

**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 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.