategia democratizadora de las comunicaciones

En un trabajo reciente, Giselle Munizaga propone caminar hacia la creación de un nuevo sistema de comunicaciones. Este, no sólo debe incluir a los medios de comunicación de masas como "canales difusores a un alto nivel" de un discurso representativo de todos los sectores sociales, sino que también debe asegurar a cada sector "la capacidad de articular su visión del mundo y sus necesidades" en discursos que, enfrentados a otros vayan constituyendo los sentidos y significados nacionales" (1983, pág. 1).

Se trata de concebir al sistema de comunicaciones como "una red de oportunidades potenciales o actuales de hablas, junto a un discurso social que se produce y reproduce en ellas haciendo su operación posible" (pág. 4).

De este modo es posible aspirar a un ordenamiento diferente en las relaciones sociales de comunicación, donde la cultura popular puede desplegar legítimamente su presencia en la sociedad a partir del reconocimien-

(*) "... los medios opositores (actuales) no constituyen en rigor, medios de comunicación alternativa. Ese tipo de medios son aquellos que alimentan a y se alimentan de un discurso social alternativo, tanto en sus formas como contenidos, respecto al discurso del régimen. Ese discurso alternativo debe incluir gérmenes de visiones alternativas del mundo y ser el portador de ellas, aquel que las procesa para difundirlas como sentido común. Deberá surgir de prácticas concretas, en las cuales se elabora: un reconocimiento del nuevo Chile, modificado no sólo políticamente sino también en su estructura social y física; un proyecto de superación del desarrollo impuesto por la burguesía transnacionalizada. La comunicación alternativa solamente podrá surgir de una cultura alternativa" (G. Munizaga, 1982, pág. 67).

to de sí —cohesión, identidad— y de la universalización de sus valores atingentes a toda la sociedad.

Como dice Giselle “el sistema de comunicación, al cristalizar los sentidos y significados sociales, permite la conformación de identidades colectivas, de un yo, de un tú y un nosotros públicos, la constitución de un campo de interlocución, la aceptación conjunta de conocimientos y valores, la definición de necesidades e intereses y la articulación de intereses” (...) “la red de hablas (tecnológicas o no) permite la producción y reproducción de hablas sociales y constituye la estructura comunicativa de la sociedad” (pág. 4). (*)

9. En esta perspectiva, la comunicación popular está llamada a “llenar un vacío” que ni los medios de comunicación controlados por la izquierda en el pasado y los no-oficialistas en el presente, alcanzan del todo a satisfacer

9.1. Nos referimos a la construcción de una visión del mundo y la canalización de las necesidades sentidas de los sectores populares. Las iniciativas comunicacionales de actores sociales de raigambre popular pueden despertar capacidades latentes, maniatadas hoy por la urgencia de sobrevivir, el cansancio, el escepticismo y la dispersión. Recoger las necesidades, elaborar el conocimiento de la realidad, difundir y socializar las respuestas más significativas. En dos palabras, expresar y devolver, informar y orientar. Favorecer la creación de identidades que contribuyen a contrarrestar las formas ideológicas de la dominación.

(*) Para quienes no conocen el citado artículo, digamos que el raciocinio concluye levantando un modelo compuesto por “tres tipos de hablas” que, manteniendo su especificidad, entran en un cierto nivel de articulación entre sí:

a) La red macrosocial de hablas, encargada de la reproducción industrial de mensajes y elaborada por una industria de mensajes.

b) Escalones intermedios.

c) Red microsociales de hablas, encargada de la reproducción artesanal de mensajes y elaborada por —añadimos nosotros— actores sociales mínimamente constituidos. Pág. 6

9.2 . Como es obvio, la discusión acerca de este punto de vista antecede al problema de la selección de los medios, aunque para su realización necesariamente deba plantearse (¿cuáles son los medios de comunicación tradicionalmente válidos en el mundo popular? ¿cómo apropiarse de las nuevas tecnologías y adaptarlas en función de satisfacer necesidades propias? En lo que se refiere al potencial socializador de la comunicación de masas, cómo quebrar su *unidad monolítica por dentro*, socializando valores populares de validez universal?)

9.3. Para lograr sus objetivos, la comunicación popular debe desenvolverse en todos y cada uno de los niveles de articulación de "hablas" que las circunstancias, los condicionamientos socio-económicos-jurídicos y el desarrollo del movimiento popular vaya aconsejando microespacios, espacios intermedios y macroespacios—.

El operar en uno u otro espacio no es cuestión de voluntad. Es más, debe haber una cierta armonía entre la situación socio-económica-jurídica, el grado de desarrollo del actor social y las capacidades humanas y materiales con las cuales se impulsa la iniciativa. (Hay boletines de prensa que "se quedan cortos" al ser implementados artesanalmente, mientras otros "se superponen" al mundo popular al que se dirigen por estar resueltos con una tecnología intensiva. Unos y otros se vuelven ineficaces: el destinatario popular se emociona inicialmente con su aparición, pero no se deja influir por él. Con el tiempo, los primeros pasarán al olvido sin dejar rastros y los otros, serán recordados como un lujo pasajero y ajeno).

En este punto, quisiéramos detenernos en el debatido tema de "lo local". De hecho, la gran mayoría de las prácticas de comunicación popular surgen hoy como experiencias de base, insertas en un medio ambiente social y humano concreto. A menudo se critica en algunos círculos, el localismo, la falta de coordinación y el des-

precio a lo masivo que encerrarían estas experiencias

Al respecto, cabe decir algunas consideraciones

El carácter local de las experiencias no ha sido siempre algo buscado; es más bien el espacio natural, el único posible, donde afloran las prácticas de "resistencia defensiva" e iniciativas de "afirmación de identidad". El cierre de los espacios públicos a la política y su resignificación con patrones de consumo privado, impuestos por el régimen militar, no permite otra cosa. (Sólo en las actuales circunstancias en Chile se abre objetivamente la pregunta por los espacios y en especial por los escalones intermedios, permaneciendo los espacios masivos de comunicación casi enteramente cerrados. ¿Por cuánto tiempo?)

Por su parte, con el tiempo "lo local" comenzó a mostrar algunas virtudes: es allí donde se encuentra la gente de carne y hueso, allí donde florecen los liderazgos espontáneos y donde se realiza buena parte de la actividad de las organizaciones. Esto permitía dar respuesta a las inquietudes nuevas: partir de lo real, establecer nexos con la subjetividad popular, fomentar la participación directa, etc. ... acumular para una opción democratizadora integral.

- Finalmente, las virtudes que presenta para el trabajo comunicacional no debe sesgar a los actores respecto a sus límites; el espacio local —es obvio— no copa por sí mismo los diferentes ámbitos de inserción del ser humano (los amigos, el hogar, la TV, la calle, el comercio, la escuela ...) Tampoco suprime —también es obvio— los diferentes niveles de agregación de las sociedades modernas —donde se cuenta por miles, por millones—. Cualquier descuido de estas realidades en la formulación de una propuesta democratizadora, haría tanto daño a su viabilidad como lo hace el desprecio a priori a lo local

Queda pues planteado al respecto un doble desafío

de la **oportunidad** de los espacios y el de su posible articulación

APORTES Y DESAFÍOS PARA LA COMUNICACION POPULAR

A lo largo de estas páginas hemos insistido en referirnos a una práctica real existente, como telón de fondo para una reflexión acerca de la democratización de las comunicaciones en Chile y demás países gobernados por regímenes militares en América Latina.

Quisiera reseñar, en esta parte final, algunas ideas acerca del aporte que hace la comunicación popular existente —tal cual la hemos experimentado y percibido nosotros— a una perspectiva liberadora como la que nos inquieta. También anotar, para invitar al debate y a la imaginación, algunos de sus desafíos más inmediatos.

LOS APORTES

10. La comunicación popular recupera el **habla para el pueblo**. Un “habla” no sólo cercenada desde hace diez años para sus expresiones políticas más consecuentes, sino aplastada y desvalorizada desde siempre para los actores sociales y las grandes masas del pueblo.

A través del incipiente ejercicio de un derecho, el pueblo comienza a reconocerse a sí mismo como actor —individual y colectivo— con necesidades, sentimientos y propuestas de solución propias. Sujeto de una cultura. Actor de su destino, aún cuando éste se confunde —todavía— con un horizonte demasiado cercano, marcado más por el afán de supervivencia que por el de convocar a otros a una acción transformadora conjunta.

En muchas experiencias, la mayoría quizás, la comunicación se levanta como un instrumento de trabajo o un canal de participación, o sea, con una vocación de servicio. En otras predomina el afán expresivo “decir aquello

que de todas maneras tengo que decir". Por sobre la necesidad del discurso predomina entonces ese afán de tener una voz.

Se trata de una voz que encuentra sentido en una necesidad: el público al cual se dirige, los problemas que recoge, los símbolos que acuna, los temas que plantea, etc. Por esta razón sus iniciativas no supeditan su existencia a una transacción comercial con sus destinatarios (En contadas ocasiones captan "publicidad": ella opera como fuente de financiamiento y no como un instrumento para el logro de ganancias). La comunicación popular surge para servir o para influir, nunca como pretexto para un negocio particular.

Esta voz propia marcha —a veces en conflicto, a veces en cooperación— con otras voces alternativas al autoritarismo social y político del régimen militar, con "la voz de los sin voz" de la Iglesia entre otros.

11.- La comunicación popular facilita la creación de nuevos espacios de convivencia e inaugura nuevos circuitos para la elaboración, distribución y consumo de mensajes.

En tal sentido, ya lo vimos, contribuye a desplegar las potencialidades de lo local. Contribuye también a sortear los obstáculos impuestos por la represión al circular **abiertamente**, pasando por alto las definiciones y alcances de lo legal, no se puso en abierta contradicción con ella (como si lo hace la comunicación clandestina), pero tampoco se detuvo a esperar su reconocimiento. También ofrece posibilidades a la creación de nuevas **redes de circulación de mensajes**, con la limitación de estar restringidas a las capas "organizadas" del mundo popular y la ventaja de no tener que supeditar sus objetivos a las mediaciones consumistas propias del crecimiento comercial.

12.- En la comunicación popular, se exploran nuevas tec

nicas y registran algunos de los avances tecnológicos disponibles, a la vez que se insiste en los medios de comunicación tradicionalmente acuñados por el pueblo y sus dirigentes.

En la práctica, estas opciones en la selección de los medios nos informan de una convivencia acompañada de tensiones. La primera opción se observa con más fuerza entre las capas de intelectuales y profesionales al servicio del pueblo. La segunda, entre los dirigentes y activistas politizados. Unos y otros privilegian diferentes "ventajas". Sin embargo, crecen también las experiencias que armonizan una y otra forma de seleccionar los medios.

Al tradicional y extendido uso de la palabra oral (la asamblea, la reunión) y la palabra escrita (el boletín, el diario mural) se suma ahora la indagación de otros medios y lenguajes. Auditivos ("la cassette"), audiovisuales (el diaporama, el video-cassette), grupales (las dinámicas de grupos, el papelógrafo, la dramatización). Reviven también los medios expresivos usados en otras épocas (el teatro, el canto, la plástica, la gráfica, el afiche)

13. La comunicación popular se concibe a sí misma en constante búsqueda. Participa de los procesos de renovación ideológica y metodológica que caracterizan a muchas prácticas actuales de construcción de actor popular

Este afán de búsqueda se expresa de manera desigual cuando empiezan las experiencias, pero termina imponiéndose en la mayoría de ellas. Si lo importante es tomar la palabra, ejercer el derecho, poco importa tener una "llegada" significativa —atraer la atención, conquistar adeptos, suscitar opiniones—.

Con el tiempo esa necesidad surge y la búsqueda se centra en temas como los siguientes:

a) Sortear las constataciones que la realidad nos impone: "hay poco hábito de lectura" "los organizados

están saturados de boletines”, “los jóvenes se lo pasan viendo TV”

b) Conocimiento real del auditorio, público o lector

c) Hablar un lenguaje y estilo adecuado - atrayente, convincente, entretenido, esperanzador -

d) Dosificar adecuadamente los contenidos transformadores con otros comprensibles e identificables por la gente

En términos generales, la comunicación popular ofrece un camino alternativo a la mera difusión de conocimientos y consignas, método asociable a una ortodoxia de tipo vanguardista. Intenta salir al paso a una cierta práctica de arrastre en tal sentido, marcada por el activismo (inmediatismo) y el organicismo (burocratismo)

LOS DESAFIOS

14. La comunicación popular encuentra todavía grandes dificultades para **articular los espacios entre sí**. Esta preocupación no se refiere a la escasa “coordinación” formal ni al desconocimiento por unos acerca de lo que hacen los otros. Ambos problemas encuentran ya vías parciales de solución cualitativa, acordes a su incipiente grado de desarrollo actual. El problema clave más bien es la reproducción, a escala de los sectores populares y medios progresistas de las escisiones existentes en el país real entre el Estado y los opresores respecto de los oprimidos.

Algunas dinámicas suelen contraponerse en vez de potenciarse mutuamente. Intelectuales que elaboran y sintetizan vs. intelectuales que dificultan e informan. Instituciones vs. organizaciones. Macromedios vs. micro medios. Organizados vs. no organizados. Politizados

vs. independientes.

Afortunadamente la nueva situación que se vive coloca un clima subjetivo favorable a poner freno a estas tendencias segregadoras y de desarticulación entre lo político y lo social.

La urgencia por articular actores sociales consistentes, con libertad y conciencia de sí, representa el mayor desafío para una comunicación popular efectiva

15. La comunicación popular debe hacer frente a la falta de financiamiento, capacitación de su equipo humano y escaso reconocimiento social amplio de su labor

Es necesario valorar adecuadamente las fuentes de fragilidad e inconsistencia de las experiencias, así como constatar su escaso número de relación a la magnitud de los espacios democratizadores disponibles

El financiamiento debe ser abordado con flexibilidad. La experiencia muestra el éxito de quienes han diversificado sus fuentes de financiamiento. También la conveniencia de cobrar un aporte económico aunque por razones prácticas, es casi imposible hacerlo retomar por completo al equipo responsable (Este repercute más como medida de reconocimiento social objetivo, "quien necesita algo está dispuesto a comprarlo").

En cuanto a la capacitación del equipo humano responsable, la experiencia también enseña que ésta no debe restringirse a la sola transmisión de técnicas (sin una discusión acerca de la práctica real, la iniciativa comunicacional corre el riesgo de estancarse); además, que el método más efectivo y duradero es el de "aprender haciendo"

Por último, las iniciativas comunicacionales tienen

como desafío real el de ir resolviendo su "organicidad" conquistar activamente el reconocimiento moral y material de los sectores sociales que dice representar. Hacerse necesario es el primer paso en una secuencia que conduce a la incidencia efectiva en las conciencias. El vínculo estrecho, participativo, cotidiano, entre equipo responsable y medio ambiente individual y social es la mejor garantía de una inserción valorada.

Por su parte, estos tres problemas deben ser recogidos para un proyecto de democratización que sistematice las demandas de la comunicación popular al respecto: atención re-distributiva del Estado para que colabore en su financiamiento, multiplicación de las oportunidades de capacitación, incentivo al reconocimiento social amplio de la comunicación de base y multiplicación de los espacios intermedios y nacionales de intercambio de mensajes, etc.

16. El desafío más inmediato es el de responder oportuna y adecuadamente a las transformaciones coyunturales de los espacios comunicacionales y prever respuestas a los cambios previsibles en el futuro.

Una de las características típicas de toda actividad nueva es la de afirmarse tempranamente a lo conocido institucionalizarse.

La comunicación popular tiene el desafío de continuar sus búsquedas respondiendo ahora a los nuevos espacios que se abren a su paso -espacios intermedios- a la vez que consolidando ahora los significativos logros en la base durante estos años.

Una metodología adecuada para pensar estas opciones debe contemplar entre otras cosas, un reconocimiento de las diferentes formas como se insertan las iniciativas en su medio ambiente individual y social (por ejemplo, en el caso de la prensa popular, distinguir la "prensa orgánica" de la "prensa de grupos de iniciativa" y ambas, de la "prensa que quiere ser orgánica").

El pueblo reclama un sitio protagónico en la democratización de la sociedad junto a otras clases y grupos sociales. El desarrollo de la comunicación popular alternativa puede contribuir a facilitarlo.

BIBLIOGRAFIA

Barraza, Ximena,

1977, "Notas sobre la vida cotidiana en un orden autoritario", Santiago, publicado en la revista ARAUCARIA, París.

Castillo, L., Fernando.

1979, "Religión Popular, Desafíos y Esperanzas" en FE Y SOLIDARIDAD, Santiago, Servicio de Documentación Fe y Solidaridad, No. 27

Convergencia Socialista,

1983, Documento resumen presentado por la Comisión de Cultura y Educación, al Encuentro realizado en Punta de Tralca, en mayo, Mimeo.

García Canclini, Néstor,

1982, "Las Culturas populares en el Capitalismo, México, ed. Nueva Imágen.

Gonzaga Motta, Luis,

1982, "Cultura de Resistencia y Comunicación Alternativa, Popular en Brasil" en "Comunicación y Democracia en América Latina, Lima, DESCO-CLACSO, págs. 69-89.

Gramsci, Antonio,

1975, "Los Intelectuales y la Organización de la Cultura, México, Juan Pablos

Lechner, Norbert,

1982, "Qué significa hacer política" en comp. del mis.

mo nombre. Lima, DESCO, págs. 17-36

Matta, María Cristina,

1980, "Capacitación para la práctica de la Comunicación Popular" en MEDIA DEVELOPMENT, Londres, Vol XXVII. 3

Morris, D. Y HESS, K.

El Poder del Vecindario, el Nuevo Localismo, México, ed. CC Colección Tecnología y Sociedad.

Munizaga, Gisselle,

1982, "Políticas de Comunicación Bajo Regímenes Autoritarios: el caso de Chile", en "Comunicación y Democracia en América Latina" Lima, DESCO-CLACSO, págs. 41-68.

Munizaga, Gisselle

1983, "Algunas problematizaciones en torno al tema de la democratización de las comunicaciones destinadas a alimentar proposiciones programáticas", Santiago, mimeo

Ossandón, Fernando,

1981, "Comunicación Popular y rearticulación del movimiento popular en Chile, hoy", ponencia al Seminario COMUNICACION Y MOVIMIENTO POPULAR, organizado por CELADEC en Lima.

White, Robert,

1982, "La Iglesia y la Comunicación en América Latina, treinta años de búsqueda de modelos", Londres, UNDA AL, Materiales de Trabajo, Quito, Ecuador, 1983, serie A - No 1

APUNTES SOBRE COMUNICACION POPULAR EDUCATIVA

DANIEL PRIETO C.
Nació en Mendoza, Argentina. Fue director de la Escuela Superior de Comunicación Colectiva de esa ciudad. Trabajó varios años en universidades mexicanas donde publicó obras sobre teoría de la comunicación y análisis de mensajes. Como miembro del equipo de expertos internacionales de CIESPAL se ocupa actualmente de formación en planificación de la comunicación, orientada al trabajo con sectores populares.

INTRODUCCION

Esta ponencia se refiere a problemas metodológicos en la práctica de la comunicación popular educativa. Intentaremos desarrollar los diferentes temas sin perder de vista lo comunicacional, a fin de evitar una confusión bastante difundida entre cuestiones sociológicas más amplias y cuestiones comunicacionales.

Partimos, en primer lugar, de una constatación: la teoría de la comunicación no ha alimentado de manera suficiente la práctica, y mucho menos cuando se trata de práctica con sectores populares. Sin embargo, existe una sostenida retórica en las universidades sobre el trabajo con tales sectores. Pero ella no se dirige a las situaciones concretas, sino a una continua denuncia que, a la hora de iniciar las transformaciones soñadas, no aporta gran cosa. Esta actitud se funda en la creencia de que quien conoce las causas generales (modo de producción, relaciones sociales, lucha de clases ...) conoce necesariamente las particulares y sus correspondientes soluciones. Si el redencionismo y los gestos grandilocuentes no aterrizan en los finos detalles del trabajo cotidiano, constituyen en definitiva una suerte caricatura verbal, de la cual los posibles

destinatarios ni siquiera se enteren. O bien se enteran, y entonces son utilizados, literalmente utilizados, para multiplicar fracasos, porque todo el mundo sabe que en comunicación una teoría sin práctica no conduce a nada. Ejemplos de uso de la gente para tratar de confirmar teorías no falta en nuestra América Latina: desde los intentos de forzar un movimiento cultural cuando la miseria acosa por todos lados, hasta los juegos con algunos medios de comunicación con la finalidad de comenzar, a partir de ellos, la revolución.

Esta generalizada ausencia de la capacitación para la práctica con sectores populares en las escuelas de comunicación tiene sus causas:

1. La permanente ilusión de los grandes medios, como principal alternativa de trabajo para los estudiantes;
- 2.- La orientación de la comunicación en general hacia el consumismo y el control de la población;
- 3.- El desconocimiento de las formas de comunicación popular;
- 4.- El origen de las escuelas enmarcado dentro de la corriente desarrollista;
5. La carencia de estudios sobre formas de comunicación no necesariamente masivas.

Pero, sobre todo, el problema está en la desvinculación de la universidad con los sectores populares, aun cuando en muchas ocasiones se hable a nombre de éstos. Por supuesto que las excepciones van creciendo, aunque hay que reconocer que estamos siempre ante espacios sociales distintos.

Pero sucede que cuando la teoría no se ocupa de la práctica, ésta no tiene por qué detenerse. A medida que aumentan las presiones de los sectores populares, crecen las necesidades de intercambio de experiencias. Y tales

necesidades han sido y son atendidas en nuestros países, a pesar de la generalizada ausencia del apoyo teórico metodológico que debiera provenir de las escuelas e institutos de comunicación. Pero hay muchas formas de atención; reconocemos dos extremos:

1. El difusionismo mediatizador;
2. El apoyo a la organización y la movilización popular

Del primero no nos ocuparemos aquí. Digamos simplemente que su presencia está lejos de haber desaparecido de nuestros países.

El apoyo a la organización y la movilización plantea todo tipo de problemas prácticos. Si el difusionismo cuenta con la anuencia de universidades y organismos internacionales, el segundo camino ha tenido a menudo que improvisar sus soluciones sobre la marcha, ha debido someterse al duro aprendizaje de la prueba y el error. Y si nada reemplaza la práctica, también es cierto que desde ésta el avance suele resultar muy penoso. Si se dedicaran los esfuerzos de investigación y de capacitación de las escuelas e institutos de comunicación a aclarar problemas, a proponer metodologías, a formar cuadros para la amplia gama de tareas de la comunicación popular educativa, podría generarse un proceso que en definitiva beneficiaría a los sectores sociales que nos ocupan.

Cuando esto ocurre, los resultados son más que valiosos. Menciono dos ejemplos: la labor de Néstor García Canclini en la Escuela Nacional de Antropología, en México; las experiencias orientadas por Francisco Gutiérrez Pérez, en Costa Rica.

Existen sin duda opiniones contrarias a estas últimas afirmaciones: desde las que insisten en que nada puede aportarse al desarrollo espontáneo de los sectores populares, hasta las que nos hablan de una planificación sin plan. Tampoco discutiremos estos puntos de vista. Nosotros insistimos en que no hay necesidad de someter a

la gente a un penoso aprendizaje, cuando existen recursos teórico-metodológicos que pueden acompañar y apoyar la acción transformadora.

LO COMUNICACIONAL

Retomemos la afirmación del comienzo. Nos interesan los problemas prácticos desde el punto de vista comunicacional. En esto han habido por lo menos tres confusiones:

- 1.- Del análisis de cuestiones económico-sociales en general es posible pasar a soluciones comunicacionales;
- 2.- Lo comunicacional suele ser identificado exclusivamente con los medios;
- 3.- Una suerte de efervescencia comunicacional (circulación de algunos periódicos, difusión de programas radiales) es equivalente a un proceso de movilización y de concientización.

El primer punto tiene una vigencia muy fuerte en nuestros países latinoamericanos. Lo comunicacional es considerado solo como un apéndice, cuya función es acelerar algunos procesos. Es decir, aparece como una simple mediación que no requiere de estudios específicos. Detectado un problema, a través de ciertos medios serán dadas a conocer las soluciones. Si bien reconocemos que lo comunicacional no existe nunca al margen de cuestiones sociales más amplias, reconocemos también una especificidad irreductible a consideraciones generales. Más adelante enunciaremos los temas correspondientes a tal especificidad.

La identificación con los medios ha llevado a una visión parcial de la compleja trama de lo comunicacional, sobre todo cuando de sectores populares se trata. Esto adquiere connotaciones graves en experiencias destinadas a una demitificación de ciertos medios, o bien en la

creencia de que la difusión de un mensaje asegura alguna transformación social. Nadie cambia su vida por la influencia de algunos mensajes, y mucho menos si aquella está acosada por todo tipo de privaciones.

La tercera confusión constituye el extremo opuesto de la primera: solo lo comunicacional nos hará libres, basta con que la gente se exprese, diga algo a través de algún medio, para que la luz de la conciencia se proyecte en todas direcciones.

Entre lo comunicacional como un simple apéndice y una suerte de imperialismo comunicacional, se debate multitud de experiencias en nuestros países. Un camino para eliminar las confusiones es el de la especificidad de las cuestiones comunicacionales.

Antes de enunciar los puntos que, a nuestro entender, constituyen lo específico, debemos aclarar que consideramos a los mismos necesarios tanto para la acción del agente externo como para la de la misma población. Es decir, si nos referimos, por ejemplo, al diagnóstico comunicacional, éste resulta absolutamente indispensable para uno o para otra. Eludimos aquí la discusión sobre los modos de integración de agente externo, la forma en que puede acompañar a tal o cual grupo social.

Lo comunicacional se especifica, en cuanto a trabajo en terreno, en los siguientes puntos:

- 1.- Planificación de acciones;
- 2.- Diagnóstico comunicacional;
- 3.- Apropiación de técnicas de búsqueda de información;
- 4.- Liberación de la capacidad expresiva;
- 5.- Uso de medios;
- 6.- Apropiación de mecanismos comunicacionales para el fortalecimiento de las organizaciones populares.

Cada uno supone al resto. Si nos quedamos en uno

solo de ellos, por ejemplo en medios o en expresión, desde el punto de vista comunicacional estamos ante un proceso parcial. Si el agente externo y la comunidad se van apropiando de los procedimientos correspondientes a cada paso, es posible pensar en un trabajo comunicacional en totalidad. Y si este trabajo se inscribe en un proceso más amplio de movilización social, los aportes de la comunicación pueden resultar de real importancia. Así como es muy difícil forzar desde la comunicación una movilización social, también hay que admitir que ésta requiere de aquélla.

PLANIFICACION EN COMUNICACION

Debemos insistir aquí en que la discusión sobre la planificación *no* está todavía resuelta. Nosotros somos partidarios de esta última, de hecho en CIESPAL ofrecemos cursos y talleres de planificación de comunicación. En gran medida nos basamos en aquella vieja frase: "el que no sabe a dónde va es posible que no llegue a ninguna parte"

El ordenamiento global de acciones a realizar, no tiene por qué contrariar la creatividad y la espontaneidad, que pueden manifestarse sobre la marcha.

Reconocemos las siguientes frases en la planificación:

1. Identificación y formulación del problema;
2. Marco teórico-contextual;
3. Diagnóstico-pronóstico;
4. Planteamiento de objetivos;
5. Diseño de estrategias;
6. Programación de acciones;
7. Implementación;
8. Ejecución;
9. Evaluación.

Nos enfrentamos de inmediato a dos cuestiones primero cómo se especifica todo esto en lo comunica-

cional; segundo, de qué manera cada fase se inscribe en lo educativo.

Hemos debatido muchas veces a lo largo de cursos y seminarios, las características del problema comunicacional; lo mismo ha sucedido con cada uno de los restantes puntos. No hemos logrado nunca acuerdos definitivos, sin embargo podemos adelantar algunas líneas a manera de hipótesis.

1.- El reconocimiento del problema comunicacional es mucho más tardío, tanto en las instituciones como en la población misma, que el descubrimiento o el sentimiento de otros problemas sociales generales. Mientras que la desnutrición, los servicios, la precariedad de las viviendas, se inscriben en la problemática manifiesta e inmediata, el problema comunicacional aparece casi siempre como latente y mediato.

Y si lo comunicacional tiene la importancia que le atribuimos en las relaciones cotidianas, queremos indicar con la hipótesis anterior que lo más difícil para un grupo o un individuo es tomar como objeto de análisis su propia vida cotidiana.

2.- Se ha insistido mucho en que las acciones de trabajo popular cuenten con un marco teórico-contextual y, sobre todo, que éste se oriente dentro de un proyecto de transformación social. Pero simultáneamente asistimos a una generalizada carencia de un marco teórico de comunicación que permita aclarar y orientar las relaciones y acciones comunicacionales. Sucede a menudo que grandes marcos teóricos de análisis de estructuras sociales aterrizan estrepitosamente en esquemas casi pueriles de comunicación, inscriptos en el más elemental difusionismo.

3.- Los diagnósticos son casi siempre generales, se fundan en cuestiones económico sociales y no permiten entrever la complejidad de lo comunicacional. Ampliaremos este punto más adelante

Los pronósticos comunicacionales influyen de forma notablemente por su ausencia.

4 Tanto en el caso de los objetivos como en el de las estrategias, se reitera aquí el problema mencionado anteriormente, o se piensa que con plantear objetivos y estrategias comunicacionales todo se soluciona, o bien se recurre a lo comunicacional como un débil apéndice de cuestiones más amplias. Un adecuado planteamiento de objetivos y estrategias comunicacionales debe acompañar desde el principio al planteamiento de cuestiones sociales más amplias.

5 La programación, implementación y ejecución de acciones de comunicación, en general se ha polarizado en algún aspecto, como por ejemplo el de los medios o el de la cantidad de mensajes producidos o difundidos. La cuestión acá es la que sigue:

¿De qué manera pueden ser jugados al máximo los recursos comunicacionales (masivos, institucionales y comunitarios) existentes en una determinada situación?

6 Por último, la evaluación comunicacional es, en general, parcial porque la concepción de la comunicación, los diagnósticos y, en fin, cada uno de los pasos anteriores, o son parciales o simplemente no existen.

Las fases de la planificación pueden encerrar un alto grado de complejidad. Sin embargo, estamos convencidos de la viabilidad de su aplicación, tanto por el agente externo como por la misma población. Sin duda un problema metodológico es cómo desarrollar cada paso de acuerdo con el grado de percepción de uno y otra. Un marco teórico-contextual, por ejemplo, se va construyendo lentamente, porque es bien sabido que la conciencia no avanza en bloque en todos los frentes. Lo mismo puede decirse para las otras fases, su alcance, su profundidad, dependen directamente de los grupos y de las organizaciones involucradas.

Es decir, la planificación es siempre el producto de un ajuste con las circunstancias. Sin embargo, aun cuando se trabaje en cada punto de una manera elemental, el prever y realizar todos permite un avance coherente en las acciones y una constante previsión de las mismas.

DIAGNOSTICO Y PRONOSTICO COMUNICACIONALES

Hemos mencionado ya la distinción entre un diagnóstico económico social en general y un diagnóstico comunicacional, y hemos insistido en la especificidad de éste último. Postulemos algo, que, por lo demás, no es idea nuestra. el ejercicio del diagnóstico tiene, durante su desarrollo, un alto valor educativo, ya que para realizarlo es preciso organizarse, buscar información, sistematizarla, procesarla, confrontarla y sacar conclusiones. Esta afirmación es extensiva a todo tipo de diagnóstico practicado por los propios pobladores, en definitiva de lo que se trata es de ampliar la conciencia sobre los problemas que se vive o padece.

Aparece aquí otra confusión, de alguna manera señalada anteriormente: el conocimiento de las causas más generales de los problemas constituye la total explicación y es a partir de ella que habrán de ser tomadas las decisiones. Más aun, la toma de conciencia solo pasa por esta explicación, el valor educativo del diagnóstico se resume en ella. Esto es falso y lo fue siempre. En todo caso se trata del camino seguido desde la teoría a la teoría. En la práctica la toma de conciencia avanza de lo más inmediato a lo mediato, y avanza no de una manera lineal y transparente. Lo hace muchas veces a los tumbos, por prueba y error, con una gran claridad en algún punto y una fuerte opacidad en otros. Si la explicación de las situaciones vividas no pasara por el resistente tamiz de las experiencias cotidianas, hace ya bastante tiempo que el sagrado verbo hubiera develado todas las mentes.

El diagnóstico adquiere un valor educativo cuando

se incorpora, como una metodología y como una práctica, a esa experiencia cotidiana, cuando permite profundizar en la percepción crítica de la propia circunstancia.

Han existido y existen propuestas de diagnóstico comunicacional, aunque general, realizadas dentro de concepciones muy esquemáticas. En efecto, el intento de saber algo de la cantidad de mensajes que recibe una población, de los aparatos, de algunas maneras de relacionarse, se dirige a evaluar algunos elementos de comunicación. Pero ello no es suficiente. Primero, porque nos interesa el diagnóstico realizado por la propia población, segundo, porque tales prácticas han estado más en manos de estudiosos de la mercadotecnia que en las de agentes sociales comprometidos con los sectores populares; tercero, porque de lo que se trata es de saber qué hace la población con la comunicación, de qué forma se apropia de la oferta de los medios masivos y de las instituciones, cuáles son sus cotidianas relaciones comunicacionales. Aclaremos: de lo que se trata es de que la población sepa qué hace con la comunicación

Se abre, así, un ámbito de diagnóstico que comprende:

- 1.- Mensajes difundidos por los medios colectivos.
- 2.- Mensajes y relaciones propias de las instituciones que operan en la zona;
- 3.- Mensajes y relaciones propias de la población.

Si los medios constituyen la forma más inmediata de contacto de la población con los grandes sistemas de comunicación, no se puede pretender jamás iniciar un diagnóstico por el conocimiento de las astucias de las transnacionales de la información, y mucho menos si ese diagnóstico es hecho por los propios interesados. Surge aquí otra vez el tema del espontaneísmo. Hay quienes consideran que algunas preguntas orientadas la gente está en posibilidad de analizar los mensajes. Nosotros sostenemos, frente a esto, que cuando existen

técnicas no hay por qué no utilizarlas. El diagnóstico de la comunicación colectiva comienza por el desmontaje de los mensajes, y para ello es posible, y necesario utilizar técnicas de análisis verbal y visual. Hay ya algunos textos muy prácticos producidos por autores latinoamericanos.

¿Qué diagnosticar en los mensajes? La experiencia que hemos tenido en este campo nos permite formular la siguiente hipótesis: el diagnóstico más eficaz y que mayores beneficios arroja, es el que permite confrontar lo que esencial y realmente dicen los mensajes con la propia vida cotidiana. Solo a posteriori de esto es posible lanzarse a temas más abstractos (en relación con la experiencia cotidiana), como las argucias de la clase dominante, los grandes monopolios tecnológicos y culturales, etc.

La lectura crítica de mensajes debe permitir el reconocimiento de estereotipos destinados a frenar o a tergiversar las formas de relación necesarias para el trabajo comunitario. Algunos ejemplos: la promoción del machismo, el desprestigio sutil o abierto de la solidaridad, la acentuación del pintoresquismo para describir situaciones de miseria, la publicitación del individualismo..

La lectura crítica no es un ejercicio individual. Alcanza su máximo de eficacia en grupos de análisis, puede complementarse con ejercicios de recreación de los mensajes, cambiando esquemas, desbaratando esterotipos

Para librarse del espontaneísmo, el diagnóstico de mensajes debe concretarse en algún tipo de informe, sea verbal, escrito, visual o audiovisual. A menudo ocurre que la lectura crítica se practica en alguna reunión y luego queda en el sótano de los recuerdos como una experiencia curiosa o hasta algo divertida.

El diagnóstico de las instituciones incluye el punto anterior, es decir, el análisis de los mensajes de promoción (carteles, folletos, historietas educativas...) pero

además la evaluación de los recursos que ellas ofrecen o pueden ofrecer y de las relaciones directas con sus representantes.

Los sectores populares carecen en general de un inventario de los recursos que pueden aprovechar de las instituciones.

Señalamos anteriormente que lo más difícil para alguien es tomar como objeto de análisis su propia vida cotidiana. Preciso es detenernos en este último concepto, esencial para el diagnóstico comunitario.

Definimos la vida cotidiana como las concepciones, valoraciones y percepciones de la realidad que en sus diarias prácticas comparten los integrantes de un grupo social

Concepciones: la manera de entender algo, de juzgarlo. Y en esto no intervienen solo conceptos, sino también, y a menudo muy fuertemente, estereotipos. Las concepciones resultan de una mezcla entre conceptos y estereotipos, donde los límites entre lo que puede ser demostrado, validado con alguna solidez y lo que proviene de la experiencia, de las creencias, están poco marcados. Un estereotipo es una versión parcial emotiva de la realidad, versión que puede ser más o menos rígida. Las prácticas cotidianas se orientan y a veces determinan por esas concepciones.

Por valoraciones entendemos el atributo que se le da a algún objeto, ser o situación. En general se valora positiva (calificación) o negativamente (descalificación). La vida cotidiana consiste en una infinita trama de aceptaciones y rechazos que tiene que ver directamente con la forma de valorar. Por supuesto que esto, se aprende a lo largo de las relaciones familiares, interpersonales y dentro de otros grupos.

Concepciones y valoraciones determinan la forma de percibir, siempre que se ve algo simultáneamente se lo

esta interpretando y valorando. La percepción es un problema cultural y no una simple captación del entorno: esto ya ha sido demostrado hace tiempo.

Las diarias prácticas incluyen las relaciones más comunes de la vida cotidiana: el trabajo y el esparcimiento, sobre todo. Pero también la forma de cumplir las propias actividades, las relaciones grupales, los contactos cotidianos. El relacionarse es producto de percepciones, valoraciones y concepciones. En el trabajo o en el esparcimiento ellas están presentes, condicionan o determinan la forma en que éstos se realizan.

El diagnóstico comunitario, desde el punto de vista de la comunicación, pasa necesariamente por la vida cotidiana, pero, como ya adelantamos, lo más difícil es tomar a ésta como objeto de análisis. Sin embargo, solo desde ella es posible aclarar las circunstancias en las que están insertos los sectores populares. Es en la transformación de la vida cotidiana, de las relaciones más inmediatas, donde se juegan todos los cambios que venimos soñando desde hace mucho tiempo.

Veamos algunos caminos:

- 1 La recuperación de la memoria histórica, individual o grupal, a través de relatos en el seno de grupos o bien de objetivaciones en el teatro o en otras formas de dramatización;
- 2 El análisis de los "modos de hacer" propios de los oficios populares, es decir, la recuperación y revaloración de los mismos;
- 3 La recuperación y evaluación de las formas de expresión popular a través de lo verbal, las imágenes, los objetos y los espacios (desarrollaremos más ampliamente este punto).
4. La lectura crítica de estereotipos y conductas cotidianas, a través de formas grupales de reflexión

5. El reconocimiento de las personas, grupos y formas de comunicación más eficaces para toda la comunidad.

Para avanzar en el trabajo comunitario, desde el punto de vista comunicacional, los tres tipos de diagnóstico deben articularse, tanto para una toma de conciencia como para una labor de proyección de acciones.

Esto nos lleva al tema del futuro, al que hemos aludido anteriormente al referirnos al pronóstico. Ningún ser humano puede dejar de referirse a su futuro, sea a través de ilusiones, de expectativas o de una planificación más o menos rigurosa. Pero esa referencia varía de acuerdo con la situación en que se está inserto. En muchos casos la alusión al futuro es un modo de eludir situaciones actuales desesperadas, una suerte de paliativo imaginario para la precariedad de la vida cotidiana. Lo que nosotros postulamos, y no tenemos todavía experiencias vividas al respecto, es un ejercicio de futuriación destinado a fijar un futuro deseado y a prever los pasos necesarios para lograrlo, esto con la participación de la propia comunidad.

Los ejercicios de futuro son una constante en medios políticos, científicos o universitarios; pero no sucede lo mismo con las escuelas primaria y secundaria y mucho menos con las instituciones que trabajan con los sectores populares. Sin duda algo se hace al plantear un objetivo, pero nuestra propuesta apunta al desarrollo de técnicas adecuadas a las necesidades y percepciones de la población, como, por ejemplo, una apropiación del método de diseño de escenarios futuros.

Con todo esto queremos decir que un diagnóstico comunicacional debe complementarse necesariamente con un pronóstico, y que la única manera de diseñar este último es a partir del primero. Y cuando decimos futuro comunicacional queremos indicar a qué relaciones queremos llegar, a qué tipo de mensajes, a qué uso de medios,

y cuáles serán los pasos necesarios para lograrlo. O bien por lo negativo: si no damos estos pasos y si simultáneamente queremos solucionar tal o cual problema, ¿qué sucederá?

La apelación a lo imaginario constituye una vía excelente para los ejercicios de futurición. Es posible comenzar por relatos, por las ricas formas de ficción popular, para pasar luego a algo más realizable o riguroso. No hemos reflexionado lo suficiente sobre el rol de lo imaginario en el trabajo con sectores populares. Si el diagnóstico requiere de una recuperación de la memoria histórica a través del relato de experiencias vividas, el pronóstico puede apoyarse en lo imaginario como una manera de iniciar la reflexión sobre el futuro.

LA BUSQUEDA DE INFORMACION

A través de CIESPAL nos ha tocado participar en experiencias de trabajo comunitario donde las necesidades de información han resultado algo más que claras para la gente. A partir de allí fueron organizados seminarios con sectores campesinos para la capacitación en la búsqueda y el procesamiento de la información destinada a resolver problemas cotidianos. Esto incluye la ubicación de fuentes, al acopio de la información, las formas de procesamiento y el análisis. En México fue elaborado un trabajo muy útil en este sentido: LA GUIA DE AUTODIAGNOSTICO CAMPESINO, que trae técnicas muy sencillas, aplicables a distintas situaciones.

Todo el mundo conoce la importancia de la información en nuestro tiempo. El avance de organizaciones nacionales e internacionales se basa fundamentalmente en ella. Y todo el mundo conoce también que una de las claves de la dominación es precisamente la desinformación a la que se somete a amplios sectores de la población. A nuestro entender, y ya hemos aludido a esto, el camino para solucionarlo va de lo inmediato a lo mediano. El organizarse para reunir información, el distribuirse temas según los conocimientos previos, el proce

sar los datos en equipos, el realizar asambleas para socializar los conocimientos adquiridos, constituye un riquísimo intercambio de esfuerzos y de experiencias. La concentración de información es en las comunidades sinónimo de poder, la democratización pasa también por una socialización de la información.

LA CAPACIDAD EXPRESIVA

También la concentración de la capacidad expresiva permite una concentración de poder. Ello puede apreciarse claramente en las asambleas monopolizadas por tres o cuatro personas. Junto a esto hay que mencionar la ilusión de la producción y distribución de mensajes. Si en una comunidad unos pocos producen mensajes para el resto, no se rompe el círculo de la concentración de la expresión. El hecho de que muchos lean lo que otros escriben no es más que una continuación de las relaciones cotidianas vigentes.

La liberación de la capacidad expresiva no es de ninguna manera sinónimo de mayor consumo de información. Es, por el contrario, sinónimo de producción de mensajes orientados hacia el resto de la comunidad.

Nos tocó vivir experiencias de este tipo en la parroquia de Las Mercedes, aquí en Ecuador. Existe allí una cooperativa que está en proceso de reorganización debido a la presencia de nuevos directivos. Si bien ellos trabajaban entonces con un claro interés democratizador, el monopolio de la expresión era evidente. Hablaban el presidente del consejo y otros dos o tres miembros de este último. Es más, la gente, alrededor de cuarenta, esperaba que ellos hablaran. Se decidió trabajar en pequeños comités para discutir temas que en la asamblea no habían sido resueltos. En cada comité se procedió a reconstruir la historia de la comunidad, a partir del relato de las experiencias vividas por los pobladores. Esto forzó literalmente a expresarse en públi-

co, aunque fuera al público restringido de un comité. En cuestión de horas se había generalizado un torrente de diálogos y de intercambios de información y de experiencias. Cuando se volvió a la asamblea las cosas habían cambiado radicalmente. el monopolio de la expresión cedió paso a una participación cada vez más activa.

Hay sin duda otros caminos. los relatos, la recuperación de las expresiones populares y del chiste, los talleres de expresión a través de objetos, del arte, de la demostración de oficios; el teatro y todo tipo de dramatizaciones. .

USO DE MEDIOS

El medio a utilizar es aquél reclamado por la situación concreta en la que se quiere trabajar. Nunca el camino inverso: medios que andan a la búsqueda de situaciones. No es necesario retomar el tema de la ilusión tecnologista: la mera presencia de la radio o de algún otro instrumento aseguraría un cambio social.

Nos interesa más bien insistir en el lenguaje de los medios, simplemente porque el mismo tiene una real presencia en nuestros países. Es un error usar instrumentos riquísimos en posibilidades expresivas sin aprovechar las a fondo. Importa la producción de mensajes, pero también importa que la misma pueda valerse de los recursos existentes. De lo contrario, como ya señalamos, se incorporan medios para continuar en un sostenido balbuceo.

Aun cuando hemos sostenido que el desarrollo de la capacidad expresiva no se logra mediante el consumo de mensajes que otros producen, con esto no queremos descalificar el uso de los llamados medios unidireccionales. Como lo importante no es el medio, sino es el mensaje, la unidireccionalidad no resulta perjudicial cuando a través de la misma se difunden versiones acordes con la realidad y las necesidades de la población. Esto nos

debe llevar a una revalorización de los medios de difusión colectiva, siempre y cuando se logre en ellos espacios para una comunicación popular educativa. Algo difícil, sin duda, pero los espacios suelen surgir y a menudo no son aprovechados.

La creencia en aparatos ideológicos totalmente homogéneos, que no dejan lugar alguno para la contradicción, es una tontería althusseriana que ha perjudicado mucho la teorización y la práctica en nuestros países latinoamericanos.

Lo popular y lo dominante no están enfrentados como en un campo de batalla; las fisuras, los intersticios, abundan por doquier, y es preciso aprovecharlos.

Por eso, el uso de medios va desde la apropiación de los más elementales sistemas (mimeógrafo artesanal, por ejemplo) hasta la posibilidad de elaborar mensajes de alcance regional y nacional.

LAS ORGANIZACIONES

Sin un intercambio de información, sin una circulación permanente de esta última, las organizaciones populares corren el riesgo de reproducir los esquemas autoritarios propios de otras organizaciones sociales. Y cuando esto ocurre, asistimos a una concentración de poder tan perjudicial como la que se produce a escala regional o nacional. Periódicos, programas de radio, carteles, folletos, son recursos destinados a mantener informada a la gente. Pero no bastan. Nada reemplaza en las comunidades los contactos cara a cara, la presencia de quienes pueden intercambiar información. En esto ocupa un lugar privilegiado la asamblea, con los riesgos que mencionábamos de la falta de participación y de la concentración de expresión en unos pocos. Hay otros recursos, como el trabajo permanente en comités especializados por problemas o temáticas. Los sistemas de intercambio de información entre los comités permiten la formación de redes, las cuales pueden ser complementadas con informantes que visiten un cierto número de hogares, para llevar la noticia de las actividades o bien

de problemas de toda la comunidad. Un sistema de este tipo permite dirigirse en muy poco tiempo a un gran número de personas.

Una última cuestión en ese punto: la demora en la circulación de la información. Ello suele producirse por la tendencia a apostar todo o a las asambleas o a los medios. Así, una serie de datos que debiera ser dada a conocer lo más rápidamente posible, queda en manos de unos pocos a veces durante semanas. Y esto, o provoca acumulación de poder en los informados, o desaliento en los que de poco o nada se enteran. El sistema de redes y de informadores en lugares de reunión o en los propios hogares, puede remediar este problema.

También las organizaciones populares deben poseer algún grado de eficacia; es sabido que las restantes organizaciones sociales fundan su eficacia, en gran medida, en la velocidad de la circulación de la información.

LA PARTICIPACION

Resumimos:

Hemos enfatizado una serie de actividades propias del trabajo popular desde el punto de vista comunicacional; hemos insistido en la especificidad de lo comunicacional, sin perder de vista en ningún momento que forma parte de procesos más amplios; hemos tratado de desplegar en parte la problemática propia de tal especificidad comunicacional; hemos, en fin, propuesto algún tipo de ejemplificación y algunas líneas posibles de acción.

Estos puntos se tocan necesariamente con otros que no desarrollamos aquí, aunque a menudo, con otras palabras, aludimos a ellos.

Dos ejemplos: las relaciones participativas y las cuestiones culturales.

¿Es posible llevar a la práctica todos y cada uno de los temas propuestos en una experiencia de trabajo po-

popular? Sí y no. Sí cuando se ha avanzado en una línea de organización que compromete la presencia de la mayor parte de una comunidad. No cuando se pretende trasladar el esquema de la manera de un debe inexorable.

Recuerdo un seminario en el que una colega manifestaba lo siguiente, ante unos mensajes propuestos por un grupo de base: les falta esto y esto y lo otro, no estamos ante una comunicación alternativa pura. A pesar de ese argumento el grupo continuó con su impura labor de la comunicación.

No hay es sabido, formas a priori para el trabajo popular. Pero cuando de esto se infiere que todo debe quedar librado a la suerte de un desarrollo espontáneo, se cae en un extremo tan peligroso como el de nuestra colega. No hay formas a priori, pero hay técnicas, hay caminos que otros ensayaron y no tienen por qué ser desechados. De lo contrario, aceptamos para nosotros técnicas, metodologías, apropiaciones de experiencias y, para los sectores populares solo el camino que va desde el descubrimiento del fuego en adelante.

Hemos indicado en otra oportunidad que la cultura popular es una cultura acechada, desde afuera y desde adentro. Desde afuera por todos los que buscan controlarla y mediatizarla. Desde adentro por la precariedad cotidiana. Pero también quienes intentan trabajar en favor de esos sectores pueden convertirse en acechadores, tan peligrosos como los que buscan el control y la mediatización. Si se parte de esquemas como el del buen salvaje, o bien del mito de la exterioridad total al sistema vigente, se corre el riesgo de hacer más daño que el bien soñado.

La comunicación, como teoría, como metodología y como práctica, puede aportar mucho para evitar esos caminos que algunos quieren hacer recorrer a los demás sin recorrerlos ellos mismos.

UN CUESTIONAMIENTO
AL PROMOTOR Y LA
METODOLOGIA

CINEP

El CINEP, Centro de Investigación y Educación Popular, abrió en noviembre de 1976, la "Oficina de Audiovisuales". La designación es significativa porque en el Centro no existían sino Departamentos de Investigación (en problemas rurales, políticos, económicos, laborales, educativos, religiosos). La categoría de oficina indicaba que su función consistía en prestar servicios a los departamentos en sus actividades educativas: audiovisuales o sonovisos para la educación de los grupos populares vinculados a los departamentos.

Esto ha cambiado. Pero más importante que el cambio de la Oficina al interior de la estructura del CINEP es el proceso que le generó, proceso que tiene que ver con el desarrollo de la teoría que elaboramos, con el desarrollo de los grupos populares y de la relación que establecimos con éstos.

Aunque es muy difícil y arbitrario distinguir etapas, lo voy a hacer para mayor claridad. La primera, del 76 al 79, está marcada por el trabajo en audiovisuales. La segunda, del 80 al 81, por el trabajo en prensa popular y la tercera, del 82 al 83, por el trabajo sobre la relación entre comunicación y cultura.

LOS AUDIOVISUALES

GENESIS Y PLANTEAMIENTOS

La CINEP había constatado la dificultad de transmitir elementos de análisis de la realidad a los grupos populares. Se diagnosticó disminución de interés y de asistencia a cursos, seminarios y conferencias. Simultáneamente se percibía la importancia creciente del cine y la televisión, la imagen en general, preocupación que coincidía con la existencia en ese momento en muchos colegios y facultades de educación y que dio origen a la introducción del sonoviso y la imagen en la educación como instrumento para asegurar el interés de los alumnos, mayor eficacia en la fijación o aprendizaje de conceptos y ampliación del radio de acción del educador al permitirle llegar a muchos grupos sin necesidad de desplazarse personalmente.

A esto se añadía el análisis sobre la comunicación masiva: medios en manos de las clases dominantes que los utilizan para generar y divulgar ideología ocultadora de la realidad y desmovilizadora. Según este análisis el pueblo no tiene allí cabida, se lo ha colocado como espectador pasivo, consumidor de valores y comportamientos. De ahí la necesidad de educar a los sectores populares para convertirlos en espectadores activos, críticos de los mensajes que los medios vinculan.

Tales eran, en síntesis, las justificaciones para crear una oficina de comunicación con tres funciones precisas: producir audiovisuales de apoyo para las actividades educativas de los Departamentos, promover y asesorar la producción de audiovisuales por parte de los grupos populares como forma de estimular la expresión propia de sus necesidades y, finalmente, organizar actividades de educación para la visión crítica de los medios masivos.

El planteamiento era débil. Lo primero que hizo la recién fundada Oficina de Audiovisuales fue cuestionar

los presupuestos que encerraba el anterior diagnóstico

- a) Presupone que la comunicación tiene autonomía para producir significaciones,
- b) Concibe la comunicación como instrumento para producir efectos y como vehículo transmisor de mensajes;
- c) Concibe la educación como transmisión y aprendizaje de valores y comportamientos;
- d) Concibe la recepción, el espectador y el educando, como seres pasivos

Este cuestionamiento se apoyaba a su vez en los siguientes principios básicos.

- a) Las significaciones se generan en el orden social, por lo tanto unas significaciones nuevas, opuestas a la ideología dominante, se generan en un contexto nuevo, alternativo al dominante, no en la comunicación alternativa.
- b) La efectividad de los medios masivos no depende de la fuerza mítica de la imagen sino de su inserción en el universo de significaciones sociales, en esa lógica del orden social. Por consiguiente, los medios populares o alternativos, los audiovisuales en concreto, no tienen eficacia sino en la medida en que se inserten en una lógica o universo de significaciones propios, generando en un nuevo contexto que es la lucha y organización popular.
- c) Esto no quiere decir que los medios burgueses o populares, no tengan un ámbito específico de producción, una actividad. Esta radica en su capacidad de estructurar la realidad, reinterpretándola, por medio del lenguaje: selección y organización de signos y símbolos.
- d) La actividad de la comunicación, masiva y popular, consiste en reforzar la producción de significaciones

que se da en el contexto en el cual se inserta, el social macro de la dominación y el alternativo de la lucha y organización respectivamente.

EL ASESOR, INVESTIGADOR O PROMOTOR.-

En el centro del proceso estaba el investigador o promotor del CINEP que establecería la relación con los grupos populares, relación que se definió desde el principio como de asesoría. Su papel no era transmitir a los grupos los resultados de una investigación teórica, sino poner en marcha un mecanismo de investigación y producción que cuestionara las prácticas en comunicación de los grupos y las elaboraciones más o menos sistemáticas que éstos tenían sobre la comunicación y educación. Se le designaron estas funciones al asesor o promotor porque un rápido estudio sobre la comunicación popular dio como resultado que se trataba de una comunicación tan vertical y esquemática como la burguesa que los grupos criticaban. Concebían la comunicación como transmisora de valores, nociones y elementos críticos con capacidad de transformar la conciencia de las masas.

Desde los fundamentos teóricos anteriormente enunciados y desde este diagnóstico de la situación de la comunicación popular el promotor-investigador del CINEP tenía los siguientes criterios para su acción.

- a) En la selección de los grupos que se vincularían al proyecto: grupos cuya actividad en comunicación no fuera exclusiva sino vinculada a prácticas educativas y organizativas de sus comunidades, prácticas que serían los nuevos contextos generadores de nuevas significaciones críticas a la ideología dominante. Grupos que dieran garantías de continuidad en el trabajo y que hubieran surgido de las mismas comunidades, como respuesta a su situación, y no extraños al contexto o formados por estímulos externos.
- b) En la relación con los grupos. el grupo es autónomo

en la toma final de decisiones en cuanto a los temas y tratamiento que se le debían dar a los sonovisos. Para que esta autonomía fuera real el grupo debía adquirir los equipos necesarios, con lo cual se evitaba una implícita dependencia del CINEP.

La adquisición de equipos la facilitaba el CINEP por medio de un fondo rotativo. La autonomía del grupo no significaba que el investigador-promotor tomaría una posición pasiva, sino que no consideraba sus aportes teóricos y metodológicos como la verdad definitiva, sólo como aportes. Y, simultáneamente estaba abierto a dejarse cuestionar por la realidad vivida por los grupos y por las prácticas que se desarrollaban en el proceso del proyecto.

Los aportes del investigador-promotor estaban señalados en el campo de la técnica (manejo de los equipos, cursos de fotografía, de grabación y de edición), de la metodología (de investigación y de producción) y de la evaluación.

En la asesoría en los campos anteriores se propuso la metodología de taller que evitaba el discurso teórico dado al grupo para que éste lo fuera aplicando en sus prácticas. El taller parte de la práctica realizada por el grupo, a la cual sigue una reflexión que se vierte después en una segunda práctica con su respectiva segunda reflexión y así sucesivamente.

El momento central del taller estaba puesto en la reflexión en la cual el investigador-promotor tomaba el papel de guía orientando progresivamente los debates hacia puntos claves definidos en los principios teóricos.

- a) **El lenguaje** en sus operaciones de selección y organización, su conformación en esquemas y la necesidad de romperlos generando nuevas operaciones de selección y organización.
- b) **La relación con el público** ruptura con la tendencia

a decir con claridad las ideas para que las masas las asimilen, propuesta de una comunicación comprendida como proporcionar elementos para que el público active su capacidad relacional.

- c) **La relación con lo educativo:** la creación del tema o problema que se toma como objeto del sonoviso y las formas de trascenderlo educativamente ubicándolo en el contexto social. Lo educativo no es entonces la explicación del problema, ni los conceptos propuestos, sino la forma de analizar un particular dado en relación con una globalidad. No los contenidos sino el método de análisis.
- d) **La relación con la organización:** el objetivo de una comunicación, de un sonoviso, no se puede limitar a "la toma de conciencia", debe estar ligado a los objetivos y dinámica generales y concretos de la organización a que pertenece el grupo.
- e) **La naturaleza misma del lenguaje audiovisual:** la construcción en niveles de denotación (en el cual se apoya el reconocimiento) y de connotación (que exige análisis, trabajo relacional y proporciona los elementos para el paso del reconocimiento a la producción de nuevo conocimiento, paso que se materializa en el momento del foro o debate mediante preguntas concretas sobre los elementos del audiovisual en su doble sistema de relaciones: imágenes entre sí, imagen y sonidos).

Estos eran los criterios operativos y puntos de referencia que tenía el investigador-promotor que, por lo tanto, tenía unas pautas para seguir y unas metas progresivas en el desarrollo de los talleres y asesorías. No iba a discusiones abiertas completamente ni seguía dócilmente la dinámica de los grupos populares aunque tenía el criterio de adaptarse a las necesidades y dinámica de éstos.

Lo que sí era absolutamente inmodificable era el

colocar en el centro del proceso de producción, como eje esencia, la investigación. Una investigación triple: sobre la realidad--para superar los esquemas de interpretación de la misma--sobre el público o comunidad para garantizar el reconocimiento y adecuación de los elementos de expresión--y, finalmente, sobre las características del lenguaje audiovisual--para explotar toda su capacidad de generar participación relacional, de construir dimensiones connotativas y de impactar sensorial y emocionalmente.

Dos dudas quedaban en el momento de iniciar el proyecto, que el investigador-promotor debía tener presente para evaluar continuamente. La primera era sobre la posibilidad que se estuviera provocando una transferencia de tecnología. Desde una abstracción son evidentes las cualidades del sonoviso para desatar procesos de comunicación participativa (entendida como detonadora de actividad relacional que puede conducir a la producción de nuevo conocimiento), pero, ¿corresponde esa abstracción a las necesidades, desarrollo y condiciones de trabajo de los grupos?

La segunda duda era sobre el posible conflicto en los grupos en caso de que se suspendiera la financiación del proyecto. Esta eventualidad obliga a pensar en los mecanismos de autonomía (economía y metodología) de los grupos para asegurar la continuidad de su trabajo en audiovisuales si se acabara la financiación.

EL PROMOTOR POPULAR.-

Es el líder, o líderes, de un grupo que se ha organizado casi siempre con el objetivo de educar políticamente, formar la conciencia crítica de las bases y organizarlas para luchas concretas. Concibe, o suele concebir, la educación como transmisora de valores y la comunicación como instrumento para la educación y la organización.

En conclusiones, por verticales y paralizantes de

la producción por parte de las bases populares eran objeto de nuestros cuestionamientos, como ya está explicado. Se trataba entonces de poner en crisis el papel de guías de masas que se habían autoasignado y su criterio de trabajo (decir las ideas con claridad), para que llegaran a comprometerse como estímulos de la actividad participativa y antenas de la dinámica de sus sectores. En el fondo se trataba de llevarlos a que establecieran con las bases una relación semejante a la que nosotros procurábamos establecer con ellos.

LA PRACTICA

Inicialmente, como plan piloto, entramos en relación con un grupo urbano de Bogotá del barrio El Perpetuo Socorro, y con uno rural en la zona campesina de Candelarias situada en la costa Atlántica. Cada grupo produjo un sonoviso sobre temas concretos: la pavimentación de la calle principal del barrio, las fiestas regionales en el pueblo. Posteriormente la asesoría se extendió a tres barrios más en Bogotá, una empresa comunitaria también en Bogotá, dos zonas campesinas, una organización de Comités Cívicos que aglutinaba 50 barrios en la ciudad de Montería (capital de un departamento al norte) y la organización indígena más importante del país, el Cric, en el departamento de Cauca. De ahí salieron otros ocho audiovisuales, dos de ellos no completamente terminados. El único grupo que alcanzó a realizar dos audiovisuales fue el del Perpetuo Socorro, que necesitó dos años para realizar el segundo (sobre las causas del alza del costo de la vida).

Las dificultades que se percibieron durante esta etapa, del 76 al 79, fueron de diverso orden: imposibilidad en los grupos para adquirir los equipos por falta de recursos económicos (optamos por prestarlos después de varios intentos de autofinanciación); falta de tiempo, sobre todo para investigar, a lo cual se añadía la urgencia de los temas y la necesidad de los grupos de obtener resultados rápidos para conservar la credibilidad en sus co-

comunidades o sectores: tendencia al racionalismo que se manifestaba en la estructura académica y casi silogística de los guiones que proponían para los sonovisos. Los grupos a su vez expresaron que encontraban en sus comunidades los siguientes problemas: pasividad, inconstancia, tendencia a delegar en otros (tanto las actividades como el esfuerzo para analizar los problemas) coyunturalismo (no se mueven sino en situaciones que traen serias consecuencias en su presupuesto; alza en servicios, etc.).

Ante algunos audiovisuales se presentaron reacciones que es importante reseñar. Al presentar el audiovisual sobre la necesidad de presionar a las autoridades locales para que se pavimentara la calle principal la gente no quería hablar en el foro sino sobre las basuras y desaseo en las calles, sobre la necesidad de organizar una brigada que embelleciera el barrio. Ante el audiovisual sobre las fiestas del pueblo campesino de Candelaria se percibió un rechazo, resultante de haber comprendido el audiovisual como una propuesta a eliminar las fiestas. En estos casos la explicación que dimos, en análisis conjunto con los miembros de los grupos que los habían producido, fue: hubo fallas en el audiovisual, hubo fallas en la coordinación de los debates después de la proyección, el público no estaba en capacidad de establecer las relaciones que se le proponían.

Poco a poco el interés por producir audiovisuales iba desapareciendo en los grupos populares. Crecían por otra parte las solicitudes de asesoría en prensa popular.

LA PRENSA POPULAR

LA EXPERIENCIA.-

Desde 1979 hemos asesorado periódicos y revistas de organizaciones sindicales, barriales, campesinas, de profesores y de movimientos juveniles. Hasta 1982 lo hicimos con los mismos criterios y metodología con que

habíamos trabajado las asesorías en audiovisuales búsqueda de una comunicación participativa mediante la ruptura de esquemas, búsqueda de formas de relación entre la prensa y la organización como productora ésta de nuevas significaciones y aquella como potenciadora de las nuevas significaciones producidas en la organización. Para esto nos dedicamos a estudiar los géneros periodísticos después de haber hecho un análisis de la prensa popular y haber constatado que se trata de una prensa muy didáctica, un gran editorial con slogans sobre la burguesía y el imperialismo, carente de noticias, de crónica y reportaje

En los talleres sobre prensa comenzábamos trabajando la noticia poniendo al grupo a redactar noticias para luego analizarlas comparativamente con la estructura de noticia de la prensa masiva, con el fin de definir la posibilidad de apropiarse de todos o de algunos de estos elementos para la prensa popular y las consecuencias que esto traía. El mismo ejercicio se realizaba con los otros géneros y finalmente con la diagramación, que los grupos veían únicamente como elemento técnico que podía hacer más o menos agradable la lectura, nunca como mecanismo de producción de sentido. Como en el caso de los audiovisuales, en ningún momento pretendíamos dar normas precisas ni soluciones concretas a los problemas o propuestas de cómo hacer un periódico popular. Del análisis de las prácticas realizadas en el taller no se seguían sino preguntas, líneas de investigación para realizar a medida que produjeran en la realidad el periódico. Lo único que se pretendía dejar claro era la necesidad de que su práctica estuviera orientada a romper modelos, a recrear las operaciones de lenguaje, siempre teniendo como eje la investigación sobre la realidad, sobre el medio prensa y sobre la comunidad a la cual dirigían el periódico.

LAS DUDAS SOBRE EL PROMOTOR INVESTIGADOR.

El interés de los grupos fue notorio. Era un descubrimiento para ellos la existencia de otros géneros, la problemática de la ruptura o apropiación de los modelos imperantes, la concepción de la diagramación como productora de significación. Después de un taller el periódico del grupo sufría algunas transformaciones. Hubo grupos que pidieron continuamente evaluación de sus producciones periodísticas, pero poco a poco todo iba retornando a lo de siempre: los largos discursos, la angustia por aprovechar cada centímetro cuadrado de las páginas, la mezcla de noticia con denuncia y comentario, la ausencia de crónicas y reportajes, el dibujo y la fotografía de archivo utilizadas como simples visualizaciones del texto escrito.

Entre tanto nuestra investigación iba progresando hacia la precisión de los conceptos definidos inicialmente. Entramos a delimitar qué contexto popular podía ser aceptado como contexto alternativo generador de nuevas significaciones ideológicas como requisito para que la comunicación lo pudiera potenciar y así convertirse en verdadera comunicación alternativa. Pasamos luego a investigar en todos los posibles mecanismos de lenguaje potenciadores de la ideología dominante y en propuesta de mecanismos alternativos. El resultado de todo este proceso lo vemos hoy como un cierre progresivo, como una marcha continua hacia un purismo político que buscaba precisar de forma absoluta qué era alternativo y qué no lo era.

Ese momento de máximo cierre coincide con el comienzo de lo que nos parece una apertura. Esto se realizó a través de las siguientes preguntas críticas que nos surgieron inicialmente como resultado de ese contacto conflictivo con los grupos populares:

- a) Así como al comienzo del proyecto de audiovisuales

temíamos propiciar una transferencia tecnológica no estábamos ahora propiciando una transferencia teórica.

- b) A pesar de que nos habíamos propuesto tomar el papel de asesores ¿no se habría realizado nuestra actividad de promotores bajo el convencimiento implícito de que no hay sino una forma de investigar, de sistematizar, de comprender, de decir o narrar, de interpretar? ¿Una forma que, lógicamente, era la nuestra?
- c) ¿No estábamos desde ahí descalificando las prácticas de prensa popular, condenándolas como anti-populares porque no obedecían a lo que nosotros habíamos definido como popular, alternativo y como ruptura de esquemas?
- d) Lo que nosotros habíamos considerado —ante las reacciones e interpretaciones del público a los audiovisuales— como fallas de los audiovisuales, o de la coordinación del foro, o de la gente que no estaba preparada para establecer las relaciones que se preveían, ¿no sería sencillamente la expresión de otra forma de percibir y comprender las cosas que no entraba en nuestra lógica, pero que desde otra lógica podía tener validez y fuerza?

A partir de ese momento comenzaron a caer todas nuestras seguridades, y esto es supremamente interesante, porque cuando uno no tiene seguridades cambia inmediatamente su forma de relacionarse con los otros, en este caso con los grupos populares. Cambia la metodología porque las prácticas, propuestas y reflexiones de los otros comienzan a ser vistas desde otra perspectiva, como producción propia y no como atraso, vacío de conocimientos que hay que llenar, incapacidad de investigar o sistematizar que hay que formar. En una palabra, entra en crisis la actitud de MISIONERO. El misionero es que

que tiene la verdad, o que se siente tenerla, y que la quiere llevar a los otros por un camino directo —lo que llamábamos verticalidad— o por uno indirecto —lo que llamábamos taller participativo— que en realidad no es sino un rodeo más largo para llegar a lo mismo, a que se asuma lo que el promotor tiene prefijado

EL NUEVO PROMOTOR Y LA NUEVA METODOLOGÍA.-

De nuestra parte no hay todavía ni nuevo promotor ni nueva metodología. Por una razón muy simple: que no sabemos adónde vamos.

Todo comenzó con las preguntas anteriormente señaladas. A esto se añadió el conocimiento que tuvimos de esa línea de pensamiento sobre la comunicación y la cultura que desde finales de la década de los 70 se ha desarrollado en América Latina y que ha desplazado el objeto de la investigación en comunicación hacia la cultura. Del énfasis en el mensaje, en los contenidos, en el emisor, en los condicionamientos que vienen de lo económico y político, del poder, en las formas de alienación del receptor, se ha pasado al estudio de la cultura como producción de sentido y de los mediadores materiales y expresivos que generan el imaginario popular. Desde ahí entra en crisis lo que concebíamos como comunicación, como político y como popular.

No me voy a detener en este punto, en primer lugar, porque es otro tema y, en segundo lugar, creo que ya es de conocimiento de quienes trabajan directa o indirectamente en comunicación popular. Sólo quiero hacer referencia a los autores que nos han servido de apoyo. Umberto Eco, Julien Greimas, Paul Ricoeur, y en lo que se viene trabajando en América Latina: Jesús Martín Barbero, Carlos Monsivais, García Canclini y Jorge González Sánchez.

En este momento estamos promoviendo en los gru

dos la investigación de prácticas populares de comunicación y usos que hacen de la comunicación masiva y popular. Entendiendo por prácticas populares de comunicación no lo que es explícitamente comunicación (periódicos, etc.), sino las redes populares que se constituyen en comunicación: el vecindario, la tienda, la cuadra del barrio. Esto con el fin de encontrar lo que en ellas hay de producción popular, de resignificación de las prácticas sociales. Como decía antes, no tenemos una propuesta metodológica que presentar, ni una definición del promotor y de su rol en estos procesos de investigación. Hemos hecho intentos por varios caminos porque en estos momentos creemos que éso es lo que se puede aportar. Pero es prematuro decir algo distinto a la necesidad de partir de una ruptura de todas las seguridades que, muchas veces, son más fuertes y profundas dentro de la izquierda crítica que trabaja con sectores populares que en las clases dominantes.

LA RADIO: UN MEDIO MASIVO QUE PUEDE SER ALTERNATIVO

CARLOS CRESPO.
Ecuatoriano, nacido en
1951, licenciado en Pedagogía por la Universidad Católica de Quito, actualmente se desempeña como Encargado del área de Comunicación de la Secretaría Ejecutiva de ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica)

La radio educativa en América Latina ha tenido importantes modificaciones en su concepción y su práctica. En su evolución ha experimentado distintos modelos de educación y comunicación que se fueron imponiendo y surgiendo en el Continente en las últimas décadas.

Producto de ensayos, fracasos y aprendizajes compartidos, ha logrado generar respuestas en contextos y condiciones diversas, aportando a la creación de nuevas perspectivas a la comunicación y educación popular.

A partir de la experiencia pionera de las Escuelas Radiofónicas de Sutatenza, Colombia, fueron surgiendo en la década de los 50, al amparo de la Iglesia y en regiones apartadas, pequeñas emisoras al servicio de adultos campesinos.

Desde entonces América Latina ha ido constituyéndose la región del Tercer Mundo en que la radio se ha utilizado con una finalidad más intensa y sistemática. (1)

Estas experiencias, sin embargo, han sido poco conocidas y recuperadas por el resto de esfuerzos educativos que paralelamente se han ido gestando en nuestro continente.

Por ello nuestro afán de identificar algunos aspectos significativos de su situación actual, tratando de resaltar aquellos que constituyen sus restos y, que por lo mismo, son objeto de debate y análisis al interior de sus prácticas.

Queremos contribuir de esta manera a enriquecer la reflexión en torno a las posibilidades que brinda el uso de un medio masivo, como es la radio, dentro de los esfuerzos de educación y comunicación popular.

EVOLUCION Y ACERCAMIENTO

La radio educativa surgió en los años 50 bajo el modelo de Escuelas Radiofónicas como medio de llevar educación a sectores marginados de áreas rurales sin oportunidades educativas. Estas instituciones nacieron dentro de la estructura de la parroquia rural, con objetivos caritativo-asistenciales, utilizando el micrófono como simple altavoz del aula.

Dentro de la estrategia de modernización de las sociedades latinoamericanas, la alfabetización por radio trató de responder así a la que se consideró causa fundamental del marginamiento y privación del campesino latinoamericano.

Familias y comunidades reunidas en torno a un aparato radio receptor escuchaban las clases formales con la ayuda de un auxiliar en la espera de ir saliendo así de su ignorancia y marginación. Los agentes religiosos o líderes locales de las Escuelas Radiofónicas reunían a la gente para que recibieran la clase radial, distribuían material didáctico sencillo y ayudaban a los alumnos a seguir y comprender las instrucciones de la radio.

Se desarrolló paralelamente un concepto de "educación básica integral que dio una perspectiva religiosa a cada aspecto de mejora en la vida: alfabetismo, salud, agricultura, desarrollo de la comunidad y liderazgo campesino". (2)

Según La Belle, el énfasis estaba puesto en la transmisión de información o en el diseño de experiencias que aumenten o alteren las cualidades cognitivas o efectivas de los participantes.

Si bien las Escuelas Radiofónicas, extendidas a varios países del continente, abrieron una nueva dimensión comunicativa al sistema organizativo de la parroquia rural, nacieron inmersas dentro de "las corrientes de educación extraescolar de adultos impulsadas en América Latina desde fines de la II Guerra, que buscaban crear y adecuar programas educativos no formales que correspondieran a los intereses de las políticas de industrialización y "crecimiento" económico suscitados por el nuevo impulso al desarrollo del capitalismo dependiente en América Latina". (3)

Refiriéndose justamente a los motivos que orientaron el surgimiento de Radio Sutatenza, Reynaldo Paraja señala que "la educación en este contexto (el colombiano de principios de los 50) se inscribió dentro de una orientación explícita: la necesidad de darle al campesino una visión de sí mismo y del mundo en la cual los conflictos sociales y los personales no tienen una relación con la lucha de clases, ni con los factores económicos o políticos manejados y manipulados por la clase dirigente". (4)

De manera que la mayor parte de las viejas instituciones de radio educativa surgieron dentro de este encuadre y perspectiva que fue pasando de la alfabetización pura a la funcional y, luego, de la educación de adultos a la educación fundamental, a la educación para el desarrollo de la comunidad.

Esta última tuvo su mayor impacto al final de los años 50 y principios de los 60, acompañada de un conjunto de mecanismos de persuasión que permitieran "convencer" al "objeto" de la transferencia tecnológica. Las radio escuelas entonces introdujeron programas y movilizaron su personal para convencer a las comunidades de que emprendan cambios en sus modos de cultivo y de vida.

Estas tendencias asistencialistas y tecnocráticas que fueron surgiendo estuvieron vinculadas a estrategias de desarrollo rural que pretendían movilizar a los campesinos para integrarlos al mercado y sistema social vigente manipulándolos a través de técnicas propias de la psicología social bajo un estilo paternalista que operaba solo a nivel local" (5)

Las nuevas emisoras educativas que surgieron a lo largo de la década del 60 estuvieron marcadas por este modelo tecnocrático

La resistencia campesina fue creciendo y en muchos casos no solo bajó la audiencia de la radio sino que se produjo una fuerte deserción de los alumnos de los ciclos educativos

Entonces se produjo la crisis de la alfabetización por radio, el serio cuestionamiento al extensionismo rural, y la radio educativa empezó a replantear el sentido y fundamento de su tarea

Una reciente investigación sobre la educación radiofónica en América Latina muestra precisamente como a partir del año 70 disminuyó notablemente el énfasis alfabetizador en las instituciones de educación radiofónica investigadas. Las que no la abandonaron, fueron evolucionando del énfasis casi exclusivo en el aprendizaje de la lectura y escritura a un énfasis en la alfabetización no como un fin en sí mismo sino como medio para

nerar y desarrollar la conciencia crítica y la creatividad de los destinatarios. (6)

La Radio Colimba de Guatemala, EE.RR. Populares del Ecuador y FREDER de Chile, señalan como razón para tomar esa determinación el cambio de interés y aspiraciones de los destinatarios. Igual cosa ocurrió en México con las EE.RR. de Huayacocotla. (7)

Para comienzos de la década del 70 algunos factores decisivos que venían conjugándose en la realidad latinoamericana incidieron sobre estas instituciones y pusieron la base para cambios sustanciales que fueron madurando a lo largo del período. Sólo los citamos

- a) La crítica a la "educación tradicional", originada en la línea de la educación concientizadora (Paulo Freire) o "liberadora"
- b) Los cambios producidos a nivel de la Iglesia Latinoamericana, sobre todo desde Medellín, y su expresión visible en todo el movimiento de las Comunidades Eclesiales de Base.
- c) El cambio producido en la concepción misma de la radio instruccional, que estuvo acompañado de la crítica al modelo "transmisor" de comunicación.
- d) Un factor importante y que se suele dejar de lado es la progresiva radicalización del movimiento popular latinoamericano, que se convirtió paulatinamente en un importante interlocutor crítico de estas experiencias.

Entrada la década del 80, las llamadas Escuelas Radiofónicas han modificado, a la vez que han diversificado sus líneas de acción, su sentido y proyección. Ni todas poseen emisora propia ni todas realizan educación en su sentido más restringido. Algunas instituciones han centrado su acción en el papel de "emisora", enfatizando la dimensión comunicativa de estas y otras centradas

labor aportando alfabetización, educación básica, utilizando para ello la radio como eje articulador de otros medios (cartilla, refuerzo grupal). Un tercer grupo más bien ha dimensionado y valorado su tarea desde la óptica promocional y de apoyo a las organizaciones grupales existentes en la zona.

Tres tendencias o estrategias que no se encuentran "puras", sino que se van entrecruzando, mezclando, redefiniendo, condicionadas por el grado de validez, eficacia, respuesta, adaptación, etc., que van logrando.

El hecho es que al iniciar la década del 80 estas experiencias se encuentran más abiertas a generar cambios y modificaciones en sus estructuras organizativas, en sus modelos educativos, en sus concepciones de planificación, de evaluación, investigación, en la concepción misma de la radio, con el sentido de su vinculación con las organizaciones de base, con el movimiento popular.

En marzo de 1981, 41 instituciones agrupadas en ALER (Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica) aprobaron su Marco Doctrinario y, un año más tarde, unas políticas comunes de acción. (8). Los dos documentos reflejan con bastante claridad esta apertura que puede interpretarse como reflejo de la búsqueda de respuestas nuevas, frente a la cambiante realidad del continente, junto a los sectores con quienes trabajan. Los contextos represivos de ciertos países han obligado a crear formas alternativas muy novedosas que "permitan la supervivencia". Y más allá de las experiencias agrupadas en esta Asociación confluyen fenómenos paralelos como los de la Unión Dominicana de Emisoras Católicas (UDECA), de la Asociación de Radios Católicas de Chile (ARCA), de la Coordinadora Nacional de Radio del Perú, y otras tantas emisoras o equipos de producción que, no habiendo tenido oportunidad de coordinación nacional ni continental, igualmente buscan reencauzar sus prácticas. Surgen a su vez nuevas experiencias no ligadas a la Iglesia, sino alimentadas desde los movimientos

populares e instituciones solidarias.

En todos estos procesos hay nuevos referentes comunes que constituyen como los motores de la acción: en lo educativo, el paso hacia la educación popular; en lo comunicativo, la búsqueda de la participación auténtica de los sectores populares como verdaderos actores de los sistemas de comunicación; en lo organizativo la opción por contribuir a potenciar la fuerza de las organizaciones de base. (9)

La educación popular, la comunicación popular y alternativa y la organización de base aparecen, entonces, como los referentes desde donde se intenta redefinir y reorientar las prácticas educativas y comunicativas.

De este esfuerzo de reinterpretación, reconstrucción y recreación de las prácticas es que surgen algunos retos actuales que deseamos explicitar más.

RETOS ACTUALES

1.- La Radio como Medio Masivo Alternativo.-

La experiencia de estos últimos años demuestra que en cuanto medio masivo, la radio ofrece posibilidades de intercomunicación y autoidentificación para grupos y regiones, de información adecuada y coherente con las necesidades e intereses de los sectores populares, de revalorización de su cultura y de formación crítica. (10).

No es limitación del medio —señalaban los Directores de las Emisoras reunidos en Porto Alegre, el año pasado— es nuestra limitación, si “quienes poseen emisoras y alentamos procesos de cambio en favor de los sectores mayoritarios de la población no descubrimos o advertimos estos valores y posibilidades.”

En su reflexión estaba presente la convicción de que

el reto consiste en ver "de que manera la radio, como medio masivo, puede hacer realidad esas posibilidades. En tal sentido, analizando experiencias concretas, se llegó a las siguientes conclusiones:

- Estas emisoras han mantenido una concepción clásica del proceso de comunicación. El emisor, habiendo hecho una opción educativa, produce y difunde mensajes a partir de la concepción y visión propia. El receptor, por su parte, recibe pasivamente los mensajes.
- Se considera imprescindible que el emisor no realice su labor sólo a partir de sí mismo, sino conociendo los problemas, necesidades e intereses de los receptores, tratando a la vez que éstos canalicen su expresión, utilizando activamente los mensajes producidos.
- Pero, avanzando más allá en la propuesta, existe la posibilidad de que la radio se convierta en un medio de comunicación alternativo; es decir, que el receptor no sólo utilice activamente los mensajes producidos por las emisoras, sino que se convierta también en un emisor creativo. Para efectivizar esa posibilidad se hace necesaria la participación de los grupos, comunidades y organizaciones de base que existen en la zona de acción y alcance de la emisora, y que estén comprendidos dentro de su población meta.

En tal perspectiva la tarea y los requerimientos son complejos puesto que "se hace necesario revisar las metodologías de trabajo, esquemas y actitudes. Resulta necesario, por otra parte, desarrollar procesos de formación interna del personal de las emisoras; se requiere una motivación permanente sobre los destinatarios, para que ellos autovaloren su capacidad de autoexpresión, valoren la utilidad del medio y sientan la necesidad de capacitarse en técnicas radiofónicas para poder utilizar adecuadamente y eficazmente el medio.

A partir de una opción clara y definida es necesario —por tanto— implementar un proceso educativo, tanto a nivel de receptores como de emisores, asegurando una relación estrecha con los grupos y organizaciones de base de los que se nutre su acción. Hasta aquí los directores de las emisoras.

Ahora, desearíamos referirnos brevemente a dos experiencias recientes que sentimos como representativas de este esfuerzo y esta búsqueda por lo alternativo

En primer lugar, el caso de la Radio Enriquillo ubicada en el sur de República Dominicana, creada en 1977.

Fue concebida, desde su comienzo, como una "emisora horizontal", "en medio del pueblo", "lugar de encuentro", "donde el que nunca tuvo oportunidad de decir su palabra ahora tenga voz". Su punto de partida (...) ha de ser el mundo real del campesino, para devolverle la realidad que vive. Se trataba así de favorecer el reconocimiento de los "oprimidos entre sí", de provocar la solidaridad entre grupos y comunidades campesinas por lo general incomunicadas y desarrollar una conciencia crítica respecto de la realidad" (11)

Con sus 10 KW. de potencia, perteneciendo a grupos y personas de Iglesia, "Enriquillo intenta ser el altavoz de un pueblo que ha vivido siempre al margen de los recursos y condiciones mínimas para poder considerarse a sí mismo como ser con valor". (12).

La estrategia del uso del medio y por tanto de relación con la población es doble:

Como medio masivo el contacto será a nivel de audiencia abierta con un pueblo no organizado que irá integrándose al circuito de producción y recepción de mensajes. Como medio alternativo, su pretensión será la de actuar selectivamente en el fortalecimiento de las estructuras campesinas, en el apoyo a las organizaciones existentes, en el potenciamiento de las formas organiza-

tivas que posibiliten procesos educativos. En esta segunda estrategia funcionarán criterios de la educación popular: recepción organizada de programas, coproducción de mensajes con grupos y asociaciones populares, sistema de corresponsales populares; combinación de la emisión de programas con la producción y uso de folletos educativos (13)

La radio que asume esta proyección popular cumple por tanto una función que va más allá de lo meramente educativo-promocional. El medio se ubica como instrumento de interrelación y fortalecimiento de los sectores sociales o poblacionales a los que ella se dirige y en la cual se sienten expresados o representados

Ello convierte a la radio en un instrumento de poder social. Un medio que puede llegar a ser concientizador, aglutinador, movilizador.

El otro caso es el de la Radio Pío XII de Bolivia que se "ha vuelto una radio más de los mineros". En momentos de emergencia ha encabezado las cadenas de radios mineras para movilizar a las organizaciones sindicales" (14)

Pío XII, emisora de los Padres Oblatos —enclavada en la zona minera de Siglo XX—, ha ido evolucionando de sus fines anticomunistas con que fue creada en 1959, hasta convertirse en un medio de comunicación que la clase trabajadora defiende como propio. Actualmente está auspiciando una Cadena de Emisoras Mineras —una docena— que entran en cadena los días jueves a los 8:00 am.

2.- La Tarea de Hacer "Radio" -

El carácter aglutinador, concientizador y alternativo de una emisora, no le exime de la necesidad de hacer radio; del esfuerzo que debe poner para que su producción tenga calidad, variedad, atracción, distracción

En muchas experiencias se ha superado la radio tradicional en los objetivos teóricos, pero no en la práctica.

Retomándose a la misma Radio Pío XII, un compañero que condujo hace poco un taller en terreno brindado por ALER al personal de la emisora, decía en su informe: "Pero no basta la conversión. No basta alinearse con el pueblo y apoyar su organización. Hay que saber hacer radio para que el mismo pueblo que la defiende en la mala hora también la escuche en las horas más apacibles. Hay que mejorar la producción radial para que el impacto del medio de comunicación sea, en estos tiempos de relativa tranquilidad, tanto o más eficaz que durante la represión" (15)

Cargados de conceptos moralistas, muchas veces ideologizados, con un tono aburrido, con pésimos libretos y sin tener presente las limitaciones y posibilidades que brinda el medio, "los profesionales" de la radio educativa o popular no son conscientes muchas veces que el pueblo no les escucha.

Como dice Kaplún, "en el empleo de un medio unidireccional, sin retorno de diálogo, (como puede ser el caso de la radio), sólo un uso creativo de recursos puede evitar la tentación de la verticalidad del discurso: dotar al mensaje de empatía y activar la decodificación, estimular un proceso de razonamiento en el educando, sugerirle sin darle la noción ya digerida —la verdad en píldoras— y llevarlo a que él mismo se involucre en la re-creación del conocimiento. Por ejemplo, un buen radio drama sugiere sin decir: una teleclase tradicional expone y afirma sin sugerir" (16)

Pero la tarea no sólo consiste en hacer "radio", así a secas. Se trata de hacer radio popular o, intentar hacerlo. Y aquí las cosas se complican aun más, puesto que lo "popular" de un medio no se aprende en talleres, en cursos, con "maestros", que, venidos desde "fuera" enseñan algo que sólo se puede hallar en la propia rea-

lidad, acercándose a ella de una manera distinta

Manejar el lenguaje popular, conocer la lógica del pueblo, adentrarse en sus códigos y aprender a "hablar" y "escuchar" desde su experiencia cotidiana, es toda la otra tarea que tiene el comunicador que intenta hacer del medio masivo, algo "popular"; lo que implica también preguntarse constantemente por los límites y las posibilidades de la Emisora Popular: ¿hasta dónde podemos llegar?, ¿cuáles son las tácticas que podemos y debemos emplear al "darle voz al pueblo?"

Son respuestas que irán naciendo de la propia práctica, del permanente diálogo con el sujeto del proceso; del estar acompañando verdaderamente su movimiento.

3.- La Participación y la Propiedad del Medio.-

Vale mencionar por último este tema, porque está implícito al hablar de lo alternativo y popular y, porque urge superar concepciones basistas que aceptan como popular exclusivamente lo que "jurídicamente, físicamente" es propiedad de las organizaciones de base.

Consideramos que la participación es un proceso del movimiento popular que se va construyendo; proceso que se determina fundamentalmente a partir de lo que puede o no hacer una institución mediadora. La participación no se da con el mero traspaso físico y mecánico del medio. Puede haber propiedad y no participación, eso lo sabemos; Y sabemos también que significa un gran riesgo, riesgo de frustraciones que ya han sido vividas en algunas experiencias.

Lo que queremos es señalar que la participación no se define a partir de la simple propiedad del medio, sino de factores más profundos que explican una identidad sentida, vivida y expresada como tal.

Como lo señala María Cristina Mata, "el hablar de

un medio propio es mucho más que la expresión de una identificación primaria con cada de la popularidad, la habilidad para penetrar en los gustos o la posibilidad de captar los intereses del sector social, tal como usualmente ocurre a nivel de los medios de la cultura de masa. En este caso la identificación se deriva en primer lugar de la solidaridad instaurada entre el medio y los sectores populares que les vuelve destinatarios de una acción mediadora, pero destinatarios en quienes se reconoce un sujeto real, un sujeto con voz y actividad propia. (17)

Recuerdo todavía las palabras del Director de una pequeña emisora de Iglesia, ubicada al sur de Chile, en Osorno, quien al terminar su informe de actividades de 1982 decía, como anunciando lo que más tarde vendría: "Creemos que FREDER tiene raíces más profundas que el alcance del hacha... Nadie ni nada pone más término a la presencia de FREDER en la Décima Región, porque nuestros 15 años de vida y trabajo se han convertido en raíces profundas en el suelo popular de los campos y las poblaciones". (18)

Meses más tarde, la emisora sufrió un atentado y las organizaciones populares del Sur Chileno respondieron con una consigna muy expresiva: "Levantemos nuestra antena".

Con fierros, latas y demás artefactos caseros útiles traídos inmediatamente por la propia gente, fue posible levantar una antena provisoria que, una semana después del atentado, permitió poner en el aire a "La Voz Análoga".

Estos son pues tres aspectos importantes que ponga ante ustedes para que los debatamos. Nuestra intención es que enriquezcan sus experiencias.

NOTAS

- (1) DIAZ BORDENAVE, Juan. "Democratización de la Comunicación, Democratización de la Educación" en Chasqui No. 5. Quito: CIESPAL, 1982, p. 15.
- (2) WHITE, Robert. La Iglesia y la Comunicación en América Latina -30 años de búsqueda de modelos- Quito: UNDA AL, Materiales de Trabajo No. 1, 1983, pág. 10.
- (3) JARA, Oscar. Educación Popular, un concepto en busca de definición, (mimeo). Instituto Cooperativo Interamericano 1982, pág. 37.
- (4) PAREJA, Reynaldo. "Radio Sutatenza, Notas para su Historia" en Revista Comunicación y Cultura 8. México: Universidad Metropolitana, 1982, pág. 41.
- (5) VIAGROSSI, Francisco. Educación de Adultos, autosubsistencia campesina y desarrollo social endógeno. París. ICAE, 1982, pág. 17.
- (6) ALER, Análisis de los Sistemas de Educación Radiofónica. Quito, ALER, 1982, págs. 262-264.
- (7) OSEGUERA, Antonio. "Una experiencia de comunicación educativa para el desarrollo rural" *ibid.* pág. 34.
- (8) ALER, Guía para la acción. Quito: ALER, 1982.
- (9) ALER, Marco Doctrinario Quito: ALER, 1981, pág. 40
- (10) Las ideas que desarrollamos en la primera parte del punto 1, están tomadas del Documento citado: ALER, Guía para la Acción, en su parte IV, que se refiere a "Procesos de Comunicación de Mensajes", págs. 24-32.
- (11) MATA, María Cristina. "Radio Enriquillo: el proceso de una evaluación" en Comunicación y Cultura No. 8. México: ILET, 1982.
- (13) MATA, María Cristina, *op. cit.* pág. 51.
- (14) SHMUCLER, Héctor y ENCINAS, Orlando. "Las radios mineras de Bolivia" (entrevista con Jorge Mancilla Romero). en Comunicación y Cultura No. 8. México: Universidad Metropolitana, 1982, pág. 83.
- (15) ALER. "Informe de Taller de Capacitación de la Radio Pío XII" (Documento interno), 1983.

- (16) KAPLUN, Mario. Hacia nuevas estrategias de Comunicación en la Educación de Adultos. Santiago: OREALC, 1983. pág. (ponencia presentada en la Consulta Regional sobre Educación de Adultos en América Latina y el Caribe en el marco de la IV Conferencia Internacional de Educación de Adultos, organizada por la UNESCO en la Habana, Cuba en Septiembre de 1983).
- (17) MATA, María Cristina. "Cuando la comunicación puede ser sentida como propia. Reflexiones sobre una experiencia popular". Trabajo presentado al Seminario sobre "Comunicación y Culturas Populares, organizado por CLACSO en Buenos Aires, en septiembre 1983, pág. 12.
- (18) FREDER. Resumen de Actividades 1982. Osorno: 1982, pág. 39.

LOS MEDIOS EN LA COMUNICACION RURAL

GLORIA DAVILA DE VELA, colombiana, licenciada en Comunicación Social de la Universidad Javeriana, desde hace 6 años trabaja en CIESPAL como Investigadora de la Comunicación. Ha participado en diversas investigaciones realizadas por el Centro sobre: Diagnóstico de Situación de la Comunicación en América Latina, La Formación Profesional en Comunicación y, desde 1980, coordina el Proyecto de Comunicación Educativa para Areas Rurales de América Latina.

EL PROYECTO CIESPAL -- OEA

Este documento es el resultado de la reflexión sobre el Proyecto de Comunicación Educativa para Areas Rurales, que viene ejecutando CIESPAL, desde 1980, con el auspicio de la OEA, en cinco comunidades rurales del Ecuador.

El Proyecto surgió del análisis de múltiples experiencias de comunicación participatoria y grupal desarrolladas en América Latina, de las cuales recogió diversos aspectos, con el objeto de integrar un modelo aplicado de uso de la comunicación que respondiera a la triple problemática de la *incomunicación rural*, los modelos de desarrollo exógeno y los procesos verticales de comunicación.

Frente a la observación del estado de incomunicación de las áreas rurales, donde el acceso a los medios de comunicación tradicionales es muy limitado y el tipo de información transmitido no se compadece con las realidades e intereses de los grupos poblacionales; y de la implementación de proyectos de desarrollo planificados externamente sin considerar la participación de los sec

tores afectados más que a efectos de una aceptación de los planes o de la adopción de las innovaciones; CIESPAL se planteó la necesidad de probar una metodología de trabajo comunitario en la cual se implementara un proceso de investigación y planificación participativa, mediante el uso sistemático de la comunicación que conlleve el fortalecimiento de la organización comunitaria y a la internalización de un método de trabajo para su autodesarrollo.

OBJETIVOS GENERALES

El proyecto se propuso analizar la validez de un modelo participatorio de comunicación a nivel rural que se orientara hacia:

- 1.- Una utilización sistemática de la comunicación, como proceso de investigación-acción, que conlleve a la toma de conciencia campesina, sobre su posibilidad de actuar sobre la realidad, y su participación activa en la identificación de problemas y en el planeamiento y ejecución de acciones organizadas para su superación.
- 2.- El establecimiento de un sistema de comunicación, intra e inter comunitario, a través del cual se genere el intercambio de información; se estimule la toma de conciencia comunitaria sobre sus problemas; y se promueva la participación organizada de los pobladores, para enfrentarlos.

LUGAR DE EJECUCION

El Proyecto fue implementado en cinco comunidades rurales del Ecuador, representativas de la sierra y costa ecuatoriana, caracterizadas, las primeras por contar con un alto porcentaje de población indígena y altos niveles de analfabetismo; y por ser población de reciente formación, integradas por colonos agricultores, las segundas. Ambas con niveles de organización y conciencia política bastante bajos, producto de la dominación y marginación histórica de que han sido objeto.

INSTITUCIONES NACIONALES VINCULADAS

A efectos de que el modelo y metodología a desarrollar tuviesen una aplicación y utilidad inmediatas, fue ejecutado en su etapa inicial como una experiencia piloto, en apoyo al programa de alfabetización del Ministerio de Educación y Cultura del Ecuador y al de Desarrollo Rural Integral del Consejo Provincial de Pichincha.

LA COMUNICACION PARTICIPATORIA COMO ESTRATEGIA PARA EL AUTODESARROLLO

El Proyecto se estructuró sobre la premisa de la interrelación existente entre la comunicación social, la participación y la organización comunitaria.

Se partió del postulado de que el acceso a la información y la participación de los pobladores en el proceso integral de producción de comunicación, son factores que estimulan la organización y el autodesarrollo comunitario, por cuanto comienza a establecerse un sistema permanente de participación en la toma de decisiones y ejecución de acciones en su propio beneficio.

En este sentido, se propició la organización de talleres de comunicación en cada una de las comunidades y se estructuraron equipos de trabajo con los pobladores, a los cuales se les capacitó en el uso y manejo de diversas técnicas de comunicación comunitaria tales como mimeógrafos artesanales, cámaras fotográficas, grabadoras, etc. con los cuales se inició un proceso de producción de materiales de comunicación intra e inter comunitarios constituido por: periódicos murales y comunitarios, fotomontajes, hojas volantes, programas radiales, etc

En tanto que el objetivo del Proyecto no era simplemente generar un espacio de comunicación para satisfa-

cer la demanda de información, sino desarrollar un proceso de movilización comunitaria para su participación activa en la resolución de problemas. el énfasis del Proyecto se centró en el desarrollo de un proceso de capacitación a los pobladores que les permitiera **diagnosticar** a ellos mismos sus problemas y necesidades, esto es objetivar su realidad, tratar de comprender causas y relaciones entre problemas e identificar alternativas de solución; y **planificar y ejecutar acciones concretas** para su perarlas, lo que implica el desarrollo de mecanismos adecuados para el fortalecimiento de la organización y participación comunitaria.

Lo anterior se sustenta en la premisa de que la toma de conciencia sobre un determinado problema no es producto de una recuperación pasiva de información sino de la vivencia y objetivación del problema por parte de los grupos. Esta participación en el análisis, la toma de decisiones y la ejecución de acciones para el desarrollo comunitario, genera paulatinamente, una conciencia entre los pobladores sobre su propia capacidad de actuar con la realidad para transformarla.

Dentro de este proceso, la producción de diversos materiales de comunicación es constante y cumple diversas funciones que van desde liberar la capacidad expresiva de los grupos, y permitir el acceso a información útil, hasta el denunciar problemas y colectivizar alternativas de solución que conlleven a una movilización organizada de los grupos; actividad que supone un proceso de capacitación para que los equipos comunitarios sean los protagonistas de la toma de decisiones sobre la función social y el sentido de la comunicación a producirse; y, adquieran destrezas tanto en recolección, procesamiento y análisis de información, como en el uso y manejo de tecnología para la producción de los distintos mensajes.

Estas dos acciones de autodiagnóstico y planificación comunitaria y de producción de mate-

riales de comunicación, integran un solo proceso global e inseparable que es el que hemos denominado de "comunicación participatoria", a través del cual se pretende que los pobladores lleguen a constituirse en planificadores y ejecutores de su propio desarrollo.

Esto implica la internalización de procedimientos de recolección, procesamiento y análisis crítico de información y de destrezas de uso y manejo de tecnologías para la producción de mensajes y básicamente la internalización de un método de trabajo que democratice el poder y el saber comunitario, permitiendo la expresión organizada de los pobladores y fortaleciendo mecanismos para su participación activa en la gestión comunitaria.

EL USO DE MEDIOS EN EL CONTEXTO DE LA COMUNICACION EDUCATIVA RURAL.-

El modelo planteado es el que CIESPAL conjuntamente con las comunidades campesinas, ha tratado de operacionalizar. Como producto de esta experiencia, se ha llegado a establecer la presencia de diversos problemas o peligros existentes, en torno a la práctica de la comunicación popular; y, más concretamente, de la comunicación en las áreas rurales. Cuestiones que deben procurar ser compartidas y discutidas en este seminario, para robustecer la acción futura. En razón de la especificidad del Tema seleccionado para ser tratado, como es el de los medios de comunicación utilizados en las prácticas de comunicación y educación popular, a continuación, vamos a tratar de relevar los principales problemas teóricos y metodológicos que han surgido y/o están presentes en otros proyectos de comunicación popular que se implementan en la región

Uno de los problemas básicos es el de la participación popular en la producción de mensajes. En aras de la búsqueda de la participación de los sujetos, en todo el proceso comunicacional, (esto es, en la toma de decisio-

nes, en la elaboración de mensajes y manejo de medios se puede perder la perspectiva del proyecto histórico que lo sustenta. En el horizonte de la comunicación rural la producción de materiales "per sé" es decir, desarticulada de la dinámica y organización comunitaria, (aun cuando sean elaborados, íntegramente por los pobladores) no sólo que pierde su funcionalidad, pudiendo llegar a extinguirse, sino que puede degenerar en la reproducción del modelo de comunicación dominante, con su ideología respectiva.

Dos experiencias sucedidas al Proyecto ilustran este caso. La primera de ellas en una de las comunidades de Cotopaxi, donde se instrumentaron todas las acciones, tendientes hacia la producción de un período, por parte de los grupos comunitarios con el objeto de llenar un vacío de información y, apoyar el proceso de post alfabetización; es decir se dotó de equipos y se capacitó a los pobladores para su elaboración. Sin embargo, no se logró una producción permanente del mismo, por estar desvinculado de la organización formal (el cabildo); y, de la dinámica social fundamental, aun cuando los contenidos respondían a los intereses generales de la colectividad; y su producción era realizada íntegramente por los pobladores. Esto obedeció a la falta de un estudio previo de las redes de comunicación existentes en la comunidad; y de los procesos de producción y circulación de información, al interior y entre las comunidades.

Otro caso, es el de un periódico que había logrado institucionalizarse en la comunidad, cumpliendo una función informativa y orientadora de la acción intra e inter comunitaria.

Después de un tiempo, por tratar de incluir "contenidos educativos" solicitados por el público, comienza a transcribir materiales que contradicen el sentido del rescate de la identidad cultural.

De lo anterior se infiere que la producción de materiales de comunicación, aun cuando sean realizados dentro de una perspectiva altamente participatoria, no puede desarrollarse separadamente del proceso de autodesarrollo comunitario, ni de la propia dinámica de las comunidades. La comunicación, si surge de una iniciativa externa, tiene que insertarse en la dinámica comunitaria y demostrar su utilidad a la organización. La producción de materiales de comunicación por la producción, esto es, para cumplir con una función exclusivamente informativa, a lo menos en las comunidades rurales, tiende a desaparecer. No basta con abrir espacios o generar instancias de comunicación, es necesario diseñar estrategias de institucionalización de las nuevas formas de comunicación, para lo cual es indispensable el partir de diagnósticos comunicacionales acertados.

Así mismo, existe todavía un enorme campo a explotarse, que debe ser trabajado; es el de los contenidos de esta otra comunicación, que debe surgir de los grupos poblacionales dominados.

Otro de los problemas que está latente es el de asignarle validez innata a un medio de comunicación determinado, sin articularlo a la dinámica de los sectores populares. Justamente, la validez de los pequeños medios está en su flexibilidad, en tanto que permiten la autoexpresión de la comunidad. Su validez está determinada por la función que cumplen, en una instancia, o a lo largo del proceso comunicacional en general. Así por ejemplo: un audiovisual puede ser útil para colectivizar el resultado del análisis de un problema comunitario y para buscar la toma de decisiones grupales sobre el mismo, en tanto que un informativo radial es un excelente medio de comunicación intercomunitaria. No obstante, ambas pueden cumplir funciones complementarias dentro de un mismo proceso de organización o movilización comunitaria.

El proceso de comunicación se consolida por el tiempo de relación social que establece y por la función que cumple a nivel de base, y no por el uso en sí mismo de tal o cual tecnología. A lo menos en las áreas rurales, la producción de materiales de comunicación no tiene ninguna razón de ser sino en tanto en cuanto se constituyan en instrumentos movilizadores y estimulantes de una acción social que fortalezca la organización, los valores comunitarios; y generen mecanismos de respuesta a sus necesidades fundamentales, a fin de que no reproduzcan estereotipos o valores del modelo de comunicación dominante, lo cual implica una permanente reflexión, al interior de los grupos populares, sobre la función social de esta comunicación.

Dentro de un contexto de participación y autodesarrollo comunitario, un medio no puede ser predeterminado, ni se le puede asignar una validez innata. Tanto el uso del medio, como el tipo de mensajes que se producen, tienen que estar insertos dentro de una estrategia global de desarrollo de la organización comunitaria, pues, de lo contrario pierden su sentido y funcionalidad. Así, por ejemplo, el proyecto del Desarrollo Rural Integral propició el establecimiento de cabinas de grabación para organizaciones campesinas de segundo grado, en una provincia del país, creyendo crear espacios para una participación organizada de los sectores, sin tomar en consideración la dinámica y el nivel de desarrollo de estas organizaciones. Actualmente tropiezan con serios problemas para operacionalizar el Proyecto. Esto demuestra la importancia de establecer las relaciones entre producción de comunicación y niveles de organización comunitaria.

De la misma manera, en la producción de materiales de comunicación, si bien el aspecto tecnológico debe tratar paulatinamente de llegar a niveles de excelencia, en un primer momento ésto no debe constituirse en el patrón para juzgar la validez de un material dado, ya que, como se señaló anteriormente, el énfasis de la ac-

ción está orientado en el proceso social a desarrollarse a nivel intra y/o intercomunitario. Los materiales básicamente deben responder a estos procesos y satisfacer las necesidades y problemas de los grupos sociales. **La importancia de la participación en la producción de comunicación, de acuerdo con la experiencia de las comunidades, es el alto valor educativo de la acción.** El hecho de que los grupos comunitarios participen en el debate sobre el sentido o función social de un determinado material a producirse, e intervengan paso a paso en la elaboración del mensaje, se constituye en un proceso altamente educativo en sí mismo, que se multiplica dentro de la estrategia comunicacional global generando un proceso de autocapacitación comunitaria.

Esto implica que si bien los materiales producidos tienen que llegar a niveles de excelencia cada vez mayores para cumplir con sus objetivos, un deficiente uso tecnológico de ninguna manera los invalida, en tanto en cuanto se constituyan en respuestas a necesidades e intereses de los grupos o en vehículos motivadores de una acción social organizada más amplia.

Un último ejemplo grafica las afirmaciones en las tres comunidades del Proyecto se realizó, al inicio de la experiencia, un proceso de capacitación a los pobladores para que realizaran un diagnóstico de la situación económica y social de sus comunidades que les permitiera identificar en mejor forma sus problemas y buscar alternativas de solución a las mismas. A efectos de colectivizar los resultados de la investigación al resto de la comunidad para una toma de decisiones colectivas sobre el quehacer inmediato, elaboraron audiovisuales para ser presentados en asambleas.

La elaboración de estos audiovisuales constituyó en sí misma una experiencia altamente educativa, pues permitió el debate sobre el sentido y función social del material a producirse, además de permitir el registro y la reconstrucción de la vida e historia comunitaria. Estos audiovisuales, a pesar de tener grandes deficiencias de 11

do técnico fueron favorablemente acogidos por la comunidad y comunidades del área, quienes se sintieron identificados con la problemática y afirmadas al demostrarse la capacidad de los pobladores de producir sus propios materiales de comunicación, factores éstos que estimularon la participación comunitaria en la reflexión sobre su problemática y la planificación de acciones conjuntas para su superación.

No obstante lo anterior, instituciones nacionales de "capacitación campesina" cuestionaron altamente estos audiovisuales por su baja calidad técnica.

CONSIDERACIONES FINALES.-

Para concluir, quisiéramos poner de relieve un aspecto que es el que consideramos subyace a esta experiencia y es el problema de la **capacitación para la participación**.

En tanto que la comunicación participatoria o popular pone el énfasis en la búsqueda de mecanismos para que los sectores populares sean los sujetos de su propia acción, el trabajo de las instituciones o *grupos de apoyo* debe aglutinarse en torno al fortalecimiento de procesos que permitan este autodesarrollo, es decir, la aprehensión por parte de estos grupos, de métodos de diagnóstico y planificación; de técnicas de recuperación, procesamiento, análisis y producción de información y de métodos de trabajo concretos que les permitan enfrentar su realidad en forma sistemática y planificada.

Lo anterior implica la necesidad de desarrollar una **pedagogía para la capacitación**, lo que a su vez pone de manifiesto el problema del modo de inserción de los agentes externos en la dinámica de los sectores populares.

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 formas 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 althusserriana", 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 ya ha surgido 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.

MENSAJES: EXPRESION Y LECTURA CRITICA

Daniel Prieto Castillo

Desde la década del 60, con el auge del audiovisualismo, los medios de comunicación han pasado a ocupar un lugar fundamental tanto en las discusiones como en la práctica de la comunicación popular. Tal lugar terminó por ocultar e incluso eclipsar, lo que realmente constituye una de las claves del proceso de comunicación: el mensaje. La tecnología misma llevó a la incorporación de sistemas de televisión al contar con los recursos para llevar sus programas con mensajes producidos en los respectivos países. Y ha llevado a la compra casi salvaje de aparatos que nadie utiliza en la actualidad. En México, un director de un instituto de estudios superiores me estaba mostrando un sistema de computación recién adquirido y afirmaba: "Ahora estamos viendo en qué lo vamos a usar".

El apostar todo a un medio ha derivado en la creencia de la demitificación del mismo a través de su empleo. Así, en experiencias que ha patrocinado la UNESCO, por dar un ejemplo, se consideraba que una población campesina daba un paso fundamental si se le permitía jugar con una máquina de escribir o con una cámara fotográfica.

ca La cuestión no pasa, ni pasó nunca, por una suerte de demitificación de la tecnología. La cuestión pasa por el uso del medio, es decir, por el mensaje.

En relación con los sectores populares, reconocemos dos extremos:

1. el mensaje diseñado en función de su eficacia, de los efectos que pueda lograr;
2. no interesa de ninguna manera el mensaje, basta con lo que se quiere expresar, basta con decir algo.

En el primer caso suelen utilizarse los recursos más sofisticados de la publicidad, como sucede con las infinitas campañas de control de la natalidad. Los mensajes producidos por el Estado tienen mucho de técnica publicitaria y mucho más del antiguo discurso retórico, destinado a persuadir a la población. Y, por ello mismo, coinciden en gran medida con las características formales de los mensajes dominantes: la publicidad, la retórica radial y televisiva, las fotonovelas, las historietas... Los medios de difusión colectiva no son malignos en sí, los malignos son sus mensajes.

De un lado, pues, la mayor sofisticación, el diseño profesional, la cuidadosa selección del lema a utilizar en la campaña, los guiones, la programación ...

Y en el otro extremo lo que podemos llamar el balbuceo espontaneísta: nada pueden enseñar los mensajes, hay que apartarse totalmente de las técnicas, con que alguien diga su palabra es suficiente. Si en el trabajo popular suele dejarse de lado toda la gama de posibilidades que ofrecen los diferentes tipos de mensajes, quienes actúan incansablemente para mantener a la población en su actual situación no sólo aprovechan dicha gama sino que también la perfeccionan año a año. Lo que equivale a señalar una lucha desigual en el campo de la comunicación: el balbuceo espontaneísta contra todo un sistema basado en estudios de los lenguajes verbal y de la imagen

y en conocimientos ciertos sobre cuestiones perceptuales

La opción por el uso de medios no ha ido acompañada en general de una opción por el tipo de mensajes a utilizar. A esto hay que añadir la creencia en el mero papel de denuncia que correspondería a los mensajes. Si alguien reacciona en contra de algo, lo demás no importa. Y en ese "lo demás" suelen quedar fuera formas de relación, formas de vida cotidiana de la población, las cuales requieren de permanente aclaramiento, de análisis que bien podrían manifestarse a través de los mensajes.

La lucha desigual se manifiesta en la difusión de mensajes que no respetan para nada aquellas formas de percibir a las que está habituada la población. Piénsese, por ejemplo, en programas de televisión absolutamente aburridos, o en historietas que no aprovechan ninguno de los recursos propios del lenguaje vigente

Pero el tema del mensaje va más allá. Si de lo que se trata es de lograr una mayor participación de la población, el camino está no solo en la demitificación de algún recurso técnico o en la elaboración de algún mensaje. Tanto el promotor como la población misma debieran contar con recursos de análisis de mensajes para tender a una lectura crítica que aporte elementos para defenderse de los mensajes dominantes y para evaluar los propios. En esta línea hay ya muchas experiencias, como las que comenzaron en la Argentina a fines de la década del 60, las que llevan adelante en Brasil las comunidades de base, las que se vienen realizando en México a través del Instituto Nacional de Educación para Adultos. Una buena síntesis se encuentra en el trabajo que el señor Marco En Calada realizó para la UNESCO: *La Educación del receptor en América Latina*.

Sin embargo, en este punto asistimos también a los riesgos del espontaneísmo. Si bien se reconoce el valor

de la lectura crítica, suele confiarse todo a una suerte de desarrollo natural, guiado a lo sumo por algunas preguntas orientadas. La manía de partir del hombre incontaminado y del mito del buen salvaje suele causar también aquí estragos. Si existen técnicas probadas de análisis de mensajes (no me refiero, aclaro, a los malabarismos semióticos de algunos colegas universitarios) se trata en todos los casos de socializarlas. El espontaneísmo constituye un recurso excelente para iniciar acciones, pero tiene límites que es preciso sobrepasar si se piensa en un proyecto de democratización de largo aliento.

La incorporación de la vida cotidiana a los mensajes, el aprovechamiento de los recursos propios de cada uno de ellos y la lectura crítica son pasos necesarios para tender a una liberación de la capacidad expresiva de los sectores populares. Si, como afirma Luis J. Prieto "el sujeto hablante culturalmente privilegiado nos parece ser ante todo el que logra encontrar un sentido en frases que no lo tienen para otros sujetos", tal privilegio debe ampliarse a los sectores sociales que nos ocupan. Encontrar otro sentido significa ampliar los marcos de interpretación, por ende de conciencia, y ello no se logra solamente con la denuncia de algún problema. Se logra con enriquecimiento de la capacidad expresiva y con una actitud crítica ante mensajes y situaciones. El que haya mensajes que carezcan de sentido, el que se esté indefenso ante ellos y sólo pueda ejercerse una lectura unívoca, supone un estrechamiento de la conciencia, de la capacidad de analizar la propia situación para actuar, para intentar algún tipo de interpretación.

LA CAPACITACION EN LA COMUNICACION POPULAR

Alfredo J. Paiva M., argentino. Egresado de la Facultad de Filosofía y Humanidades de la Universidad de Córdoba (Argentina), realizó estudios de perfeccionamiento en la Ecole Practique des Hautes Etudes en Paris. Fue profesor de la Escuela de la Información de la UNC, donde también ocupó el cargo de Secretario Académico. En Lima (Perú) fue profesor de la Universidad de Lima y del Centro de Teleducación de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Coordinador del Programa de Comunidades de la Comisión Evangélica Latino Americana de Educación Cristiana (CELADEC) hasta 1982. Tiene publicados diversos trabajos en particular sobre Comunicación Alternativa y Popular. Actualmente es Secretario Ejecutivo de UNDA-AL, la Asociación Católica Latinoamericana para la Radio y la Televisión con sede en Quito.

A manera de introducción

Tal vez convenga, antes de leer el texto que hemos preparado, compartir con ustedes algunas inquietudes que nos preocuparon cuando comenzamos a trabajar en comunicación popular (y que todavía nos preocupan y quizá más que entonces) Eso, me parece, va a servir para encuadrar nuestra ponencia y, de algún modo, facilitar su comprensión

Nuestra práctica en comunicación popular comenzó allá por 1976. Ese año llegamos al Perú más precisamente a su capital, Lima. Formábamos parte de la diáspora Argentina que se esparcía por América Latina recibiendo la solidaridad de muchos hermanos, amigos y compañeros. Nosotros nunca sospechamos que fuesen tantos. En Lima, a poco de llegar, comenzamos a conocerlos

Allí, conforme con nuestros antecedentes fuimos contratados, primero, por el Centro de Teleducación de la Pontificia Universidad Católica del Perú y, muy poco después, también por la Universidad de Lima. Tanto uno como otro centro universitario nos facilitaron espacios para continuar desarrollándonos profesionalmente

... y en sus mayores complicaciones orientados en una línea que habíamos frecuentado durante años en nuestra tierra. Seguimos siendo profesores.

A fines de ese año nos convocaron de una organización ecuménica: la Comisión Evangélica Latinoamericana de Educación Cristiana. CELADEC había comenzado, hacía ya un tiempo, a instancia de ciertos signos de los tiempos y de ciertas influencias intelectuales entre las que se destacaba la de algunos teólogos de la liberación y el pensamiento de Paulo Freire, a desenvolver un programa de educación popular. En relación con ese programa, CELADEC había articulado un Programa de Comunicación Popular.

Ese programa tenía vacantes dos cargos en su coordinación y la convocatoria era para ofrecernos ocuparlos. Hablo en plural, porque entonces, como ahora, me acompañaba María Cristina Mata, mi esposa. Y aceptamos el ofrecimiento, dispuestos a trabajar pero con una cierta aprehensión: como buenos universitarios, el campo de la comunicación popular era para nosotros un campo puramente teórico.

Con nuestros antecedentes y con ese sentimiento, cuando comenzamos a trabajar con organizaciones barriales, con sindicatos obreros, comunidades campesinas, agentes pastorales, comunidades eclesiales de base empezamos más que a enseñar a aprender. Un aprendizaje que significaba **des-aprender** muchas cosas. La práctica cotidiana junto con esos compañeros nos obligaba --diríamos-- a abandonar como cosa vieja el bagaje de la racionalidad que habíamos adquirido en las aulas. Y nos obligaba, a partir de esa práctica compartida a elaborar, conjuntamente con ellos, una nueva racionalidad.

De lo que voy a dar cuenta ahora, compañeros, es de una parte de ese aprendizaje. Lo que aprendimos mientras ellos nos pedían aprender de nosotros.

1. ¿QUE ES PARTICIPAR PARA LA PRACTICA DE LA COMUNICACION POPULAR?

Y no nos demoremos más. Empecemos por el principio: ¿Qué es capacitar para la comunicación popular?

Para nosotros esa pregunta no fue, de ninguna manera, una pregunta abstracta a la que tratamos de responder buscando claridad conceptual y pedagógica. Eso vendría después (y creo que debe haberse comprendido, aún estamos ahí, sin respuesta definitiva)

Tal pregunta fue, en un principio, un desafío práctico. Esos compañeros -los de un sindicato de la Federación Obreros Textiles del Perú, los de un centro vecinal del Callao, los de una comunidad campesina cercana al Santa- nos pedían que les enseñáramos a hacer un periódico, a transmitir su situación a través de imágenes o de un relato, nos pedían que les ayudáramos a expresar mejor lo que sufrían y deseaban, su dominación y su esperanza, las formas en las que buscaban transformar la situación en que vivían.

Sus demandas se originaban, como se advierte, dentro de una práctica comunicativa que venían desarrollando motivados por diversas necesidades y convicciones.

1. La convicción de ser sectores o grupos marginados del poder, con escasas posibilidades de encontrar representada su realidad e intereses en los medios destinados socialmente a la transmisión de información, la creación y circulación de ideas y opiniones, entre ellos, los medios de comunicación consagrados a nivel masivo, los pertenecientes al sistema hegemónico
2. La convicción de que, a raíz de esa imposibilidad resultaba dificultosa sino imposible, la circulación de ideas y puntos de vista propios, el intercambio de

problemas, su discusión, una creciente toma de conciencia, la expresión de su cultura.

- 3.- La convicción de que esa dificultad impedía, en gran medida, sumar muchos más hombres y mujeres en un proyecto común.
- 4.- La necesidad, por todo eso, de crear medios y mensajes propios, frutos de una búsqueda colectiva y parte de una praxis social.

Las demandas que recibíamos y la situación que las originaba tornaban grave la pregunta inicial: ¿qué era formar a los grupos para su propia comunicación?

Existía, claro está, una respuesta simple que contenía una buena parte de verdad. Los sectores populares debían "volverse aptos" para producir e intercambiar sus mensajes a través del dominio de ciertas técnicas apropiadas. Pero, insistimos, eso era sólo una parte de la cuestión.

Hace ya cuatro años, en una circunstancia semejante a ésta en la que compartíamos también ideas sobre el tema (1), nos planteamos que los medios de comunicación de masa, que van permeando con su lógica todo el conjunto social, contribuyen a generar en los sectores populares una suerte de aceptación de que ésta y no otra es la comunicación posible y válida. Los únicos medios existentes —o los más poderosos y mayoritarios— van siendo aceptados como legítimos y naturales, hecho que constituye un refuerzo de la situación de dominación y desposesión que viven los sectores populares. Y eso tiene consecuencias importantes.

Si la dominación y la desposesión se van aceptando como naturales y legítimas porque no se poseen los medios, porque no se sabe cómo manejarlos y porque sí hay otros que los poseen y saben, el modelo propuesto por estos últimos resulta el modelo aspirable. Mecanismo éste que servirá para seguir legitimando y reproduciendo la

dominación.

Esa reflexión nos permitiría explicarnos la existencia —la persistencia— en tantas y tantas prácticas populares de comunicación de formas, estructuras, lenguajes, contenidos, alejados y contradictorios respecto de sus propias aspiraciones y búsquedas. Difícilmente podríamos olvidar una página de un periódico sindical —dedicada a las mujeres de los obreros— donde, con lujo de detalles, se les explicaba qué podían combinar mejor con un vestido negro para una noche de fiesta: un collar de perlas o una gargantilla de oro. O el engolamiento de un locutor de radio leyendo mal las difíciles palabras con las que un periódico nacional de gran tiraje describía las complicadas negociaciones de los países de la OPEP. Menos podremos olvidar la reiteración del típico esquema que día a día aparece legitimado como “La comunicación”: el de un mensaje que un emisor le funde porque tiene como hacerlo y frente al cual el receptor —receptores— puede o no consumirlo como toda forma de actividad.

Formar para la comunicación popular no era entonces sólo una cuestión de entrenamiento en unas técnicas más o menos sencillas, adaptadas al tipo de recursos tecnológicos con que contaban los grupos populares. Por otro lado, habíamos anotado que las demandas surgían de prácticas reales. A raíz de todo ello, empezamos a plantearnos la formación como un proceso que se inscribía en la práctica que desarrollaban los grupos populares y que trataba de abarcar los diferentes aspectos que asumía la dominación en este campo específico: por un lado, la desposesión técnica e instrumental; por otro, esa zona ambigua y contradictoria en la cual existe la comunicación popular, la cultura popular, espacio de resistencia y articulación, la conciencia real —enajenada en parte, en parte propia— de los sectores populares.

Era necesario, entonces, que la formación permitiera ir descubriendo formas de comunicación coherentes con la situación e intereses de los sectores populares. Un

descubrimiento que implicaba, tanto el rescate y la revalorización como la creación de formas propias. Y eso no podía hacerse sin la reflexión acerca de los modelos de comunicación dominantes y sin la reflexión acerca de la propia vida y situaciones de los grupos populares, sin tener en cuenta el contexto político y cultural global.

Era necesario, también, que la formación permitiera ir adaptando y creando las técnicas adecuadas a cada situación, los mecanismos más válidos de producción de mensajes. Y que los grupos populares fueran adquiriendo cada vez mayores destrezas, mayores habilidades a nivel técnico.

2. ¿COMO DESARROLLAR LOS PROCESOS FORMATIVOS?

Esta segunda pregunta presuponia dos aspectos, uno metodológico; el otro, ligado más bien a una concepción educativa global; ¿quién forma a quién?

Si la formación demandada se originaba en carencias, en necesidades de los sectores populares, la tentación de "enseñarles" podía ser muy grande. En este sentido, una concepción de la educación popular como proceso en el cual los sectores populares se forman a sí mismos con el aporte de técnicos e intelectuales que comparten sus proyectos y búsquedas nos ponía a cubierto de esa tentación.

La formación en comunicación de los grupos populares debía ser, por lo tanto, una labor conjunta en la cual, como técnicos, proporcionábamos algunos conocimientos específicos, pistas de reflexión, motivaciones, cuestionamientos. La idea del aprendizaje colectivo en la práctica, orientaba los procesos que trataban de constituirse, de ese modo, en procesos de concientización y habilitación para el trabajo comunicativo.

A nivel metodológico las cosas no fueron tan sencillas.

llas. Hicimos muchos tanteos presididos siempre por un principio que unía la práctica con la teoría, la técnica con la reflexión. De la experiencia realizada hemos llegado a establecer la conveniencia, dentro del proceso de formación en comunicación de un grupo popular, de precisar tres momentos claves

1. Un primer momento que llamamos momento de detección de necesidades y decimos primero, porque nos resultó imposible generar un proceso de capacitación que no partiera de una carencia reconocida como tal por quienes desarrollan una práctica de comunicación específica. Todo otro comienzo sería impuesto y sentido como "no propio" lo cual puede llevar a invalidar la tarea.

Ahora bien, si como decíamos antes, las clases hegemónicas imponen un tal condicionamiento en el campo del saber que lleva al pueblo a adoptar modelos ajenos (situación típica, por otra parte, de una cultura refleja), advertimos que este momento primero de detección de necesidades es un momento realmente educativo que debe integrar:

- a) El análisis de las prácticas que se realizan: su finalidad, los medios que se emplean, los sujetos que intervienen, su nivel de conciencia y organización, la eficacia de los instrumentos utilizados, los problemas que se afrontan.
- b) Debe integrar, también, el análisis del contexto en que se realizan las prácticas de comunicación: los aspectos claves de la coyuntura económica, política y social y su significación estructural.
- c) Por último, debe integrar el análisis de los medios con qué podrían potenciarse dichas prácticas: posibilidades a nivel de recursos materiales, humanos, etc.

De este momento depende la correcta implementación del proceso y que él se asuma no como una ta

rea más, sino como parte esencial de la práctica de la comunicación popular. De él depende, además, el encuadre de las tareas de capacitación dentro de una estrategia global, la misma que orienta la praxis social del grupo o sector.

2. Un segundo momento es el de la planificación e implementación de acciones derivadas del primero. Ellas pueden ser tanto acciones específicas (talleres, cursillos, etc.) como la misma práctica comunicativa que se va reflexionando y transformando (lo que algunos llaman capacitación en terreno o capacitación en la acción). Sea cual sea la modalidad escogida, las necesidades detectadas permiten establecer **en qué capacitar** o, si se quiere, los contenidos del proceso formativo que cubren —como ya señalamos— un nivel técnico instrumental y el desarrollo del nivel de conciencia de los grupos populares.
- 3.- El tercer momento es el de la evaluación de las acciones realizadas. Es el momento de la retroalimentación ya que la capacitación que se va adquiriendo permite profundizar la práctica desarrollada y genera nuevas prácticas. Estas, a su vez, plantearán nuevas carencias y limitaciones con lo que regresamos a un momento equivalente al punto de partida —si bien en una situación cualitativamente diferente— sea por los avances logrados o porque la misma evaluación se convierte en fuente de incremento de la capacidad crítica de los sujetos que intervienen en el proceso.

ALGUNOS PROBLEMAS RELEVANTES

En general, siempre tratamos de desarrollar, en base a los criterios que hemos señalado hasta aquí, los procesos de formación de los grupos populares que recurrieron a nosotros. Y vivimos momentos realmente reconfortantes. Era muy bueno sentirse parte del descubrimiento que hacía un grupo de su capacidad expresiva, verles armar historias que contaban sus vidas, sus problemas,

analizar las tentadoras propuestas de los medios masivos; seleccionar los medios más adecuados para los fines que perseguían. Fue muy bueno saber que el pequeño aporte técnico y teórico que ofrecíamos se recreaba en la práctica y nos abría a nuevas reflexiones, a una comprensión más rica de la comunicación y la cultura popular. Pero también vivimos otro aprendizaje no menos enriquecedor, hecho de problemas, de equivocaciones y de traspiés. Tal vez resulte útil plantear algunos de esos problemas porque habría que seguir en la búsqueda de sus soluciones.

El primero, por darles algún orden, es lo que llamamos el **dilema de la técnica**. Por lo general, la comunicación popular lleva a cabo apelando a los medios con que se cuenta y utilizándolos como se puede o se sabe. ¿Quién no conoce, por ejemplo, los casos de periódicos populares que sólo se diferencian de la prensa "grande" por ser más "pobres", o estar "peor" hechos y contener cierta información alternativa pero, sin modificar sustancialmente los procesos de producción, circulación y de codificación de dicha información? ¿Quién no se ha encontrado —o formado parte— de grupos que anhelan tener un periódico, cuando no una radio (los medios consagrados a nivel masivo para la información) y se desahucian en esfuerzos por conseguirlos y utilizarlos mientras existen medios más aptos para conseguir los fines que persiguen?

Es a esto a lo que nos referimos, en particular cuando hablamos del dilema de la técnica. Tal vez, el mayor problema en los procesos formativos para la comunicación popular radica en el cómo elegir los medios tecnológicos a utilizarse, en base a qué criterios realizar la elección. La rica experiencia de Rosa María Alfaro en Pamplona Alta, una *barriada limeña*, que ha recogido hace poco en su artículo "Del periódico al parlante" es tal vez una buena representación de esa problemática (2).

A veces nos hemos topado con el rechazo —por ser

ajenos a la cultura popular" de medios técnicos generados, desarrollados y controlados mayoritariamente por las clases hegemónicas (de la radio al cine o video). Otras, nos hemos confrontado con el rechazo de las técnicas sencillas o artesanales porque se siente necesario competir con la "otra comunicación".

Creemos —hemos ido aprendiendo eso— que la solución a este tipo de dilema debe darse a partir de dos puntas. Una está representada por la propia gente y su cultura, que quiere decir modos expresivos propios, maneras de sentir, de imaginar, de contar, de representar. Todo un universo simbólico que a menudo castreamos, recortando de él todo lo que no es tradicionalmente expresión política o análisis científico de la realidad, denuncia o lucha expresa. La otra punta está representada por las tecnologías mismas: históricamente moldeadas, significan posibilidades de uso y adaptación pero también condicionantes fuertes. Sin una reflexión crítica ejercida sobre ambas puntas, lo que seguirá predominando, como ocurre en muchos casos, serán las concepciones instrumentalistas, las aplicaciones mecánicas, las adaptaciones forzadas.

El segundo problema se sitúa en el terreno metodológico. Más de una vez, formando a organizaciones sindicales y políticas, encontramos una resistencia fuerte a nuestra propuesta no magistral de capacitadores que sólo nos entendíamos como animadores de procesos de auto-educación. "Así no van o no vamos a aprender", solía ser el argumento que escuchábamos. Su fuente es clara: las bases deben ser conducidas, vale decir, dirigidas por quienes saben, los líderes, los responsables, o como se les llame. Toda una práctica dogmática y autoritaria dentro del campo de la izquierda —tanto a nivel partidario como sindical— se sentía confrontada por una propuesta que atribuía un saber real a las bases, a los dirigidos. ¿Miedo a su autonomía y crecimiento? ¿Temor a posibles desviaciones ideológicas? Todo eso estaba allí y supimos ir creciendo en diálogo también con ellos. Los resultados siempre fueron semejantes. a lo largo del

proceso, los dirigentes entendían y se admiraban al descubrir las capacidades de muchos de sus compañeros. Claro que muchas veces, no tardaban en volver a sus anteriores y fuertes concepciones. Por eso esta cuestión sigue siendo un problema real en la práctica educativa popular y a nivel de nuestros movimientos políticos.

Un tercer problema, que no siempre pudimos resolver, es el de la discontinuidad de los procesos formativos. Este problema, está claro, obedece muchas veces a la propia dinámica institucional en la que nos movemos los técnicos y profesionales que asumimos esta práctica de formación con los sectores populares. En ese sentido deberíamos revisar lo que significa ser una institución intermedia, hasta qué punto se es y trabaja en función de la dinámica propia del pueblo o se lo utiliza para sustentar estructuras y proyectos. Pero, más allá de ello, existe una realidad objetiva: los grupos populares tienen una existencia azarosa porque ni son profesionales ni gozan privilegios de tiempo, salario y estabilidad para caminar y expresarse. Su dinámica está signada por la coyuntura social y política global pero más fuertemente aún por las urgencias de su subsistencia cotidiana.

Desde nuestra exterioridad, somos capaces de planificar, muy rigurosamente, de prever tiempos de desarrollo, de ejercitación y evaluación. Pero, para los grupos populares, los tiempos son otros: a veces muy largos, otras sucediéndose a la carrera. Resulta difícil marchar a su ritmo y, por lo tanto, el problema radica en reconocer esa diferencia. Hemos asistido a frustraciones graves de grupos que exigían una atención constante que no podíamos dar; nos hemos frustrado ante el presunto no avance de otros, según "lo planificado". Reconocido el problema, el ritmo del proceso formativo y sus pasos o momentos nos parece que comienzan a ser manejables.

Un cuarto problema —hay muchos otros pero éste sería el último de la lista que talvez ustedes mismos pueden engrosar —está dado por lo que una vez Armand Mattelart nos señaló preocupado parece que la comu-

nicación popular naciera de la nada. Ciertamente, a menudo, tenemos la impresión de que cada práctica no registra antecedentes, que hemos perdido la capacidad de historiar —es decir, de buscar en la historia— todos los pasos que se han ido dando en esta voluntad popular de decir la palabra propia. La cuestión se agrava en lo que se refiere específicamente a experiencias formativas: son pocas las registradas y evaluadas, las que pueden exhibir sus logros y defectos.

Estas carencias son las que, talvez, tratamos de paliar en encuentros como éste; pero a las que deberíamos brindar algo más que una atención esporádica. Porque de ese modo podríamos servirnos del camino de otros no como modelo repetible —que no los hay en estos campos— sino como fuentes de reflexión.

Hasta acá lo que hemos querido compartir con ustedes respecto de la práctica que hemos vivido como un desafío y un aprendizaje: la formación de los grupos populares para su propia comunicación

Valdría la pena advertir, sin embargo, que el tema no concluye aquí, porque las demandas de formación para la comunicación popular provienen también de otros sujetos. Cada vez más, todo un sector intermediario como el que representamos, advierte sus carencias para apoyar o promover procesos de comunicación popular, para dinamizar trabajos comunitarios colectivos. Se trata de educadores, agentes pastorales, líderes barriales, promotores sociales, que constituyeron también un sector con el que compartimos experiencias de capacitación en este campo. Al cambiar el sujeto, son varias por supuesto, las cosas que cambian y por ello, referirnos a ese otro nivel de la formación para la comunicación popular, constituiría otro amplio tema de reflexión

Si en esta ocasión hemos hecho hincapié en una parte de nuestra labor —la labor directa con grupos populares— es porque de ella recogimos la mayor enseñanza, porque a ese nivel, confrontamos los mayores proble-

mas Y porque la mayoría de ustedes seguramente podrá aportar al tema su propio aprendizaje.

NOTAS

1. En la consulta sobre comunicación y documentación popular (CLADOCOP) convocada por CELADEC en 1979. Las ponencias básicas presentadas en esa consulta fueron recogidas en "Documentación y Comunicación Popular" Lima, CELADEC, 1980.
2. "Del periódico al parlante" Materiales para la Comunicación Popular, No. 1, Centro de Estudios sobre Cultura Transnacional, Lima, noviembre, 1983.

**LAS PRACTICAS DE LA
COMUNICACION POPULAR EN
EL REDIMENSIONAMIENTO
DE LA INVESTIGACION
EN LA COMUNICACION**

**Eduardo Contreras Budge
CIESPAL / FES**

PARABOLA DEL FALSO INICIO

Y está escrito que al cabo de seis meses retornaron los Noveles Aprendices ante su Venerado Maestro. Así hablóles éste:

“Mis discípulos de la investigación. Sé que estáis frustrados porque al iniciar vuestro entrenamiento yo os dije: no es aún el momento de estrenar cuadernos y lápices. No tengo aún preceptos para que vosotros memoricéis, ni existe el libro en que todo esté ya & jerido para vuestras tabulas rasas. Pero salid cada cual al mundo, y con vuestros sentidos atentos y receptivos, indagad astutamente sobre algo simple: qué es investigar en comunicación popular. Hoy habéis retornado, aunque veo que sólo sois un tercio de los que inicialmente partieron. Espero ansioso vuestras respuestas. Sólo a partir de ellas será posible comenzar vuestra formación”.

“Maestro —dijo el primero— yo os supliqué que no me enviárais a un mundo desconocido sin antes saber cómo enfrentarlo. Quemásteis aquellos manuales que yo ocultaba y que me daban mi seguridad psicológica. Furioso, me encerré en una biblioteca de una prestigio-

sa universidad extranjera, puesto que es sabido que sólo en ellas se acopia todo lo que se escribe sobre Latinoamérica. Leí, leí y leí. Mirad, he aquí todas mis fichas. ¡Maestro, ampárame! Ya no sé qué es comunicación, qué es lo popular, ni qué es el investigar. Debo ser un idiota, porque todos los autores que leí lo sabían perfectamente, al punto que ni siquiera necesitaban citarse los unos a los otros. Quizá, Maestro, mi error haya sido leerlos a todos, porque si tan sólo hubiese leído a uno, estaría feliz de haber visto la luz”.

“Mi experiencia podrá consolaros”, respondió otro discípulo. “Los libros son pensamiento muerto. Por eso hablé con autores y filósofos vivos. Uno de ellos me reveló que la clave estaba en el modo de producción capitalista, en las estructuras dominantes y en ciertos aparatos hegemónicos. Recurrí entonces a entrevistar a todos los depositarios de la clave de lo que Marx verdaderamente había querido decir. Maestro: os confieso que Marx es leído e interpretado de tantas maneras que sospecho que no era una sola persona sino más bien un equipo de pensadores. Volví frustrado por dos razones. Un entrevistado me dijo que el grave error de el o los Marx fue no dejarnos un legado sobre comunicaciones. Otro me dijo que si lo hubiera hecho, hoy tendríamos aún más líos de los que tenemos. La segunda razón me dejó perplejo. Uno de mis entrevistados me enseñó, en el más absoluto sigilo, algo que Marx había propuesto: una encuesta obrera. ¡Imagínate, Maestro: era un instrumento de investigación empírica! He perdido la fe”.

“No la perdáis”, acotó el tercer discípulo. “El problema no está en lo teórico, ni en los instrumentos de investigación, sino en la realidad. Yo lo sé, porque antes de venir acá obtuve doctorados en educación, en comunicaciones, en investigación y en lo popular. Así que hice lo que a vosotros no se os ocurrió: fui al terreno, a ver proyectos de comunicación popular. Pasé por muchas realidades populares, pero tuve un pequeño proble-

ma: al intentar aplicar los métodos y técnicas que ya bien dominaba, según las sabias prescripciones de los Manuales Sagrados, no encontré ni un solo caso en que se dieran las condiciones ideales para aplicarlos. Estoy totalmente desilusionado de las prácticas de comunicación popular. Se resisten a ser captadas por mis instrumentos. Por tanto, no podrán investigarse aún ya que su desarrollo histórico no las ha hecho llegar todavía a la etapa en que se adecúen a los métodos y técnicas de investigación”

“Maestro - agregó otro discípulo - fui a varios Seminarios sobre el tema, pero nada puedo adelantaros aún. Están todos ellos llegando a algunas conclusiones, pero éstas no están listas todavía, aunque me aseguraron que eventualmente serían publicadas. Necesito más tiempo Maestro. Tengo aquí un nutrido calendario internacional de próximos eventos, foros y talleres, que es donde se reencarnan periódicamente los Seminaristas. Y quiero volver a verlos”.

Y está escrito que muchos otros discípulos hablaron, pero el papiro es aquí, por fortuna, ilegible. Sólo se han descifrado fragmentos de las palabras finales del Maestro. Y aparentemente dice así:

“... y yo quería que vivenciárais las frustraciones, que camináseis por donde no debéis caminar. Ahora es preciso volver al terreno de las prácticas de comunicación popular. De ellas debéis aprender para qué y cómo investigarlas. Deberéis ser creativos, mas rigurosos. Usad lo que ya se sabe y se ha hecho en investigación, pero no uséis aquello que ya se sabe y se ha hecho... Mantened siempre el horizonte de lo deseable, pero jamás olvidéis los pequeños pasos de lo posible. Sólo aquel que hace investigación es el que hace investigación.. Así, pues, mis discípulos, volved a las prácticas de comunicación popular, pero habiendo aprendido ya de vuestros errores y de los ajenos.”

“Pero Maestro” exclamaron a coro los discípulos

“¿Y cuándo va a comenzar nuestra formación en investigación?”.

El Maestro, casi imperceptiblemente, sonrió (1).

INTRODUCCION

Las variadas prácticas de comunicación y educación popular (en un sentido bastante generoso del término), y la progresiva aunque lenta socialización y sistematización de dichas experiencias, han ido planteando diversos desafíos de carácter operativo, estratégico y teórico. Uno de ellos se refiere al cómo investigar tales prácticas de comunicación popular. No se trata de un asunto técnico —aunque el problema del manejo informado de procedimientos investigativos específicos sigue muy vigente— sino de la adecuación del método de estudio a su objeto de análisis (2); y del sentido que la acción investigativa adquiere o debe adquirir como acompañante de prácticas de comunicación popular en proceso.

Deseamos centrar nuestra reflexión no tanto desde la perspectiva de cómo la investigación puede ayudar a la comunicación popular, sino desde el lado opuesto: cómo las prácticas de comunicación popular son un lugar privilegiado para redimensionar partes significativas del quehacer investigativo en comunicaciones. La primera perspectiva —la del investigador que premunido de juguetes metodológicos o artefactos teórico-ideológicos se aproxima desde fuera al “fenómeno” de la comunicación popular— ha traído con frecuencia excesos y desviaciones, primordialmente de carácter teorista y normativo. No es infrecuente que el investigador imponga concepciones y procedimientos y esté más dispuesto a aplicar lo que ya cree saber que a aprender, que a cuestionarse sobre su práctica y sus métodos a partir de procesos reales de comunicación popular.

Es por ello que privilegiamos aquí las enseñanzas

que la comunicación popular debe aportar al proceso de investigación. Las normas que guían al "buen proceder científico" responden a codificaciones históricamente cristalizadas. El desafío que las múltiples formas de comunicación popular le imponen a la investigación es el de obligarla a redimensionar sus parámetros orientadores y sus procedimientos de aproximación a la realidad y su objetivación.

Ciertamente, éste no es en sí un desafío nuevo. La crisis metodológica en investigación en comunicación trasciende al problema de la comunicación popular. Pero la oportunidad específica que ésta ofrece es la de poder anclar las preocupaciones metodológicas en referentes concretos, en experiencias imperfectas a menudo modestas en su alcance y a veces hasta contradictorias pero que están aconteciendo en la realidad y que se perfilan —unas más, otras menos— como parte del proyecto histórico popular.

Vale decir, se pide objetivación de situaciones y procesos, utilización del aporte investigativo para el acompañamiento, el mejoramiento, el aprendizaje (la evaluación y la socialización de las experiencias comunicativas populares). Y esto se pide con la urgencia del hoy y la perspectiva del mañana.

Lo específico, pues, del desafío es articular efectivamente las prácticas investigativas con las prácticas comunicativas populares. Y lo es, simultáneamente, integrar orgánicamente al investigador en tanto cual al movimiento popular.

Al decir de Thiollent,
"planear investigaciones 'progresistas', 'comprometidas' o simplemente 'diferentes' no consiste sólo en escoger el asunto o el tema. El radicalismo, la relevancia sociopolítica de una investigación no se determina por la simple relación con la clase obrera, el proletariado rural... Las condiciones de obtención de los datos y las

procedimientos a los que se someten el dispositivo metodológico— constituyen el elemento determinante de lo que se puede pretender alcanzar” (3)

Hay, por tanto, necesidades específicas de reformulación del quehacer investigativo. Ellas deberán orientarse por parámetros externos, para darles sentido y direccionalidad, pero su resolución adecuada exige un trabajo serio y dedicado desde el propio interior del quehacer científico. Para ello no hay coartadas simplistas.

Esta concepción es similar, por ejemplo, a la del equipo de educación popular de la institución chilena ECO, que para entender su propia práctica encuentra que necesita dos tipos de elementos: aquellos internos y específicos provenientes de las disciplinas de la educación, y aquellos elementos contextuales, por medio de los cuales “se nos planteará la problemática del aporte y sentido de las prácticas educativas en el desarrollo del movimiento popular” (4).

Del mismo modo, la necesaria discusión sobre el aporte y sentido de lo investigativo para las prácticas de comunicación popular no basta de por sí para precisar cómo, concretamente, la práctica investigativa se redimensionará, aprendiendo de aquello que debe analizar y acompañar, es decir, traduciendo esas enseñanzas al campo de los dispositivos metodológicos.

Si insistimos sobre esto es porque con frecuencia se han ofrecido soluciones espontaneístas o voluntaristas que creen que basta con etiquetar a algún esfuerzo como “investigación” para que mágicamente se legitime como tal, cuando en el mejor de los casos puede tratarse de otro tipo de esfuerzo, como por ejemplo, una acción específicamente educativa, o promocional, o de desarrollo de comunidad (en sus viejas o nuevas acepciones) o simplemente, de bien o mal concebidas acciones políticas de concientización, movilización o simple adoctrinamiento.

En el desarrollo de este trabajo recorreremos dos temáticas: la primera, general, tiene que ver con la crisis metodológica en investigación en comunicaciones y la responsabilidad universitaria. Es posible valorar mejor los balbuceos investigativos en comunicación popular si se visualizan como búsquedas "pobres pero honradas" dentro del asfixiante clima mayor de teoricismo y de pobreza metodológica del cual quizá si apenas estemos saliendo.

La segunda temática intenta orientar acerca de cómo las prácticas de comunicación popular pueden favorecer el redimensionamiento de partes importantes de la investigación en comunicaciones.

LA CRISIS METODOLOGICA EN INVESTIGACION EN COMUNICACIONES

No es que no se haya investigado en nuestra región. Luis Ramiro Beltrán estimaba, hace tres años atrás, "que el número susceptible de control bibliográfico hoy sea de alrededor de cuatro mil estudios, quizá como mínimo. Esto sin aplicar ningún juicio de valor, sin decir si parecen buenas o malas obras" (5). Beltrán definía a la investigación como "cualquier actividad de indagación sistemática...". Si adoptáramos el criterio de Pedro Demo —"entendemos por investigación la construcción de conocimiento original, de acuerdo a ciertas exigencias científicas" (6)— probablemente el número disminuiría sensiblemente.

El esfuerzo de al menos recuperar e inventariar lo que se ha hecho en investigación en comunicaciones en diversos países latinoamericanos ya ha comenzado. Así, por ejemplo, hay buena información sobre Brasil, Colombia o Perú, y está en proceso ese trabajo en México y en Chile (7). Pero si quisiéramos saber —a vuelo de pájaro— qué es lo que se hace, con cierto cinismo podríamos parafrasear a C. Wright Mills ("la sociología es lo que hacen los sociólogos"): investigación en comunicación es aquello que hacen los que se llaman o se preten-

den investigadores en comunicación para merecer — ante sus propios ojos o los de algunos otros que les parecen pertinentes— el calificativo básico o episódico de investigadores en algún aspecto de aquello que puede llamarse comunicaciones.

La verdad es que aun si lográramos un vago consenso siquiera sobre lo que es comunicaciones, aun quedarían dudas bastante serias sobre aquello que caracteriza a un proceso de investigación

Preguntas como las que siguen aquejan hoy en día —pasada la época de una falsa certidumbre sobre la precisa delimitación del quehacer científico— al investigador consciente de la fragilidad de su práctica: ¿Qué es, en definitiva, una investigación? ¿Qué elementos debe poseer? ¿Cuáles otros son objetivos importantes pero no imprescindibles? ¿Cómo se podría reconocer que “aquello” que se tiene por delante es investigación y no otra cosa? ¿Cómo distinguir un trabajo de investigación de un ensayo filosófico, de una apreciación política, de una construcción ideológica, de una elaboración teórica? ¿Se la puede caracterizar porque usa cierto método general, o por el uso de ciertos métodos o técnicas específicas? Y más aún. ¿Cuándo es útil una investigación? ¿Por qué, para quienes? Y como preámbulo a la cuestión de la investigación aplicada en comunicación popular: ¿Qué determina su sentido y valor? ¿Ayuda —para el quehacer específicamente investigativo— tener una visión de y una inserción política en “el proyecto histórico popular”? ¿En qué medida este tipo de investigación es diferente, y en qué aspectos? ¿En qué sentido varían sus propósitos, actores, métodos y técnicas, difusión y utilización? ¿Hay riesgos de desnaturalizar el proceso investigativo?

En una reunión de investigadores “normales” en educación de adultos como tantas otras similares (es decir, trabajo de hormiga sin mayor preocupación por ser luminarias), percibimos que si bien había claridad en qué

pedirle a la investigación: esa claridad era más bien puntual y hasta practicista, y se evidenciaba pobreza y graves carencias teóricas y políticas. A la vez, la incertidumbre que rodeaba al cómo investigar era casi abismante, luego de descontar los habituales llamados a las investigaciones aplicadas, multidisciplinarias, participativas, etc., como si sólo esos títulos resolvieran las problemáticas que ellas esconden.

La verdad es que —pasado el discurso general— se sabe poco. Esto refleja nuestra crisis actual. Hay una percepción (no siempre bien articulada) o al menos una sensación fundada de hallarnos frente a paradójica teorias y métodos injertados incorrectamente en nuestras realidades. Los reiterados llamados a “nuevas metodologías” revelan que ya no hay aceptación crítica de las metodologías elaboradas en otros contextos.

Pero tampoco hemos encontrado el camino cierto, y seguimos pensando que hay atajos. Hay más críticas a lo que no debe hacerse o usarse en investigaciones que propuestas operativas de cómo hacerlas. Y seguimos en la búsqueda.

En el trasfondo de esta búsqueda hay varios factores en juego, que menciono al pasar: destasajes entre los problemas reales críticos de las grandes mayorías y nuestras pobreza metodológicas; herencias metodológicas que se revelan, en sí, como insuficientes o inadecuadas, ambigüedad sobre el valor de la especulación teórica versus la minuciosidad empírica como estrategias de abordamiento de la realidad; problemas quizás insolubles de epistemología, relación del quehacer científico con el sistema social y el compromiso político.

¿Por qué esta crisis metodológica es tan fuerte en comunicaciones? No es posible desarrollar ahora este complejo tema, que intentamos una vez abordar en otro trabajo y que, no casualmente, termino con el apropiado título de “La Duda del Método” (8). Lo menciono por

que allí cristalizó nuestra creciente sospecha que esta crisis metodológica no tenía solución interesante al interior de la discusión epistemológica. Tal crisis, desde luego, no se ha desvanecido. Y en nuestra región ha tomado particulares rasgos. Así, podemos señalar sintéticamente lo siguiente:

a) Ha habido importación acrítica de teorías, problemas, métodos y procedimientos. Además, ha sido una importación mediocre, superficial. Se han seguido "modas", primero de los Estados Unidos y luego de Europa.

b) Al irrumpir las preocupaciones por el contexto, la ideología y la política, también ha habido "desviaciones", tales como el "denuncismo", el ideologismo, el teoricismo, el principismo o esquematismo como salidas fáciles frente a las exigencias de lo investigativo. Por ejemplo, y siguiendo a Michel Thiollent (9), la crítica al empirismo, que es una ideología particular de observación, se tradujo en un desprecio a la observación de la realidad y a todo dispositivo metodológico concreto que nos permitiera acercarnos a ella.

c) En el necesario esfuerzo por situar a las comunicaciones dentro de su contexto social, y en sus implicaciones político-ideológicas, se han perdido en ocasiones dos especificidades: la de lo comunicativo y la del quehacer investigativo. Comprender y denunciar una formación social histórico-concreta (muy diferente a poseer rudimentos teóricos mal digeridos sobre el modo de producción capitalista), y estar animado por un fervor militante por cambiar esta sociedad, aunque sean pasos adelante respecto de la visión ingenua, aislacionista y acrítica del pasado, no garantizan de por sí un desempeño adecuado en los campos específicos de las comunicaciones ni de la investigación en comunicaciones.

d) En la recuperación de esas especificidades, luego del productivo período crítico de denuncia, hay bastan-

te camino que recorrer. Hasta antes de la década del 70, nos dice Luis Ramiro Beltrán, "no dudamos de nada: como todo ignorante, éramos dichosos. Desde que dejamos de ser tan ignorantes, vivimos angustiados; pero esa angustia es necesaria, es fértil, es importante y tiene que ser creativa. . . Creo que tenemos que aprender a vivir con esa incertidumbre hasta que encontremos salidas" (10).

En este instante, no puede dejar de mencionarse la responsabilidad universitaria. Y lo queremos plantear porque en general, pero salvo crecientes excepciones, la universidad como tal ha estado ausente del acompañamiento de prácticas de comunicación popular.

Entendemos la responsabilidad universitaria (circunscrita aquí a facultades y escuelas de comunicación) en estos sentidos: como espacio institucional para la realización de investigaciones, como formadora de investigadores, como ente docente que se apoya en la labor investigativa propia o ajena, como institución que debe proyectarse hacia su sociedad y sus grandes mayorías. La realidad general es que las universidades no favorecen el quehacer investigativo. Algunas anotaciones al respecto.

a) El paso de escuelas de "periodismo" a "comunicación", junto con ser un avance y una conquista, e inaugurar un interés por la investigación, significó también lo que Jesús Martín llama la "pérdida del objeto, con la consiguiente pérdida de la especificidad del trabajo" (11).

b) Ha habido indefiniciones serias, cuando no bastante ignorancia y despreocupación, sobre qué debe saberse y hacerse en materia de investigación. Ha habido carencia de una o varias "tradiciones" investigativas propias (no cabe duda que se han importado —llevé en mano— tradiciones como el difusionismo en comunicación rural o la semiología y sus adláteres). Han faltado líneas claras —algunos grandes proyectos orientadores— suscepti-

bles de operacionalizarse en múltiples esfuerzos colectivos y personales. La comunicación popular es una de esas líneas. Más bien se han seguido modas, han predominado luminarias, se han dispersado esfuerzos, ha faltado continuidad. Día tras día se reinventa la rueda, o se parte de un punto cero.

c) La formación en investigación —tanto de profesores de ella como de alumnos “recipientes”— ha sido en general inadecuada, si no deficiente. Por un lado, la investigación es, a decir de Joaquín Sánchez, Presidente de FELAFACS, “un elemento descuidado dentro de los planes de estudio... debe ser un elemento integrante en la metodología docente y líneas orientadoras de la actividad profesional” (12).

d) Por otro lado, las asignaturas mismas, según nuestra revisión de muchos “programas” de cursos de investigación, en general no responden a la formación de un investigador en comunicación. La investigación no es presentada como un proceso de indagación sistemática y búsqueda creativa, que se apoya en instrumentos metodológicos frente a problemas concretos y significativos. Más bien es un recetario de unas pocas técnicas aprendidas superficialmente y en el vacío. El énfasis es bajo o nulo a menudo en el saber-hacer, en la aplicación, en la evaluación vivenciada de su confiabilidad, validez y pertinencia frente a un problema dado de comunicación.

e) Las condiciones institucionales no favorecen tampoco al quehacer investigativo universitario. Hay poco apoyo bibliográfico y documental, hay mala difusión e intercambio de informaciones e investigaciones en curso; la disponibilidad horaria del docente le inhibe efectivamente, faltan recursos mínimos, etc. No es casual que Beltrán plantee que “la investigación ha sido y es un arte solitario, una obra de amor, un hecho cuasi-heroico” (13).

Pese a todo este sombrío panorama regional y uni-

versitario, hay que reconocer que se hace investigación en comunicación, y que hay muchos frutos meritorios, aunque quisiéramos más. Hay que pensar en los aportes de redes y miembros de ALAIC, FELAFACS, FELAP, en la consolidación de las asociaciones nacionales de investigadores, en la importancia de los aportes regionales en el debate mundial sobre comunicaciones; en los centros nacionales y regionales que investigan y difunden sus investigaciones, en los renovados esfuerzos de formación seria, etc.

Todo lo cual no inocenta a la universidad de sus responsabilidades. Un reciente estudio de FELAFACS para UNESCO registra 174 escuelas de comunicación en la región. Datos para 111 de ellas dan unos cincuenta mil alumnos; datos para 102 escuelas hacen llegar a más de 3.700 el número de profesores. De 79 universidades con datos, se obtiene una cifra de casi setenta mil egresados (14). Es absurdo pensar que una buena parte de estas personas puedan o siquiera deban vincularse a la comunicación popular o a su investigación-evaluación. Pero un modesto cinco por ciento de estas cifras parciales, proyectadas conservadoramente sólo a las 174 escuelas de comunicación, equivale ya a unos seis mil comunicadores que podrían sumarse al acompañamiento de prácticas de comunicación popular. Y conste que sólo nos hemos limitado a escuelas de comunicación, y no creo en absoluto que éstas detenten el monopolio del acompañamiento a prácticas de comunicación popular.

En suma, frente a este panorama que —reitero— quizá he querido pintar más sombrío de lo que es, surgen las prácticas de comunicación popular como nuevos horizontes de lo posible para —y personalmente me parece el camino más fructífero para ello— redimensionar orientaciones y operaciones investigativas. Es el tema que desarrollamos a continuación.

LA COMUNICACION POPULAR Y EL REDIMENSIONAMIENTO DE LA INVESTIGACION EN COMUNICACIONES

Partamos de un supuesto debatible pero pragmático. Si bien nuestro norte son las prácticas de comunicación popular en sentido estricto, preciso es reconocer que hay esfuerzos de comunicación o educación *con, en o para* sectores populares, y no sólo del propio movimiento popular. Ese tipo de intervenciones comunicativas para aspectos específicos del desarrollo (tales como salud, nutrición, capacitación laboral, educación no-formal, cooperativismo, organización comunitaria, etc.) representa, al menos en ocasiones y en parte de sus componentes, ciertas oportunidades para que los sectores populares vayan experimentando potencialidades de la comunicación para el enfrentamiento de necesidades cotidianas, y vayan apropiándose de procedimientos operativos.

Al igual que existe la televisión, estos proyectos, a veces de corte francamente manipulativo, existen y se implementan. Y si para la TV se trabaja hoy en día al menos con círculos de recepción crítica, en vez de propugnarse la inviable estrategia de no encender el televisor, también es necesario —puesto que tales proyectos de intervenciones comunicativas pro-desarrollo existen— aprender de ellos, de sus aspectos rescatables y también de aquellos otros más perniciosos.

En este sentido, incluyo también a aquellos proyectos que trabajan en los sectores populares como factor adicional que ayude a reorientar prácticas investigativas, en tanto abran cauces para que éstas se tornen, al menos, más aplicadas. Para muchos investigadores ésta puede ser una puerta de entrada a formas más genuinas de comunicación popular, y hacia prácticas de investigación que se refugien menos en el teoricismo y en el individualismo.

Ahora bien, ¿en qué sentidos específicos puede la

comunicación popular— y también ese otro tipo de proyectos que señalábamos contribuir a reformular orientaciones y procedimientos de la investigación? Deteniéndose brevemente en cada una de ellas, señalemos al menos estas cinco áreas que ni con mucho agotan el asunto: carácter aplicado de la investigación, socialización de la producción de conocimientos, tipos de estrategias y métodos de investigación, formación del investigador, integración orgánica del investigador y de la función investigativa a las prácticas comunicativas del movimiento popular

1.- CARACTER APLICADO DE LA INVESTIGACION.-

La precariedad de los esfuerzos de comunicación popular y el tipo de inquietudes prácticas que deben resolver en sus operaciones cotidianas exigen respuestas apropiadas, eficientes, oportunas y pragmáticas de la investigación. Presionados por las urgencias de la acción, no pueden esperar indefinidamente por resultados.

La **investigación-acción** representa, en ese sentido, la intención deliberada de vincular producción y aplicación de conocimiento objetivado y útil para emprender acciones específicas. Se quiebra la tradicional dicotomía entre conocer y hacer. Investigación, planificación, acción, evaluación se transforman en partes indisolubles de un proceso cíclico. Desde un inicio, se centra el valor de la investigación en su utilización, en su pertinencia para responder a cuestiones reales y prácticas, y si la investigación no se pone a la altura de lo que se le pide, mala suerte para ella. Es responsabilidad de los investigadores borrar la mala imagen de la investigación como un ejercicio de autorealización teórica o metodológica que enriquece a su ejecutor mas no a su "objeto" de estudio.

Específicamente, podemos distinguir tres áreas de **contenido preferenciales** en las cuales la investigación

tiene roles que cumplir y, en el proceso, necesariamente redimensionarse. En ellas hemos encontrado carencias, tanto en un sinnúmero de proyectos de comunicación popular o para sectores populares, como en los modos investigativos en que son enfrentados, cuando efectivamente lo son.

La primera se refiere a diversos tipos de diagnósticos concretos de situaciones comunicacionales concretas en totalidad (vale decir, considerando aspectos claves del contexto en el cual lo comunicativo se sitúa). Se trata de diagnosticar situaciones, de identificar problemas, necesidades, aspiraciones, recursos existentes, factibilidad y viabilidad de ideas o proyectos a ser implementados. Para algunos, esto también se denomina evaluación de entrada o investigación de base, y se realiza antes de la constitución precisa de un proyecto.

Junto con los diagnósticos, es ineludible pensar también en una tarea de *prognosis*, es decir, de avizorar diversos tipos de futuros posibles; por ejemplo, un futuro tendencial (si las cosas siguieran su rumbo actual) y algunos tipos de futuros deseables, o imágenes más o menos logrables de lo que se querría que fuese la situación luego de determinada intervención.

Una segunda área consideraría la denominada *evaluación formativa*, es decir, evaluar o investigar el desarrollo en curso de un proyecto, los modos en que se está implementando, la operación y características de los componentes que están en juego en él, todo ello con el fin de realimentar al sistema en marcha, para que se pueda corregir o modificar su actuación allí donde la investigación/evaluación señale que hay deficiencias.

Una tercera área se refiere a lo que comúnmente se denomina *evaluación sumativa*, que es una investigación sobre impactos, resultados, efectos del proyecto, los modos en que operó y el tipo de consecuencias inmediatas (y eventualmente mediatas) de la intervención del

proyecto en determinada realidad.

Para cada una de ellas debemos considerar no sólo la utilidad de una investigación bien planteada en referencia a lo que se espera de ella para el proyecto específico, sino también su utilidad para otros proyectos con problemáticas similares. Al respecto, es bien sabida la escasa o nula difusión y la casi inexistente sistematización de los resultados y procesos de tales esfuerzos investigativos.

2.- SOCIALIZACION DE LA PRODUCCION DE CONOCIMIENTOS: LA INVESTIGACION PARTICIPATIVA.-

Junto con esas áreas de contenidos preferenciales para la investigación aplicada a proyectos de comunicación popular, es también necesario señalar una modalidad preferencial en cuanto a las formas en que se realizan las investigaciones. Esta modalidad comúnmente se conoce como **investigación participativa**. La investigación participativa en sí no es un área de investigación particular, sino más bien una forma en que se aborda el proceso general de hacer investigaciones. (15).

La definición que da el ICAE, recogida por V/o (16) es de "un enfoque en la investigación social mediante el cual se busca la plena participación de la comunidad en el análisis de su propia realidad con el objeto de promover la transformación social para el beneficio de los participantes de la investigación". Como complemento, Le Boterf señala que "trata de ayudar a la población encuestada en la identificación, el análisis crítico de sus problemas y necesidades y la búsqueda de soluciones de los problemas que ellos mismos quieren estudiar y resolver". (17).

Es claro que la investigación participativa es una forma de investigación-acción, pero en la cual el énfasis está, por un lado, en la **producción socializada de conoci-**

miento y en su "devolución", o apropiación por los participantes y, por el otro, en el propio proceso de aprendizaje de la realidad concreta y de los modos de aprehenderla, es decir, también en la socialización del proceso de producción de conocimiento y no sólo en los resultados de éste. De allí su marcado énfasis educativo, en ocasiones excesivo en desmedro de la propia tarea investigativa.

La trilogía clásica de la IP —investigación, educación y reflexión, acción transformadora— ha descuidado en momentos lo específicamente investigativo, particularmente los dispositivos metodológicos.

Hay tensiones en la articulación de esos tres elementos, entre el ideal y la práctica de "lo participativo", en cuanto al rol del investigador — agente externo, en el uso de métodos y procedimientos que a la vez posean rigor científico y faciliten la participación de sujetos no adiestrados en investigación.

Y estas dudas básicas se dan por cuanto, embrionariamente, las investigaciones de tipo participativo pretenden anunciar un paradigma alternativo, aunque todavía muy parcial, del modo de producir conocimiento; es decir, se busca innovar en actores del proceso investigativo, en métodos y procedimientos, y en la ligazón del investigador con prácticas transformadoras.

Nuestra propia experiencia nos señala que ese tipo de tensiones se van resolviendo en la práctica, al calor de las experiencias populares, y que es responsabilidad del investigador aprender—pero verdaderamente aprender—de ellas para aportar mejor. Allí aprenderá que la teoría de la participación no siempre es congruente con sus expresiones reales cotidianas, y también valorará mejor, sin populismo ingenuo, qué puede ofrecer como especialista. En este sentido, la IP es también eminentemente un proceso educativo para el investigador.

3.- TIPO DE ESTRATEGIAS Y METODOS DE INVESTIGACION.-

No existe un recetario realmente innovador de métodos y técnicas para la investigación aplicada. Incluso los propios investigadores participativos —pese a toda su retórica— en muchos casos no modifican sustancialmente las metodologías más convencionales a las cuales uno ya está habituado por cursos o manuales tradicionales de métodos y técnicas. Vale decir, se utilizan cuestionarios, entrevistas, observaciones participantes o no, registros antropológicos diversos, etc. Se aprecia un cierto redescubrimiento de métodos cualitativos. A veces hay modificaciones de estilo o de agentes, pero no hay una propuesta de métodos y técnicas, por lo menos hasta ahora, radicalmente distintas.

En general, al decir de Marcela Gajardo (18), hay acortamiento, abaratamiento, simplificación metodológica en la IP. Y desde cierta perspectiva más convencional podrían plantearse dudas sobre la precisión, la validez y la replicabilidad de los conocimientos producidos.

Entonces, más bien deberían encontrarse los aportes novedosos en los planteamientos orientadores y las estrategias generales que faciliten la imbricación de la investigación con la acción, la educación, la reflexión, la participación.

Y efectivamente allí es donde se encuentran las mayores contribuciones (19). Lo interesante de estos aportes es que se han derivado del ejercicio de la práctica investigativa con sectores populares y se están codificando experiencias de aprendizaje de verdaderas aventuras investigativas. Por únicas y singulares que ellas sean, se va acumulando un residuo generalizable de experiencias. Quizá lo único reprochable sea la ausencia de recuentos más ingenuos que no sólo señalen los aciertos, y por ende, la aparente infalibilidad del equipo investigador y sus estrategias, sino también los desaciertos, los falsos caminos.

4.- FORMACION DEL INVESTIGADOR.-

No es posible detenerse aquí en esta candente problemática. Simplemente reitero que, suponiendo que la Universidad sea la responsable superior de formar al investigador profesional, ésta no está cumpliendo cabalmente con su papel. Si en ocasiones se forma un investigador en comunicaciones con la suficiente base para realmente comenzar a aprender una vez que efectivamente haga investigaciones, esta persona usualmente no queda preparada para desempeñarse como tal en el área de la comunicación popular, conforme al tipo de desafíos que hemos estado desarrollando.

Por otra parte, los mismos proyectos de comunicación popular deben ir generando la formación de sus propios recursos de investigación, como de hecho empieza a acontecer. La tarea del investigador universitario que ha aprendido de las prácticas de comunicación popular es facilitar activamente la apropiación popular de sus conocimientos y destrezas.

Respecto a la propia enseñanza de nivel superior para la investigación, no debe confundirse la investigación-acción y/o participativa, con una desvirtuación de lo que es investigar, es decir, indagación sistemática a través de métodos y técnicas determinadas, con todas las normas de rigor para obtener confiabilidad y validez de datos y resultados. Particularmente riesgoso es confundir una actitud de investigador aplicado y comprometido con lo popular, con actitudes de voluntarismo o de facilismo, o con certidumbres ideológicas que se disfrazan de lenguaje científico. Seguimos hablando de investigación y no hay salidas fáciles ni coartadas frente a las exigencias de lo científico. Por tanto, **subsiste** la necesidad de adquirir conocimientos y destrezas básicos sobre el proceso de investigación y sobre presupuestos, características y operatorias de métodos y técnicas, vale decir, saber **cuáles** son los métodos y técnicas **disponibles**: por qué razones y cómo, específicamente, se opta por el conocimiento

mayor de unos u otros y, por último, poseer el **dominio efectivo** de algunos métodos y técnicas de particular relevancia para el quehacer práctico del investigador en un contexto popular.

5.- INTEGRACION ORGANICA DE LA INVESTIGACION A LAS PRACTICAS DE COMUNICACION POPULAR.-

El asunto es más bien una problemática de los intelectuales que del movimiento popular. La comunicación y la investigación popular no se dan en el vacío. Presuponen, como cuestión general, la inserción del equipo investigador en el proyecto histórico popular. Luego, a más de —y no en vez de— la formación sería en investigación, al investigador no le debe ser ajena una noción de estrategia política. En efecto, hay riesgos claros de que sin una direccionalidad externa, sin un saber y comprender por qué y para qué se investiga, el proceso metodológico y especialmente el uso del instrumental (mientras más sofisticado, peor) tienden a convertirse en resultado suficientemente satisfactorio y gratificante para el investigador.

Pero a nivel más específico, la cuestión pasa por la existencia, cuando menos embrionaria, de una organización popular capaz de orientar un proceso de investigación como parte de su proyecto de acción transformadora mayor. Al decir de Vío, "el punto de encuentro (está) en el plano de las lealtades básicas con el proyecto común, lo cual implica el reconocimiento del liderazgo que se da la organización y del rol subordinado del "investigador". (20).

Establecidas estas premisas, el investigador ya puede, con la legitimidad derivada de su inserción general y específica en el movimiento popular y en sus prácticas comunicativas, dar sus aportes específicos. Su objetivo matriz es contribuir a socializar el proceso de producción de conocimiento objetivado útil y, de paso, demitificar

la labor investigativa. Concretamente, puede aportar dicho investigador orgánico lo siguiente:

a) Rescatar el valor social del proceso investigativo como objetivación de la realidad. La meta es que los sectores populares vinculados a proyectos de comunicación vayan adoptando formas más objetivas de entender y transformar sus realidades concretas. Parte de la tarea del investigador es colaborar al rescate de métodos adecuados para comprender mejor los procesos, las realidades, los problemas, las posibilidades y los límites de lo comunicacional popular. La perspectiva de que la investigación y sus métodos sirvan para implementar, corregir, evaluar proyectos concretos de comunicación popular no debe estar separada de esta discusión.

b) Favorecer la formación concreta en estrategias y métodos de investigación por parte de los sectores populares. Participar en la comunicación popular y en su investigación/evaluación no es sólo espontaneísmo: se "aprende" a participar en sus especificidades. El investigador que proclama su compromiso popular y no entrega los instrumentos metodológicos específicos que constituyen el saber-hacer en investigaciones está cometiendo un engaño y abusando del poder social que posee al dominar ciertas destrezas de las que no quiere desprenderse.

c) Acompañar los procesos comunicativos autónomos y originarios de los sectores populares y otros que no lo son tanto, aportando como investigador, como evaluador, como educador, cuando sea necesario, pero sobre todo escuchando, aprendiendo, conviviendo en los problemas y en las alegrías cotidianas, de modo de crearse él una nueva agenda de preocupaciones, nuevos horizontes de lo real y de lo posible.

d) Demitificar su propio rol de investigador. El es en sí un instrumento metodológico: toma decisiones,

elige, descarta, prefiere. El investigador no puede eludir su responsabilidad personal, y escudarse en la supuesta necesidad objetiva que le impondría tal teoría, tal cosmovisión, tal instrumento. No hay un sólo método. Hay demasiados. Y se elige. Uno elige. Y para esas opciones creo que estará mejor orientado por el sentido y urgencias de lo popular en sus prácticas cotidianas que por las ambivalentes disquisiciones epistemológicas entre demiurgos y sumos sacerdotes de la Metodología.

e) Dejar de ser prisionero de la ley de martillo, que más o menos dice así: Dado un niño al cual se le entrega un martillo, éste descubrirá que todo necesita martillarse. En investigación tenemos muchos niños con martillos o serruchos que andan en juegos peligrosos. El investigador que acompañe prácticas de investigación popular pronto descubrirá no sólo la fragilidad de sus artefactos metodológicos, ni que hay momentos para lo investigativo (ya que siempre los sobrá hallar), sino sobre todo que hay momentos no investigativos, que no todo necesita ser investigado. Aprenderá, en suma, a apreciar momentos, niveles, grados y pertinencias del esfuerzo investigativo. Más aún, aprenderá a ser modesto.

PARABOLA DEL NUEVO COMIENZO

Y una vez más —pasado bastante tiempo— retornaron los discípulos ante su Maestro. “Hemos estado junto a las prácticas de comunicación popular”, dijo el discípulo encargado de la relatoría. Y las diversas experiencias fueron narradas. Al cabo, habló el Maestro:

“Veo que habéis aprendido de vuestros errores y de vuestros fracasos, como asimismo de aquellos de los demás. Eso es saludable y es práctico: jamás tendréis tiempo para cometer todos los errores vosotros mismos. Habéis también aprendido que vuestros horizontes, vuestras preocupaciones, vuestras destrezas y técnicas, vuestros ritmos y estilos de trabajo, eran limitados o al menos diferentes. Perdisteis la vergüenza de ser investi-

gadores, porque ahora sabéis para qué, qué y con quiénes investigar.

Pero éste no es el final del camino. Es apenas el comienzo, porque siempre se comienza y se sigue creciendo y aprendiendo. Si aún os quedan dudas, pese a vuestras vivencias, de cómo investigar, es el momento que os aboquéis, con creatividad y sudor, a aquella formación específica que aún os hace falta.

Yo sólo puedo repetiros aquello que mi propio Maestro me enseñó, cuando yo era, hace algunos milenios, también un aprendiz como vosotros”.

Y eligiendo a un discípulo, le dio este texto para que fuese leído:

De las Bienaventuranzas Evaluativas de Halcolm (21).

Y está escrito que los estudiantes fueron donde Halcolm, el Sabio. “Enseñanos, Maestros, los métodos correctos que debemos usar para evaluar”. Y él dijo:

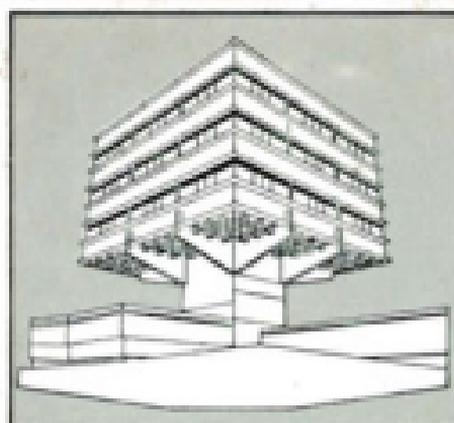
“Las cuestiones de la metodología de la evaluación son cuestiones de estrategia, y no cuestiones morales. La pureza del método no es una virtud. La mejor estrategia es aquella que hace calzar los métodos de investigación a las preguntas de evaluación que se hacen. El desafío es decidir qué métodos son los más apropiados en una situación dada. La ciencia de tomar decisiones metodológicas no está más desarrollada que la tecnología para tomar otras decisiones simples, como por ejemplo, cómo elegir nuestra pareja, profesión o lugar de residencia, o qué marca de dentífrico adoptar.

Bienaventurados los pobres en opciones, puesto que ellos no tendrán problemas en decidirse”.

REFERENCIAS

- (1) La idea de usar una parábola se origina en unos textos de Michael Quinn Patton y su maestro ficticio Halcolm. Cf. *Qualitative Evaluation Methods* (1980), y *Practical Evaluation* (1982), ambos de Sage Publications, Beverly Hills, California.
- (2) Ver, al respecto, el artículo de María Cristina Mata, "Investigar lo Alternativo", en CHASQUI 1 (2a. época), 1981. CIESPAL. Quito.
- (3) Thiollent, Michel. (1981), "La Búsqueda de Alternativas Metodológicas" Traducción de trozos de su libro *Crítica Metodológica, Investigación Social e Enquete Operária*. Edit. Polis. São Paulo.
- (4) ECO, Educación y Comunicaciones; Serie: Temas de Educación Popular; 1: "La Educación Popular Hoy en Chile: Elementos para definirla" ECO, mimeo, abril 1983.
- (5) Beltrán, Luis Ramiro, (1980), "Estado y Perspectivas de la Investigación en Comunicación Social en América Latina". Ponencia a la Semana Internacional de la Comunicación 8/80, Universidad Javeriana, Bogotá. Publicado en "Memorias de ..." Universidad Javeriana, Serie Cuadernos, 29, 1981, Bogotá.
- (6) Demo, Pedro, (1981). *Metodología Científica em Ciências Sociais*. Ed. Atlas, Sao Paulo.
- (7) Por ejemplo, las periódicas bibliografías de INTERCOM en Brasil; Elizabeth Fox para Colombia, Ponencia al Certamen descrito en Ref. (5); Luis Pe rano y Tokihiro Kudo, 1982, *La Investigación en Comunicación Social en el Perú*. DESCO, Lima. En México, la tarea la realiza AMIC; AIC en Chile.
- (8) Contreras Eduardo, (1979), "Investigación en Comunicaciones en América Latina: La Duda del Método". Ponencia al VI Seminario de Comunicación, 10/79, Universidad de Anáhuac, Ciudad de México.
- (9) Thiollent, op. cit. en Ref. (3).
- (10) Beltrán, op. cit. en Ref. (5)
- (11) Martín, Jesús, (1981). "La Investigación en las Facultades de Comunicación ..." en *Taller de Comunicación* . 1. Pub. del Departamento de la Comunicación de la Universidad del Valle, Cali, Colombia

- (12) Sánchez, Joaquín, (1981), "Introducción al Certamen". Ponencia en op. cit. en Ref. (5).
- (13) Luis Ramiro Beltrán, en *Charla Inaugural del Curso Internacional de Investigación de la Comunicación*, 18-10-82, CIESPAL. Quito.
- (14) FELAFACS (varios autores) (1982), *La Formación Universitaria de Comunicadores Sociales en América Latina* ITESO, Guadalajara, México.
- (15) Para un análisis sistematizador de varias de esas experiencias, véase el extenso trabajo de Marcela Gajardo, "Evolución, Situación Actual y Perspectivas de las Estrategias de Investigación Participativa en América Latina". FLACSO, Santiago de Chile, 1982. Documento presentado al Taller sobre Teoría y Práctica de la Educación Popular. FLACSO, PIEE, IDRC, F. Ford. Punta de Tralca, Chile 4/82.
- (16) Vío, Francisco, (1981) "Investigación Participativa: Precisiones de Ayacucho" en Vío y otros, *Investigación Participativa y Praxis Rural*. Mosca Azul Eds., Lima. ICAE es la sigla del International Council for Adult Education. La red regional es el CEAAL con sede en Santiago de Chile.
- (17) Le Boterf, Guy, (1981) "La Investigación Participativa como Proceso de Educación Crítica. Lineamientos Metodológicos", en op. cit. en Ref. (16).
- (18) Gajardo, op. cit. en Ref. (15).
- (19) Por ejemplo, además del propio trabajo de Marcela Gajardo a su vez pleno de referencias que omito aquí— y de los ya citados de Vío y Le Boterf, puede verse Carlos Rodríguez Brandao (org.) (1981) *Pesquisa Participante*. Ed. Brasiliense, Sao Paulo; José Sotelo y Silvia Schmelkes (1979) *Guía de Investigación Campesina para la Acción: Auto diagnóstico*, CEDEPAS, México, D.F.
- (20) Vío, op. cit. en Ref. (16).
- (21) M. Quinn Patton, 1980, op. cit. en Ref. (1).



Con este libro, el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina continúa con su nueva serie de publicaciones, MONOGRAFÍAS CIESPAL, que se suma a la tradicional Colección INTIYAN, que viene apareciendo desde 1969, y a la serie MANUALES DIDÁCTICOS, que se inició este año.

MONOGRAFÍAS CIESPAL aspira a aprovechar importantes trabajos sobre comunicación que no tienen extensión suficiente como para constar en la Colección INTIYAN y que rebasarían la de los temas que ofrecemos en la revista CHASQUI, otra de las publicaciones especializadas de CIESPAL.

El presente trabajo recoge las ponencias principales presentadas en el Seminario sobre COMUNICACIÓN POPULAR EDUCATIVA, realizado en CIESPAL del 14 al 19 de noviembre de 1983 y cosuscriptado por la Fundación Friedrich Ebert, Radio Nederland Training Centre y UNDA-AL (Asociación Católica Latinoamericana para Radio y Televisión). El evento congregó a entidades de apoyo a grupos de base en la región.

La MONOGRAFÍA 3 incluye reflexiones sobre aspectos de la comunicación popular, entre los cuales aparecen el poder de la palabra, acción en terreno, formación, investigación, uso de la radio y otros medios.