

LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA: PROCESO CULTURAL, SOCIAL Y POLÍTICO.

Washington Uranga

Ante todo, quiero decirles gracias. Estoy muy contento de estar acá, compartiendo estas Jornadas con todos ustedes. Voy a tratar de darle continuidad a algunas de las ideas que ya se han venido conversando en estos días y que no son ajenas a las preocupaciones que yo mismo tengo. Son nada más que algunos puntos para pensar en común.

Me parece que uno de los aspectos importantes sobre el que tenemos que seguir reflexionando se relaciona con una concepción de la comunicación entendida como proceso y no meramente como acontecimiento. Esto implica entender a la comunicación como una narración que surge de la experiencia y de la práctica, de la vida cotidiana de los sujetos. No se trata de un grito aislado, sino de un llamado al diálogo que se hilvana en el quehacer de los sujetos en la historia.

No obstante esto que decimos, nuestras interpretaciones apuntan muchas veces a mirar la historia apenas como una serie de acontecimientos aislados. Este es también el resultado de una determinada manera de entender el periodismo de la que somos deudores: la transmisión de hechos aislados, cerrados sobre sí mismos y sin concatenación alguna. Es la fragmentación del relato histórico sin conexiones entre un hecho y otro.

Por eso, cuando afirmamos la necesidad de entender a la comunicación como proceso estamos proponiendo al mismo tiempo recomponer el sentido narrativo de la historia a través de los procesos comunicacionales. Es decir: articular entre sí acontecimientos donde los actores sociales se construyen y constituyen simbólicamente, surgen como protagonistas, e impregnan de sentido el proceso histórico del que son partícipes.

Debemos ser conscientes de que el sistema masivo de medios trata de instalar la lógica exactamente contraria. Es decir, el acontecimiento por encima de la narración. Al intentar superar esta metodología según la cual la historia no es más que la suma de pequeños hechos cotidianos o de grandes acontecimientos extraordinarios sin articulación alguna entre sí, lo que estamos introduciendo es un debate sobre el modo mismo de conocimiento, sobre la forma de apropiación de los acontecimientos históricos como forma de acumulación de saberes para los actores participantes y para el conjunto de la sociedad.

En este sentido, la comunicación comunitaria nos invita a reconstruir la narrativa de la historia desde los procesos comunicacionales que permiten tejer los hechos entre sí, lo cual supone hilvanar la historia particular de cada uno de los actores sociales desde la narrativa política, social y cultural de la historia colectiva.

Esto es complejizar la mirada. El proceso comunicacional no puede entenderse, entonces, como una suma de fotografías o una sucesión de cuadros; es un film, imágenes que van entrelazando actores en medio de un escenario. Esta es la perspectiva con la que miramos la vida cotidiana cuando trabajamos en comunicación comunitaria. Esto es al, mismo tiempo, lo que nos permite –como ya se planteó en estas Jornadas- pensar la comunicación mucho más allá de los medios.

Al hablar de comunicación comunitaria no nos estamos refiriendo estrictamente a los medios comunitarios, sino más bien a un proceso comunicacional en el que esos medios quedan inscriptos y del que son parte. Esta es la razón por la cual yo no empecé hablando de radio, ni de televisión, ni de gráfica, aunque también haya que darse un tiempo para hablar sobre ello. Lo que nos preocupa, no obstante, es un proceso comunicacional que se constituye y que, a la vez, construye la narrativa histórica.

Más allá de lo local, el espacio público: política y ciudadanía

Cabe preguntarse, entonces, ¿desde dónde debemos pensar el proceso comunicacional? Esto supone, inevitablemente, articularlo con la dimensión de lo local. Los actores se constituyen y adquieren identidad en el espacio de lo local. Luego se proyectan e interactúan. Pero es en el espacio local donde “son”, es decir, donde adquieren una determinada identidad. Es decir también en el espacio de la cultura, donde se construyen modos de entender y de entenderse, donde cada parte adquiere una determinada personalidad e identidad en función de un todo contextual que genera sentidos interpretativos y que atraviesa cada una de las particularidades. Es un espacio donde los otros y las otras me reconocen como un par. Ese espacio de la cultura es, entonces, espacio de lo social y espacio de la política. No lo podemos pensar desagregadamente. Es necesariamente un espacio de construcción política. En esta línea, creo que tenemos que pensar a la comunicación comunitaria como comunicación en el espacio público.

Lo público es, fundamentalmente, el lugar de todos y de todas, el lugar de los derechos y del reconocimiento de esos derechos que tienen que hacerse visibles y tangibles. No se trata de lo público abstracto, sino de un espacio concreto donde los derechos de todos y de todas adquieren visibilidad y se ejercen. De otro modo, lo público termina privatizado. Y este proceso de privatizar lo público es un proceso de corrupción. De esta manera deberíamos entender la corrupción: convertir lo público en privado, sacarlo del escenario, privar al conjunto social de algo que le pertenece.

Lo público no es verdadero, genuino y legítimo sin comunicación. Por eso la comunicación comunitaria tiene que estar decididamente orientada a la construcción de lo público. Porque lo comunicacional, es decir, la construcción de las relaciones entre los actores en el escenario social es, en definitiva, constitutivo de lo público.

Desde este punto de vista, la comunicación comunitaria no puede trabajarse sino en el marco de la construcción de ciudadanía. Ya no podemos pensar a la comunicación sólo como información o sólo como entretenimiento. Sería una enorme reducción y una distorsión respecto de las múltiples dimensiones de la comunicación. Lo comunitario está directamente vinculado con la vocación política, en términos de construcción de ciudadanía y participación social. Construcción política que no está ligada exclusivamente a la organización política tradicional, sino que se relaciona más bien con la construcción colectiva del bien común, tarea que tiene caminos muy diversos.

Disputas de poder, alianzas y diferencia

Distanciarse de la política partidaria no implica, sin embargo, olvidarse de la perspectiva del poder. Es primordial que asumamos que al hacer comunicación comunitaria, al trabajar en comunicación comunitaria, también nos inscribimos en una lógica en la cual existe siempre vocación por el poder. En definitiva, la construcción de lo público es una lucha por el poder. El espacio público es como una arena, un campo de batalla, un escenario donde libramos permanentemente luchas de poder. Nosotros, desde la escena comunicacional, desatamos una lucha simbólica por el poder, con los variados entretelones que esto tiene y con los distintos lugares que a cada uno y a cada una le corresponde ocupar en determinados momentos. Como sea, desagregar a la comunicación comunitaria o popular de la lucha por el poder es, a mi juicio, perder el rumbo.

Siguiendo con esta reflexión, con este pensamiento en voz alta con ustedes, creo que pensar la comunicación comunitaria y popular en el espacio público, en medio de las luchas por el poder, nos obliga a abrir y a considerar el capítulo de las alianzas. Los procesos sociales son necesariamente colectivos y el resultado de la interacción entre actores. Por eso requiere de alianzas, de articulaciones de actores plurales y diversos. Dado que no existe la posibilidad de coincidir plenamente en todo es imprescindible asumir la diversidad, la diferencia, como un valor, aún cuando en determinados momentos se convierta en un obstáculo. Esto supone comprender la importancia del principio de alteridad: reconocer que el otro y la otra valen por sí mismos, porque son esencialmente diferentes a mí y porque –desde la lógica de la alteridad- me aportan desde la diferencia. El otro y la otra me enriquecen desde la diferencia y se enriquecen conmigo. Demás está reiterar cuán aburrido sería si fuésemos todos iguales, además de absolutamente improductivo.

La comunicación colabora a la construcción de consensos, pero también a la constitución de un espacio de diálogo en la diferencia. Me parece que hablar sobre esto, en este país, en este momento, no constituye una cuestión menor. Creo que hablar del reconocimiento de la diferencia y de construir desde visiones plurales en función de objetivos comunes, es un asunto clave, en un proceso político como el argentino donde, si bien hemos dado algunos pasos importantes, todavía estamos muy

estancados en cuanto a la construcción de alternativas políticas que nos permitan caminar con certezas el mediano y el largo plazo.

Desde el campo de la comunicación comunitaria y popular, nosotros -los comunicadores- tenemos que realizar aportes en esta línea. Aportes críticos pero también propuestas de construcción colectiva.

Experiencias de encuentro: universidad, organizaciones sociales y Estado

Escuchaba, hace un rato, hablar sobre la Universidad y la producción de conocimiento. Quiero decirles que yo también tengo la experiencia y la vivencia de estar adentro de la Universidad. Y tengo las mismas asignaturas pendientes que tienen ustedes. Quizás algunas más que ustedes debido a mi edad y al camino recorrido. Pero estoy seguro que un espacio como este debería repetirse a lo largo y a lo ancho del país con mucha más asiduidad. No se trata simplemente de lugares, no se trata de si la Universidad va o si las organizaciones vienen. Me parece que la Universidad tiene que ir y las organizaciones tienen que venir y, en todo caso, creo que todos los procesos de construcción política y producción de conocimiento son siempre una experiencia de encuentro, en la que todos nos enriquecemos. No es que la Universidad aporte algo esencialmente diferente a lo que pueden contar las organizaciones populares o que éstas tengan una palabra o una mirada única y particular. Lo que aportamos todos son prácticas de vida cotidiana distintas, prácticas que se enriquecen y generan conocimiento en el encuentro.

En este sentido, la comunicación comunitaria y popular no puede entenderse como un recorte de algo más grande que sería la comunicación. Es una perspectiva aplicable a toda la comunicación. Es un lugar de encuentro en el espacio de la vida cotidiana, entre quienes tienen prácticas diferentes. Y ese lugar, como tal, es un lugar de producción de conocimiento. Es un lugar de diálogo y de intercambio donde el conocimiento emerge. En este sentido la comunicación comunitaria es también una vocación y una decisión política para, desde el encuentro, ser capaces de socializar el conocimiento, convertirlo en alimento político y motor de la acción en el espacio público. Es una convocatoria a la acción en la historia y en la permanente interlocución con otros y otras. Lo contrario es encerrarnos en nuestros libros, ensayos y ponencias para nuestra propia autosatisfacción, pero sin ninguna incidencia transformadora.

Desde mi propia experiencia en los últimos años siento que a partir de esta mirada hay que rediscutir el Estado, como lugar y como concepto. Nos cuesta sentirnos parte del Estado. El Estado es un lugar y un actor ajeno a nuestras prácticas. Está allá, lejos de nosotros, por fuera de nuestras prácticas. Recurrimos al Estado para demandar, para exigir. Difícilmente para integrarnos a una labor de construcción conjunta, colectiva y asociada.

Es necesario volver a entender al Estado como la representación del conjunto de la ciudadanía, es decir, de todas y de todos nosotros, y sin reducirlo a su aparato burocrático.

El neoliberalismo arrasó con el Estado, lo redujo a su mínima expresión. Pero también montó una campaña de desprestigio según la cual el Estado es ineficiente y corrupto. En contraposición existiría un sector privado eficaz y supuestamente incorruptible. Completa el escenario una sociedad civil encargada de las tareas filantrópicas y que debe hacerse cargo de quienes, por ineficacia o incapacidad, son excluidos del sistema. Debería agregarse la idea de que si el Estado no se nota, es mejor Estado. Aunque luego se recurra a ese mismo Estado para garantizar, de la manera que sea, las operaciones y las ganancias de los privados.

Creo que esta es una interpretación ideológicamente perversa que heredamos del neoliberalismo.

En este sentido estamos realmente en pañales. Me parece imprescindible que avancemos en una profunda discusión política sobre el papel del Estado, pensando en un Estado activo, actuante y propulsor del desarrollo y de la calidad de vida de todos y todas.

Me refiero también a un Estado concebido como escenario multisectorial y multiactoral. No podemos renunciar a ello, no podemos delegar estas responsabilidades y seguir pensándonos al margen del Estado como si no tuviéramos allí ninguna responsabilidad. El Estado es actor fundamental en la construcción de alternativas sociales, políticas y culturales.

Estrategias edu-comunicacionales hacia una política pública de comunicación

Otra cuestión sumamente importante está vinculada a la construcción de estrategias comunicacionales. Nuestra perspectiva de comunicación comunitaria no podrá prosperar si no somos capaces de diseñar estrategias comunicacionales que vayan aportando a la construcción de políticas de comunicación elaboradas desde el Estado con la participación de actores sociales diversos. Esto supone, a su vez, admitir las asimetrías reales y asumir que vivimos en el país de América Latina con mayor concentración de la propiedad de medios, con los mayores niveles de desigualdad social, y que apenas estamos saliendo de una de las crisis más agudas de nuestra historia.

Pero junto al reconocimiento de la diferencia es necesario promover una actitud política de construcción para superar los obstáculos y generar alternativas. Hay que abrirse a la genuina negociación y construcción de alianzas. Negociar no es claudicar, es encontrar los puntos de equilibrio para poder avanzar hacia un objetivo determinado. Entonces, creo que hay que rescatar espacios como este, espacios de negociación, de diálogo que nos permitan asumir la responsabilidad política que nos exige el momento histórico y nuestras propias convicciones.

Quiero concluir con algunas ideas -casi un punteo- sobre estrategias de comunicación. Advierto que no hay en lo que diré un desarrollo acabado. Es apenas una provocación que en algunos casos son apenas títulos para seguir trabajando.

Hay un primer nivel de estrategias que yo llamaría de "diversidad comunicacional", entendiendo por éstas, aquellas que nos permitan generar espacios de libre manifestación, donde todas las voces -o la

mayor cantidad de voces presentes en la sociedad- puedan expresarse. Estas estrategias de diversidad comunicacional tienen que ver con el sistema de medios, con la Universidad, con los espacios de las organizaciones sociales, con el Estado. Son lugares, espacios donde las distintas voces puedan oírse.

Junto con las estrategias de diversidad comunicacional, hay que imaginar estrategias de "alianzas", que nos permitan incluir cada vez a más actores, para que no solamente cada uno se exprese desde su realidad, sino para que también podamos generar iniciativas que potencien las acciones locales y para que puedan construirse redes de diversos niveles.

Simultáneamente, me parece que debemos ir avanzando -particularmente en este escenario- en el diseño de estrategias de "reconocimiento", de producción y conocimiento de culturas que sean trabajadas sobre las modalidades de recepción de los distintos actores.

Cuando escuchaba el diálogo anterior, sentí que había algunas cosas que sintonizan perfectamente con esto que propongo. Necesitamos, junto con el reconocimiento de la diferencia, comprender el valor del otro y de la otra, desde su propia cultura, desde su profundidad, desde su historia, desde su identidad. En este sentido, tenemos que pensar en estrategias de "producciones comunicacionales transculturales". Y probablemente tengamos que criticar menos y producir más. Yo siento que estamos produciendo muy poco. No lo digo con ingenuidad y, obviamente, no desconozco que no es fácil producir. Sin embargo, creo que son muchas más las complicaciones que nosotros mismos nos creamos. Son más los obstáculos mentales que los reales. No nos estamos poniendo un auténtico desafío para producir, porque tampoco estamos utilizando las ventajas con las que contamos. No estamos utilizando a nuestro favor el desarrollo de las condiciones tecnológicas, no estamos aprovechando suficientemente las nuevas tecnologías... No soy yo -precisamente- uno de aquellos que creen que la magia de la tecnología todo lo soluciona. Tampoco creo que las tecnologías y el desarrollo de Internet democraticen el mundo. Pero sí estoy convencido de que estamos sub-utilizando nuestras propias capacidades de producción.

Finalmente, me parece que nada de esto funciona si no se complementa con estrategias de "educación y comunicación". No hay procesos comunicacionales que no estén anudados a estrategias de educación. Porque educación y comunicación son indisolubles. Entonces, se trata de generar estrategias de comunicación que trabajen sobre lógicas y perspectivas de comunicación pedagógica, de comunicabilidad incluso para transmitir esta producción de conocimiento sobre la que se habló antes. Me refiero a estrategias de verificación de medios y uso de canales estratégicos, porque la diversidad y el desarrollo tecnológico hacen que debamos identificar cuáles son los medios adecuados para cada tarea y para cada espacio. A mí me encanta la radio, pero me molesta pensar que solamente

podemos usar la radio para toda finalidad, como si fuera lo único que sabemos hacer. Lo hacemos muy bien, sin duda, pero necesitamos que cada espacio tenga respuestas adecuadas.

Creo además que necesitamos estrategias para generar bancos de información, que permitan la recuperación, el almacenamiento y la correcta utilización de la información. Siempre con la participación de los actores sociales que normalmente están incluidos en el escenario. Nosotros, por nuestra parte, en este escenario de la Universidad en el que trabajamos, tenemos que apuntalar esta lógica en la que seguramente vamos a recibir nueva y valiosa información.

Por último, es necesaria también una estrategia "político-comunicacional", que nos lleve a construir políticas públicas de comunicación. Es imperdonable que esta sociedad siga hoy, con tantos años de democracia, sin tener una ley de radiodifusión. Esto –evidentemente- tiene que ver con el escenario nacional, con procesos de construcción política, con hegemonías, pero también con todos nosotros, los diversos actores sociales, que no hemos sido capaces de construir políticas públicas en esta línea.