

Comunicar es más que informar

LA COMUNICACIÓN POPULAR

Una propuesta comunicativa para
la transformación social

ANTES DE EMPEZAR...

MANIFIESTO IMAGO

El conjunto de Cartillas que presentamos a continuación hacen parte de la iniciativa de consolidar un enfoque pedagógico en los procesos educativos desarrollados por la fundación IMAGO acorde con su misión, su visión y sus principios.

Buscamos recoger las experiencias adquiridas en medio de las labores formativas, así como los aprendizajes obtenidos en nuestro trabajo con las comunidades; para entronizarlos en una propuesta pedagógica y política de formación para la acción y el cambio de realidades y entornos conflictivos y adversos desde la cultura.

Queremos poner nuestra práctica al servicio de todos aquellos, individuos y colectivos, que se interesen por el trabajo comunitario en todas sus manifestaciones, brindando herramientas teóricas y metodológicas, para desplegar proyectos alternativos de sociedad, de gobierno, pero especialmente de cultura. Proyectos alternativos que rescaten y promuevan los más dignos valores y expresiones artísticas de la cultura popular para reconstruir nuestro tejido social.

Creemos que de esa manera podemos aportar como organización a la edificación de una paz justa, prospera y duradera en nuestro país: trabajando e impulsando iniciativas barriales, locales y regionales que se pregunten por unas nuevas formas de pensarnos, reconociendo lo que somos y buscando desde nosotros mismos lo que queremos ser.

Esperamos que estas cartillas, su contenido y las opiniones en ellas expresadas sean del mayor provecho y ayuda para cada uno de sus lectores.

ADVERTENCIA!!!

De acuerdo con la intencionalidad de estas Cartillas anteriormente expresada, nos vemos en la obligación de sugerir que no poseen información para sujeto, mujer, hombre u organización cualquiera.

Para que la información allí expuesta pueda surtir efecto alguno, se debe contar con cantidades alarmantes de inquietud e iniciativa, un muy alto grado de sensibilidad social, niveles importantes de inconformidad e irreverencia ante la realidad, confianza en la posibilidad de cambio individual y colectivo, capacidad de servicio; y reconocimiento del respeto, la solidaridad y la igualdad como bases de una paz con justicia social.

CONTRAINDICACIONES

Antes de empezar a leer una o todas las cartillas tenga en cuenta que su contenido no es compatible con el escepticismo, el arribismo, la intolerancia y la discriminación de cualquier tipo. No se ajusta a verdades preestablecidas ni pensamientos eruditos, no resiste su estadía perpetua en bibliotecas ni colecciones de lujo. No es para el conocimiento por el conocimiento mismo, es en esencia para la práctica.

Un estudio detenido y reflexivo de las mismas puede tener efectos secundarios: estados eufóricos, sueños utópicos, sentimientos de esperanza y responsabilidad con el futuro, ánimos de trabajar por y para la comunidad, deseos de transformación.

Si aun después de la advertencia y las contraindicaciones, usted decide leerlos, quedara comprometido a divulgar el saber adquirido y a buscar maneras de implementarlo. De no asumir el reto, esperamos al menos, un cambio de actitud frente a la vida... Bueno, lo mínimo es que se relájese y disfrute su lectura.

DE LOS INGREDIENTES

Estas Cartillas que hoy salen al público, hacen parte de lo que podría llamarse el Programa de Formación de la Fundación IMAGO. Programa que ha venido tomando forma en las distintas Escuelas de liderazgo trabajadas por nosotros.

Son cinco en total las cartillas en las que se concreta nuestro programa, que no se agota en ellas, muy por el contrario, son éstas un primer paso en la materialización y el enriquecimiento de nuestra experiencia.

Cada Cartilla desarrolla un modulo o tema principal y los posteriores subtemas que ayudan a sustentarlo y darle profundidad. Cada modulo guarda una estrecha relación con el que le sigue o antecede, es decir, todos los temas están relacionados entre si, respetando la armonía entre el conocimiento conceptual y practico que se pretende enseñar.

Los temas y subtemas a su vez corresponden a tres Ejes de trabajo en los cuales hemos querido enfatizar nuestro Programa de Formación y que son transversales a toda la propuesta. A saber son: El sujeto y su proyecto de vida como inicio y fin de cualquier proceso de formación, La cultura como fundamento para la paz y el desarrollo y La participación y la organización comunitaria como sustento del cambio social.

Cada modulo cuenta con ejercicios de reflexión y de practica sobre los temas que trata; y que pueden ser desarrollados de manera individual, grupal o como parte de una estrategia de formación más amplia.

La Cartilla numero uno desarrolla el modulo "El Saber IMAGO". En él se expone el origen de la Fundación IMAGO como proyecto de vida, se sustenta el porque de nuestro trabajo desde la cultura y con jóvenes y niños; y por ultimo, a partir de la experiencias de la Fundación se plantean dos propuestas de trabajo con las comunidades, que les permita a éstas ser

participantes activas de sus procesos de formación, organización y transformación: La educación Popular y la Investigación Acción Participativa.

La Cartilla numero dos desarrolla el modulo “Cultura y Contraculturas”. Éste modulo tiene como temas de enseñanza y de debate la relación entre sujeto y cultura, la construcción de los imaginarios y las identidades, el multiculturalismo y el papel de la cultura en el mejoramiento de la calidad de vida y la construcción de espacios democráticos de convivencia.

La Cartilla numero tres desarrolla el modulo “Comunicación y realidad”. En éste modulo se trabajan los procesos comunicativos, el individuo en la comunicación, la comunicación como hecho cultural y político, la cultura de masas y la construcción de imaginarios colectivos, la comunicación como instrumento de cambio de la comunidad.

La Cartilla numero cuatro desarrolla el modulo “Poder o empoderamiento”. Este modulo explica la condición política de todo individuo, el papel de la política en la construcción de un proyecto de vida y de un proyecto social y comunitario, teorías del poder, la política como la posibilidad de “hacer posible lo imposible”; y la Educación Popular como propuesta de empoderamiento comunitario.

Por ultimo, *la Cartilla numero cinco* desarrolla el modulo “Investigación para la acción”. En él se presenta las intencionalidades y formas del conocimiento, el conocimiento como respuesta a unas preguntas vitales, teorías del conocimiento, la heterogeneidad del conocimiento; la Investigación Acción Participativa como una propuesta de investigación desde y para la acción, en la búsqueda de soluciones a las necesidades comunitarias.

A partir de esta información puede usted ubicarse en el objetivo y tema de trabajo de cada Modulo.

DEL MODO DE EMPLEO

Para todos aquellos que se aventuren en la exploración y puesta en práctica del contenido de estas cartillas proponemos tres formas de intentarlo:

1. *Como lector interesado*, quien por inquietud o como parte de su trabajo, necesita estudiar sobre uno o varios temas desarrollados en cada Cartilla y lo que en ellas se plantea le parece pertinente e importante en su proceso de investigación.
2. *Como promotor de la propuesta*, quien hace parte de la Fundación IMAGO o de alguna de las Escuelas de formación y por interés y afinidad con la propuesta, colabora en su ejecución y difusión.
3. *Como promotor y constructor de nuevas propuestas*, quien o quienes a partir de las ideas y conceptos aquí expresados desean reproducir la experiencia y desarrollar nuevas propuestas de trabajo en sus comunidades

En todos los casos le recomendamos trabajar las actividades y ejercicios de comprensión de los temas, como una forma lúdica de acceder a ellos y principalmente como una forma de afianzarlos.

CARTILLA UNO: EL SABER IMAGO ¿QUÉ PUEDO YO ENCONTRAR EN ESTA CARTILLA?

DEL CONTENIDO ESPECÍFICO DE ESTA CARTILLA

MANIFIESTO IMAGO

- Advertencia
- Contraindicaciones
- De los Ingredientes
- Del modo de empleo

DE LOS PROPOSITOS DE ESTE MODULO

EJE: SUJETO Y PROYECTO DE VIDA

- La comunicación en la vida de los individuos y las comunidades
- El porqué y para qué de la comunicación en la comunidad

EJE: LA CULTURA COMO FUNDAMENTO PARA LA PAZ Y EL DESARROLLO

- Una comunicación popular para las transformaciones sociales
- Una concepción integral de los derechos a la comunicación
- Comunicación para las transformaciones sociales

EJE: LA PARTICIPACIÓN Y LA ORGANIZACIÓN COMUNITARIA COMO SUSTENTO DEL CAMBIO SOCIAL

- Algunos elementos importantes para la construcción de nuestras estrategias comunicativas.

DE LOS PROPOSITOS DE ESTA CARTILLA

El interés fundamental de esta cartilla es hablar de la comunicación, de ese acto tan humano y cotidiano.

El propósito general es ahondar en una reflexión crítica del acto de comunicarse, las herramientas y formas de asumir la comunicación y entre ellas, una que se acerque más a los procesos de transformación social.

Queremos propiciar una reflexión crítica e integral en torno al sentido y las posibilidades ofrecidas por la comunicación a los procesos de transformación social.

Buscamos plantear una forma de comprender y abordar la comunicación, que fortalezca los procesos de educación popular, IAP y transformación cultural.

Nos proponemos brindar herramientas para la creación de estrategias comunicativas que propendan por los procesos de transformación social.

Para recordar!!!

Todo proceso de enseñanza-aprendizaje en el ser humano se desarrolla en tres dimensiones: afectiva, cognitiva y expresiva; en otras palabras, el **querer** saber, el **saber** a adquirir y el nuevo saber a **practicar**. Para que el saber no sea solo **información** sino **conocimiento**, todas sus labores de estudio, puedes trabajarlas de esta manera.

AHORA LE TOCA A USTED...

Antes comenzar el estudio de esta Cartilla, sugerimos que usted también haga explícitos los motivos por los cuales llega a ella.



....Y entonces....

Cual es el interés general de su consulta
Porque quiere saber sobre el tema o temas
Que necesita saber
Que va a hacer con este saber

Para optimizar aun más el proceso de estudio y/o enseñanza de la Cartilla, le sugerimos acompañar sus propósitos de unas preguntas de exploración que hagan más concreto lo que usted *quiere y necesita saber – hacer*. Usted podrá

consultarlas constantemente en la medida en que avanza la lectura del Modulo e ir verificando si ya puede obtener alguna respuesta.

Ahora inténtelo!!!
¿Cuáles podrían ser sus preguntas?



Al finalizar el estudio de esta cartilla, estos mismos propósitos y preguntas le servirán de indicadores de aprendizaje de los temas del modulo; es decir que usted podrá evaluar cuanto de la información aquí consignada adquirió y/o le sirvió para satisfacer sus necesidades o motivaciones de conocimiento. En caso de que su consulta sea para la enseñanza le permitirá comprobar su dominio del tema.

Téngalo en cuenta

Ahora... ¡Manos a la obra!

EJE: SUJETO Y PROYECTO DE VIDA

La pregunta por el sujeto y por la repercusión que las enseñanzas impartidas tendrán en su proyecto de vida,

debe ser el principal interrogante y el punto de partida de cualquier proceso de formación.

Si bien los procesos de aprendizaje son colectivos, son los individuos (mujeres y hombres), quienes con sus intereses, ideas y experiencias, recrean, cuestionan, reconstruyen y en el peor de los casos reproducen acríticamente, los conocimientos adquiridos.

POR ESTO NUESTRA APUESTA ES POR LA FORMACIÓN DE SUJETOS CONCIENTES, CRITICOS Y RESPONSABLES CON SU VIDA Y SU ENTORNO.

LA COMUNICACIÓN EN LA VIDA DE LOS INDIVIDUOS Y LAS COMUNIDADES

¿Cuál es el papel del sujeto en la comunicación?

Uno de los temas más frecuentes cuando hablamos de comunicación, es la “objetividad”. Que si la información es objetiva, que si los medios lo son o que si lo somos nosotros mismos en una conversación. Pero preguntémosnos por un momento, ¿es posible la objetividad, o dicho en otras palabras, “la neutralidad” en la comunicación? Esta pregunta, que pareciera ser simplemente un aspecto más en el tema de la comunicación, constituye el eje fundamental de la propuesta que en esta cartilla presentamos.

Según Wikipedia, “la **subjetividad** es la propiedad de las percepciones, argumentos y lenguaje basados en el punto de vista del sujeto, y por tanto influidos por los intereses y deseos particulares del sujeto. La propiedad opuesta es la objetividad, que los basa en un punto de vista no prejuiciado, distante y separado, de modo que los conceptos en cuestión sean tratados como objetos”.

Ahora, por favor, pregúntese usted mismo o usted misma, ¿Es posible dejar de lado lo que somos, lo que sentimos, lo que pensamos para hablar u opinar acerca de algo?, ¿Es posible quitarnos en algún momento lo vivido, lo gozado, lo sufrido?, y si quitáramos todo eso ¿Que quedaría de nosotros?, ¿Que seríamos entonces?. Somos lo que vivimos, lo que soñamos, lo que anhelamos, lo que sufrimos, lo que opinamos, somos nuestra historia y si nos la quitamos no tenemos un lugar desde donde hablar.

A modo de ejemplo, nos pueden decir por la radio o la Tv. que los las mujeres más bonitas son las muy flacas, muy altas y muy delgadas y rubias, pero resulta que en nuestro pueblo las mujeres que vemos a diario son robustas y morenas, por tal razón a nosotros nos parecen bonitas ellas y esas que muy rara vez vemos porque no tenemos como. O también, nos dicen en los noticieros que esta “demostrado científicamente” que la adolescencia es una etapa depresiva donde muchos jóvenes se suicidan, pero en mi vereda los jóvenes lo que hacen es casarse y empezar las tareas adultas muy rápidamente.

En nuestra opinión no es posible ni deseable la objetividad en la comunicación. No es posible porque siempre miraremos el mundo desde nuestro lugar como sujeto individual o colectivo y en ese caso, estamos siendo subjetivos. Hasta el intento por la objetividad es un intento que realiza una persona y así, es una construcción subjetiva. Además, no es deseable porque la comunicación nos debe permitir hacer del mundo lo que soñamos que sea, nos debe permitir vivir cada día mejor y la construcción de ese mundo mejor, se alimenta de lo que cada quien concibe como vivir mejor. La objetividad es el asesinato del sujeto que siente, piensa y sueña, por darle vida a la cosa fría, sin razón, pensamiento y ni sentimientos.

Evidentemente, hay cosas o situaciones que existen independientemente de la manera en las veamos y por eso, son situaciones “objetivas”. La pobreza material por ejemplo, es una situación objetiva, pues independientemente de que nos pensemos ricos y afortunados en muchos sentidos, si en una sociedad por la que para todo hay que pagar, no tenemos como pagar por algunos bienes y servicios indispensables para satisfacer nuestras más básicas necesidades como la salud, la alimentación, la vivienda, el esparcimiento y la diversión, estamos en la pobreza. Pero lo que no podremos hacer nunca, será pensar la pobreza quitándonos lo que somos.

No es lo mismo pensar en la pobreza cuando se es pobre que cuando se es rico, no es lo mismo hacerlo cuando no se ha salido nunca de la comodidad de una buena casa y una buena oficina, que cuando se sale a la calle y se conoce la situación de pobreza que muchas personas viven. No es lo mismo cuando uno siente y piensa que la dignidad de las personas y los pueblos está por encima de todo, que cuando para uno el mundo se divide en compradores y vendedores. *En este caso, pensar la pobreza con objetividad sería pensarla por ejemplo, dejando de lado el anhelo de que todos y todas podamos vivir con respeto y dignidad, y eso, no es deseable.*

Entonces, a pesar de la cantidad de información que nos llega a diario y sobre tan determinados temas, la tarea de los sujetos materializados en individuos y comunidades es analizarla, diseccionarla y examinarla a partir de nuestros propios intereses, creencias y

necesidades para saber si se ajusta o no a lo que nosotros entendemos y a la realidad en que vivimos. Si nos dicen que la última moda es el tacón puntilla pero las mujeres de nuestra comunidad, la mayoría trabajan caminando todo el día y vivimos en una loma sin vías ni accesos peatonales ¿será que el tacón se ajusta a la necesidad de caminar y al interés de nuestras mujeres de estar lo mas cómodas posibles en la jornada laboral?

Ejercitemos la reflexión. Escoja una noticia del día y pregúntese quienes eran los actores, que hicieron, que dijo el noticiero que era lo que pasaba y porque. Ahora intente darle una explicación desde lo que usted cree que sucede.

El por que y para que la comunicación en la comunidad

Esta es una pregunta bastante compleja, pues preguntarnos para que la comunicación, es preguntarnos para que relacionarnos con otras personas. Razones para pensar y trabajar en la comunicación hay muchas, razones para argumentar la pertinencia y necesidad de hacerlo, también. Veamos tan solo algunos elementos para alimentar nuestras reflexiones en torno a por que y para que esforzarnos por construir cada vez mejores formas de comunicarnos en nuestras comunidades.

- **Para expresarnos y existir.** Cuando le contamos a otras personas lo que somos, lo que hacemos, lo que vivimos, lo que pensamos, nos damos un lugar un el mundo, pues de cierta forma, para el resto del mundo existimos en la medida en que nos comunicamos. Así, pensando desde los otros y las otras podríamos decir, *me comunico luego existo*.
- **Para el intercambio de saberes y experiencias.** Sólo de esta forma, conociendo y poniendo en dialogo lo que cada quien piensa, siente, vive, hace y opina, podremos comprender integralmente nuestra realidad, solo así, podremos generar propuestas y procesos de transformación incluyentes y democráticos de nuestras comunidades, nuestras sociedades y nuestro mundo.
- **Para articularnos y construir conjuntamente,** pues si el origen de nuestros problemas es común, su transformación también debe serlo.
- **Para protegernos.** En un país en guerra, como el nuestro, la comunicación se llega a convertir incluso, en una forma de preservar la vida y la integridad de las personas, las comunidades y los procesos sociales. Cuando una comunidad se encuentra en riesgo por ejemplo, lo primero que solemos hacer es contarle al mundo lo que allí pasa para que todos pongan su atención allá, de esta forma, los agresores tienen que pensarlo dos veces antes de cometer algún crimen, pues así, será más difícil la impunidad.
- **Para la reconstrucción y el sostenimiento de la memoria colectiva.** Muchas veces oímos hablar de procesos de recuperación de la memoria, pero nosotros, estamos convencidos que además de reconstruirla, hay que socializarla y mantenerla con vida permanentemente, que el conocimiento circule todo el tiempo y para todo el mundo.

Pis Pis ...oiga si usted! Escriba un caso concreto en que la comunicación le puede servir a su cuadra, su esquina, su barrio o su vereda.

EJE: LA CULTURA COMO FUNDAMENTO PARA LA PAZ Y EL DESARROLLO

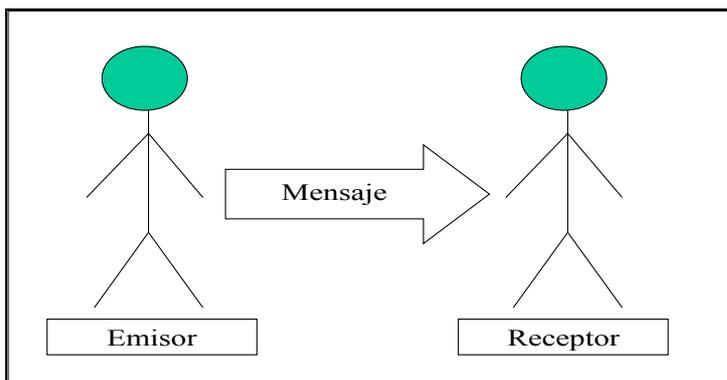
Todos los procesos de formación buscan mantener y/o difundir un conjunto de ideas para la consecución de un objetivo cualquiera que este sea.

La formación para el cambio social, parte de la base de que solo son posibles las transformaciones sociales, políticas y económicas, si se acompañan de cambios en la forma de ver y representar el mundo.

LA CONSECUENCIA DE UNA PAZ Y UN DESARROLLO
SUSTENTABLE
EN LAS COMUNIDADES VA DE LA MANO DE CAMBIO DE
MENTALIDAD.

**UNA COMUNICACIÓN POPULAR PARA LAS
TRANSFORMACIONES SOCIALES.**

Generalmente, pensamos la comunicación desde el esquema clásico de emisor-mensaje-receptor:



Es como si la comunicación fuera simplemente un acto en el que le entregamos información a alguien más. Si nos detenemos a pensar por unos momentos en todo lo que la comunicación implica, este esquema tendría que llenarse de muchas flechas, personajes y aclaraciones. La comunicación toma formas distintas de acuerdo a los contextos sociales, económicos, políticos y culturales en los cuales ocurra, y de acuerdo con los intereses, necesidades y acumulados de quienes participan en ella. La comunicación es pues, un proceso mucho mas complejo que la entrega de un mensaje, se trata de una relación social y cultural¹ en la que se construyen, comparte, difunden e interpretan y apropian contenidos simbólicos, formas de interpretación de la realidad. Si quisiéramos, desde esta perspectiva, comprender las dinámicas y relaciones comunicativas de nuestras comunidades y nuestras sociedades, no podremos limitarnos a preguntarnos ¿Quién emite? ¿Que emite? y ¿Quién recibe el mensaje?. Así, si quisiéramos construir una estrategia para comunicarnos con otras personas, no podemos solo pensar en que queremos comunicar y a quien se lo vamos a comunicar.

Una concepción integral de los derechos a la comunicación.

Estas concepciones en torno a la comunicación, que en términos técnicos podríamos llamar reduccionistas, pues reducen la comunicación al mero hecho de la entrega y recepción de información, nos han llevado a pensar la inclusión y la exclusión en la comunicación desde dos perspectivas. Por una parte, como la posibilidad de acceder o adquirir la información. Una preocupación que no es menor en una sociedad donde la información se ha convertido en una mercancía, donde nuestras posibilidades de acceder a ella dependen directa e indirectamente de nuestros capitales económicos, sociales, políticos y culturales.

Por otro lado, como las posibilidades con que contamos para que nuestros intereses y las situaciones relacionadas directamente con nuestros contextos y nuestras vidas, tengan un lugar en los mensajes emitidos por los medios. Se suele decir, que muchas situaciones son invisibilizadas en los discursos de los medios de comunicación masiva y esto, también es evidentemente cierto. No todo es noticia y no tendría sentido que así fuera, pues sería por ejemplo, como hacer un mapa de Latinoamérica del tamaño de Latinoamérica. Una de las principales funciones de los medios es la de seleccionar algunos aspectos de nuestro presente y nuestro pasado para ser contados. Pero preguntémosnos por un momento ¿Cuales han sido los criterios de los medios de comunicación tradicionales en nuestro país para seleccionar las situaciones acerca de las cuales informan?

En pocas palabras, hemos venido concibiendo la inclusión y la exclusión en la comunicación, como las posibilidades de acceder a la información y de figurar en ella, dejando de lado aspectos sin los cuales, no será posible un ejercicio realmente democrático y democratizante de la comunicación. En la medida en que la comunicación es una necesidad fundamental para la vida en sociedad, ella debe ser tratada como un derecho fundamental de las personas y los pueblos, todos y todas tenemos el derecho a una comunicación con libertad y respeto por la dignidad, la diversidad y la autodeterminación de los pueblos y las personas.

¹ Es una relación social en la medida en que implica la interacción entre dos o mas personas, mediada por una serie de normas sociales y es cultural, por que el objeto y el carácter de la interacción son los contenidos simbólicos o dicho de otra forma, significaciones.

Es decir, tenemos el derecho de ser incluidos como fuentes en las diferentes situaciones narradas por los medios. Tenemos el derecho a escuchar diferentes versiones y opiniones. Tenemos el derecho a contar nosotros mismos en nuestra propia voz y desde nuestra perspectiva, las situaciones relacionadas con nuestros contextos, nuestras vidas y nuestras luchas. Tenemos el derecho a construir y difundir información. Tenemos el derecho y el deber, si nuestra intención es la transformación de nuestras realidades locales y regionales, de apropiarnos de la información que de los medios recibimos, desde un reconocimiento crítico de nuestros contextos, situaciones y condiciones sociales, políticas, económicas y culturales.

“De esta manera, deberemos esforzarnos por propiciar la inclusión de los diferentes sectores sociales en los procesos comunicativos, o en otras palabras el derecho a la comunicación, por lo menos en siete niveles distintos:

- Posibilidades de acceder a la información.
- Posibilidad para que las situaciones relacionadas directa e indirectamente con las vidas, contextos, procesos y luchas relacionadas con cada uno de los sectores sean informadas.
- Posibilidades para que cada quien cuente sus historias y procesos en sus propias voces y desde sus propias perspectivas.
- Derecho a ser consultados sobre las situaciones relacionadas con nuestras vidas y contextos (a ser citados como fuente).
- Posibilidades de construir y difundir información relacionada con nuestras vidas, contextos y procesos (acceso a la tecnología y el conocimiento necesarios para la comunicación).
- Posibilidad de apropiarnos de la información que seleccionamos y recibimos desde nuestras propias necesidades, interés y condiciones sociales, económicas, políticas y culturales. Es decir, el derecho a una comunicación construida desde y para la diversidad y no por encima de ella (Derecho a la educación para la comunicación).²
- Democratización de las tecnologías para la información y la comunicación (TIC's) y de los saberes necesarios para su utilización.

Comunicación para las transformaciones sociales.

Desde este enfoque, desde este intento por comprender integralmente no solamente la comunicación sino además los derechos que en torno a ella tenemos las personas y los pueblos, *hemos construido una propuesta de comunicación que además de democrática en sí misma, intenta ser democratizante y liberadora, para aportar al fortalecimiento de los procesos de transformación social y desarrollo comunitario.* Es una propuesta encaminada principalmente a los líderes comunitarios, gestores culturales y organizaciones y movimientos sociales.

Hemos hecho un intento por sintetizar nuestra propuesta en los siguientes principios básicos para la construcción de nuestras estrategias y propuestas comunicativas:

1. Dinámicas comunicativas dialógicas y participativas.

Generalmente, de la mano con el esquema clásico de la comunicación (emisor-mensaje-receptor), cuando pensamos en construir una estrategia comunicativa pensamos en como hacer que llegue la información a otras personas o actores sociales. Pero la posibilidad de construir formas incluyentes, democráticas y democratizantes de comunicación, pasa necesariamente por generar canales comunicativos que permitan el flujo de información en doble vía. Es decir, necesitamos pasar de la difusión al intercambio de información. No solo necesitamos decirle a otros lo que sentimos, pensamos, opinamos y hacemos, es importante que reconozcamos lo que los otros piensan, sienten y hacen, para desde, interpretar e intentar transformar conjuntamente nuestras realidades.

² Palacios Urueta, Julio Mario. Mediaciones de los medios de información y comunicación de masas en la construcción de imaginarios sociales.

2. **Una comunicación transformadora.** Debemos abandonar definitivamente los esfuerzos por la neutralidad, pues nuestros procesos comunicativos deberán encaminarse decididamente al fortalecimiento de las posibilidades de transformación y desarrollo comunitario. La comunicación no debe ser neutral, debe propender por ejemplo, por la democratización de las condiciones y posibilidades para la comunicación y por los derechos que a ella y en torno a ella tenemos todos.
3. **Partir del reconocimiento de las dinámicas, contextos, expectativas y necesidades propias.** Antes de asumir cualquier información acerca del lugar o la realidad en la que vivimos debemos hacer el esfuerzo por confrontarla con nuestra experiencia y los aprendizajes propios que de ella hemos obtenido.
4. **De la información a la formación.** Uno de los momentos cruciales de los procesos comunicativos es la interpretación que de los mensajes hacen los receptores, pues es en ese momento cuando el mensaje adquiere su significación última. Independientemente de las intenciones de quienes producen y difunden los mensajes, el significado que este adquiera para quienes lo reciban, dependerá de la manera en que cada uno de ellos lo interprete. Este proceso interpretativo dependerá de los contextos, recursos, conocimientos, pautas y valores de cada uno de los receptores y además, se realiza con la intervención directa e indirecta de otros actores sociales.

La manera en que leemos los mensajes de los medios de comunicación determina y condiciona la manera en que interpretamos la información que por medio de ellos recibimos. Así, la forma en que construyamos nuestras representaciones de la realidad y por lo tanto formas de opinar y de actuar, dependerá en gran medida de nuestras costumbres de recepción mediática y más aún, en un mundo que tiende a ampliar y reforzar cada vez más sus fronteras. Es decir, que mientras las fronteras geográficas de los países intentan volverse cada vez más impenetrables (como lo demuestran los debates sobre las leyes de inmigración en España y los Estados Unidos), las fronteras de su influencia política, cultural, económica y militar se amplían cada vez más (como lo demuestran los procesos de transculturación generada por la influencia de los canales de cable y las diferentes tecnologías para la información y la comunicación, así como las dinámicas del comercio en un sistema de mercado globalizado; y la realización de los diferentes tratados de libre comercio a lo largo de América Latina).

En este sentido, una de las tareas que habremos de asumir en el camino que nos hemos propuesto recorrer, es la de propiciar nuevas maneras de relacionarnos con los medios, darles un lugar distinto en los imaginarios sociales, quitarles su máscara de neutralidad y objetividad. Debemos generar procesos de formación que propicien una lectura distinta de la información mediática, es necesario comenzar a hacerle nuevas preguntas a los medios, propiciar actitudes más críticas frente a sus mensajes. Es necesario emprender procesos de educación popular que propicien la interpretación de la información desde los intereses, necesidades y condiciones sociales propias de cada comunidad.

5. **Estéticas y narrativas propias.** La participación en la comunicación debe ir mucho más allá de la inclusión de las historias de los otros y las otras, es importante que cada quien pueda contar sus historias en sus propias voces y estéticas, pues en ellas también se expresan sus acumulados históricos y culturales. Usualmente, nuestras dinámicas comunicativas están atravesadas por un ejercicio permanente de “traducción” de lo que los otros dicen, es como si hubiesen personas con lenguajes y formas correctas de expresión y otros que no supieran hablar. ¿Por qué traducir a nuestras palabras lo que los demás pueden contar en las suyas propias?, ¿Será que hay quienes hablan mejor o será más bien, que hay una forma dominante y hegemónica de hablar, que se adquiere entre otras en las instituciones educativas? Desde nuestra perspectiva, más que gente “bien hablada” y “mal hablada”, o gente “culto” e “inculto” lo que hay son personas que tienen acceso a una formación

educativa en la que se les enseña un cuerpo determinado de conocimientos y una forma específica de uso del lenguaje y otras personas que no tienen la posibilidad o el interés de recibir la educación que allí se imparte. La homogenización no es algo deseable, ni siquiera en el lenguaje, pues con ella, nos perdemos de las enriquecedoras posibilidades que nos brinda la diversidad cultural.

6. La seducción. Hay algo que debemos recordar siempre y es que un mensaje emitido no es necesariamente un mensaje recibido y mucho menos, un mensaje interpretado y apropiado. Y es en ese momento cuando el ejercicio comunicativo cobra sentido, no en el momento en que construimos los mensajes, sino cuando otras personas o actores sociales, deciden interpretarlos e interiorizarlos y en la medida de lo posible, reaccionar frente a ellos. Para esto, nuestros ejercicios comunicativos deben caracterizarse por un intento permanente por seducir a los demás para que reciban nuestros mensajes, para que se acerquen a ellos, para que nos escuchen, pero no como si estuvieran obligados a aprender, que es lo que pareceríamos creer cuando nos comunicamos por medio de extensos documentos que tan solo atraen la atención de ciertos círculos de personas. Necesitamos ser creativos y recursivos, necesitamos reconocer las estéticas propias de la gente, conocer lo que a la gente le gusta y le divierte. Exploremos el video, la fotografía, el teatro, la radio, las opciones son muchas, lo que se necesita es creatividad y un poco de esfuerzo.

7. Periodistas investigadores. El periodista de los medios de comunicación tradicionales, es la persona encargada de construir la información, es una persona que busca permanentemente sucesos que respondan a los criterios editoriales de su medio, para convertirlos en noticia en su propia voz. Desde esta perspectiva, la meta no es que sean contadas las historias de cada quien en la voz de un extraño, sino que cada quien tenga la posibilidad de expresar su palabra, de contar su historia desde su perspectiva y en su propia voz. Debemos trabajar por darle un lugar a todas las voces.

Así, deberemos esforzarnos por la formación de líderes y actores comunitarios que además de contar con la capacidad para reconocer e interpretar críticamente sus contextos, tengan los conocimientos y habilidades necesarias para comunicarlos masivamente. Contamos con personas en cada región, personas que hacen parte de los procesos acerca de los cuales nos interesa conocer e informar. Personas que son capaces de reconocer las necesidades y dinámicas comunicativas propias de su comunidad y de esta manera, constituyen una posibilidad para que cada comunidad se convierta en un comité editorial y en un equipo de reportería. Debemos acabar con la dinámica del extranjero que cuenta para dar el paso a una comunicación donde cada quien tenga su propia voz y cuente sus propias historias.

Ahora puede usted decir o escribir ¿que es la comunicación?, ¿Qué es la comunicación popular y en que se diferencia de la concepción tradicional de comunicación? ¿Cuáles son las principales características de la comunicación popular?

EJE: LA PARTICIPACIÓN Y LA ORGANIZACIÓN COMUNITARIA COMO SUSTENTO DEL CAMBIO SOCIAL

La formación para el cambio social
Parte de que éste cambio se pueda dar
De manera primaria en el sujeto
Pero para que tenga posibilidad,
Dicha transformación debe estar sustentada
en la construcción de sujetos colectivos
Que propendan por los procesos de transformación social

ALGUNOS ELEMENTOS IMPORTANTES PARA LA CONSTRUCCIÓN DE NUESTRAS ESTRATEGIAS COMUNICATIVAS.

Para construir formas propias de comunicación en nuestras comunidades debemos tener en cuenta algunos elementos que nos pueden ayudar a orientar la tarea y facilitarla.

1. Algunas Preguntas que siempre nos deberemos hacer:

- Que queremos comunicar.
- Por que y para que queremos hacerlo.
- Con quienes nos queremos comunicar. Cuales son sus dinámicas comunicativas.
- Como nos vamos a comunicar.
- Con que contamos para hacerlo.

2. Los avances en los desarrollos de las Tecnologías para la información y la comunicación,

hacen cada vez mas fácil y menos costosa (en sentido monetario) la reproducción, difusión, intercambio y construcción conjunta de información. Vivimos un proceso de masificación cada día mas acelerado de estas tecnologías, que a la vuelta de uno o dos años habrá cambiado radicalmente el panorama al que hoy estamos acostumbrados en términos de la comunicación. Todavía no hemos entrado realmente en la era del Internet, hasta ahora empezamos a acceder masivamente a los servicios de la banda ancha y esto va a significar en un momento nuevas costumbres de comunicación masiva e incluso, nuevas dinámicas comunicativas en nuestras relaciones personales. Radio y televisión por Internet, conversaciones en las que nos escuchamos y observamos, posibilidades técnicas que ya conocemos pero que aun no hacen parte de nuestra cultura.

La combinación entre el Internet y las tecnologías tradicionales para la comunicación y la información, como la radio y la televisión, amplían inmensamente el universo de posibilidades para la construcción, intercambio, difusión y apropiación de la información. Pensemos por unos momentos en el caso de la radio virtual. Los costos de producción son muy bajos, no son necesarios los estudios de antes ni los costosos equipos. Un computador, un micrófono convencional o una grabadora de mp3 y un software no muy complejo son lo único necesario³. Los costos económicos han dejado de ser cada vez mas un obstáculo para la realización de proyectos comunicativos. Aunque muchos softwares son excesivamente costosos, existen el software libre, las comunidades virtuales de intercambio como el Ares o E-mule y las diferentes formas de piratería que, desde la ilegalidad, también inciden directamente en las transformaciones culturales al romper las barreras económicas para el acceso a estas herramientas.

Siguiendo con el caso de la radio virtual, esta cuenta con la capacidad de viajar fácil y rápidamente y además, sin ningún costo adicional. Es decir, no es necesario que la gente vaya a buscar la emisora en un dial, ella puede llegar al correo de cada quien. Podemos enviar pequeños programas a los correos electrónicos y así, cautivar una audiencia rápidamente. Podemos también, intercambiar programas, información o recursos audiovisuales (fotos, videos o grabaciones de audio) con otros medios no sólo de carácter virtual. Podríamos por ejemplo, entablar una red de intercambio de programas entre emisoras comunitarias a lo largo de una región, en la que cada emisora monta sus programas y baja otros para reproducirlos en medio de su programación.

Por otra parte, la radio virtual supera algunas limitaciones que el tiempo impone a la radio convencional. No es necesario estar a una hora exacta y durante un lapso de tiempo determinado al pie del radio o en este caso del computador, para poder escuchar un programa, uno puede entrar a cualquier hora y bajarlo si así lo desea, escuchar una parte en un momento y otra después. Puedo escuchar la primera parte de un programa mientras desayuno y luego, antes de dormir la otra mitad.

Además de la radio virtual, podremos contar con herramientas muy prácticas como:

- Los Blogs.
- Skype.
- Cronogramas virtuales.
- Intercambio y difusión de videos.

³ Existen en Internet páginas y portales como Radialistas apasionad@s (<http://www.radialistas.net/>), en los que se enseña paso a paso como hacer diferentes tipos de programas radiales.

Para construir una propuesta de comunicación popular puede usted empezar las preguntas que siempre nos debemos hacer, así que porque no lo hace desde ya!