

**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

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 apoyó 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 adquiere 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