

# **¿PARTICIPACIÓN PARA QUE? UN ENFOQUE POLÍTICO DE LA PARTICIPACION EN COMUNICACIÓN POPULAR.**

**Rosa María Alfaro**

Hablar de políticas comunicacionales siempre ha sido una tarea poco motivadora, especialmente cuando el enfoque se detiene a diagnosticar lo que está ocurriendo en el ámbito de los gobiernos y los sistemas sociales. Lugar común de las repeticiones interminables, que oficializan absolutizando el problema del poder, estas temáticas han formalizado el modo de acercarse a comprender la conflictividad sociocultural y política que la comunicación es capaz de articular. Intentaré problematizar esta óptica desde la experiencia concreta del poner en acción la competencia académica, en aquella cotidianeidad oscura y compleja de las prácticas sociales y los intentos por hacer participar a quienes no siempre querían hacerlo, porque aún no le encontraban sentido. Pero los conocimientos que adquirimos no dilucidaban la acción, mas bien nos amordazaban de cierta inutilidad. Enganchados en convenciones alejadas de la ambivalente realidad social nos lanzamos a otras lógicas que no sabíamos cómo comprender, menos aún conducir. Sin embargo fuimos aprendiendo entre tanteos, conflictos y errores, generando entonces nuevas reflexiones, innovadores discernimientos para afrontar la significativa vinculación entre comunicación y política, pero esta vez

abordándola desde los sujetos sociales y sus discontinuidades políticas.

## 1. DE NUESTRA HISTORIA Y SUS MÚLTIPLES ENREDOS

Las experiencias y las formulaciones teóricas de la comunicación popular en nuestros países, se han venido comprometiendo de manera creciente con *la participación* de los receptores o destinatarios y de los profesionales trabajadores de los medios en las acciones y en los diseños de alternativas comunicacionales. Tanto así que cuando pensamos en ella, inmediatamente nos surgen imágenes del pueblo o de los periodistas hablando y decidiendo por sus micros, manejando consolas y cámaras de video, redactando o tomando fotografías, discutiendo las orientaciones en asambleas, vendiendo sus periódicos, es decir... pura participación. Así ésta se instaló definitivamente en la concepción del nuevo modelo comunicacional a propugnar.

Sin embargo, dos intenciones casi opuestas se enfilan en este sobredimensionamiento de la participación. La que pretende democratizar la comunicación como lucha política alternativa al sistema comercial, masivo y transnacional, de por sí negativo. Y aquella otra que propone la revaloración de la palabra del oprimido, como punto de partida de los procesos educativos que liberarían su conciencia. El énfasis de la primera se sitúa en el nivel macrosocial de las propuestas políticas, donde lo transformable está en el reordenamiento de la propiedad y el modo transnacional de

producir cultura hegemónica. Allí se deben gestar los grandes virajes que permitirían la participación, para un "después", cuando se haya conquistado el poder. Mientras que la segunda se ha venido definiendo en la práctica concreta de los procesos microsociales donde lo educativo se convierte en cualidad intrínseca del quehacer comunicacional, en la que el proyecto político está aún en la penumbra, pues los sujetos sociales, entendidos como movimientos y organizaciones se desarrollan hacia una ambigua utopía que en los últimos años ha tomado el nombre de protagonismo popular. Y allí y "ahora", en los pequeños grupos y experiencias se va conquistando la nueva democracia, en un desenfrenado activismo "repleto" de compromiso con el pueblo.

Dos paradigmas se esbozan así, el político y el educativo popular. Que si bien su origen viene del modo de entender la lucha social, o mejor dicho de las estrategias del cambio que nuestras sociedades requieren, se han trasladado y desarrollado específicamente hacia el campo comunicativo. Aunque sus matrices más remotas se insertan en las pugnas entre ilustrados y románticos adquieren un rostro particular en la complejidad política y cultural latinoamericana, a raíz de los nuevos y contradictorios actores sociales, quienes desquiciaron los viejos esquemas de interpretación y acción. Ese salto hacia el ámbito comunicacional, mecánicamente, ocasionó no pocos resbalones, al abandonar su relación con lo social. Porque, curiosa y contradictoriamente es allí donde ambas tendencias se unen, en esa "creencia" de que la participación a suscitar, ahora o después, debe ser

estrictamente comunicacional. Ocurre entonces que práctica política y comunicacional se disocian peligrosamente, lo mismo que la cultural masiva censurada de la realidad social, se separa de la alternativa, sea esta macrosocial o de educación popular. Al perder ambas su vinculación con la densidad socio cultural y política de la realidad, la nueva comunicación a gestar deja casi intacta y de lado aquella capacidad de convocatoria y goce popular que las comunicaciones masivas generan y que curiosamente sí se asientan y definen entre las identidades y los conflictos frustrados y postergados de los sujetos populares. Mientras las polémicas y mesas redondas insisten en la necesidad de participación de la sociedad civil y la política en la comunicación. Y los otros van construyendo experiencias "horizontales" de comunicación grupal o local, lamentablemente reñidas con el entretenimiento. Sin embargo los supuestos beneficiarios de ambas propuestas, los oprimidos y explotados, entregan todo su corazón, interés y placer a la comunicación cuestionada. Le piden lo que la política no les puede otorgar. En medio de un gran intercambio entre la vida y la comunicación van definiendo sus identidades, contestando sus grandes y pequeñas preguntas sobre el país y sobre sí mismos, satisfaciendo con sueños y finales felices, entre lágrimas y carcajadas, el gran desconcierto que nos ha tocado vivir hoy, procesando así de manera distorsionada la esperanza. ¿Qué nos ha estado ocurriendo entonces? ¿Qué sentido tiene realmente la participación? Es indispensable que nos interroguemos sobre lo que estamos pensando y aplicando ¿desde dónde estamos analizando y proyectando la participación? ¿Cuál

es su relación con la vida cotidiana y el conflicto sociocultural? ¿qué tiene ésta que ver con la nueva sociedad y qué lugar le corresponde entonces al dominado en la comunicación? ¿por qué suele suceder que a mayor racionalidad política, menor empatía con las clases populares?

### *1.1 Los usos comunicacionales de la participación*

La educación popular, desde Paulo Freire y sus seguidores aportó definiciones fundamentales a la personalidad de la comunicación popular.(2) En primer lugar se fue percibiendo que las transformaciones sociales tenían que ver directamente con los sujetos oprimidos, principales víctimas de la injusticia y la violencia social. Que a ellos les correspondía la liberación. Que la experiencia de vida y la toma de conciencia aportaban a la fundación de un nuevo saber. Mas aún, que sin su compromiso ideológico no había revolución ni reforma posible. Su participación era entonces estratégicamente fundamental, especialmente en lo que se refería a la educación de su conciencia, como paso previo a otros compromisos. De esta manera, dimos un salto teórico, práctico, necesario y de gran riqueza, aunque terriblemente arriesgado. Pues transitamos demasiado rápido de lo macro a lo micro, de lo objetivo a lo subjetivo, de la abstracción al mundo concreto, de las estructuras a los sujetos, de las vanguardias a las bases, de la acción social a la ideológica, de la acción política a la educativa y de los espacios "netamente" políticos a los de la vida integral y humana de

los sectores populares. Movimiento pendular no suficientemente procesado, ni discutido políticamente. A ello añadimos que esa propuesta iluminó nuestro quehacer en el mundo cercano de los pueblos y fundamentó o explicó nuestros desengaños partidarios ante formulaciones y métodos políticos que no empataban con la vida de la gente. Se produjo entonces un cierto "deslumbramiento", ante la nueva perspectiva, que nos sedujo sin haber profundizado mucho sobre el significado de la conversión acontecida.(3)

La comunicación popular se enroló en esa misma propuesta, desligándose de la alfabetización. Desde el teatro, las filminas, las fotografías, los boletines y periódicos murales, la radio local, los folletos, era posible plantear una comunicación para grupos pequeños, donde la finalidad central era comunicativa, pero entroncada en la educación popular. La definición del comunicador era la del vehiculizador de la liberación ideológica del pueblo. El quehacer previo a la transformación global del sistema social era posible, no había que esperar la revolución. Esta quedó por lo tanto postergada, lejos de la preocupación política. La participación se percibía por lo tanto como expresión y condición de esa comunicación educativa. El quehacer activo y consciente del oprimido en su proceso de transformación ideológica y comunitaria posibilitaría que trascendiera su rol de víctima. Pero, la relación entre esta actividad liberadora que comprometía a los intelectuales con el pueblo y aquella otra, la de los grandes cambios y las luchas políticas, no se fundaba y esclarecía, ambas permanecían como dimensiones intocadas, paralelas, casi alternativas. No se lograban interconectar. De un lado la

participación educativa carecía de un sentido macrosocial y político, sin embargo enriquecía y complejizaba la actividad política y daba rostro y expresión a las mayorías silenciosas y pasivas. Humanización y esperanza aportadas por el pueblo, que aún hoy no es comprendida por la dimensión política oficial, por no estar incluida en su lucha por el poder. Mientras tanto, los años setenta dieron a luz a unos ochenta, donde proliferaron los centros de comunicación y educación popular. Lamentablemente los procesos ocurridos perturbaron "la vigencia" del modelo, salvo algunas experiencias. El salto pendular poco digerido, el activismo rutinario, la institucionalización formal, la desvinculación con el quehacer político, la fragmentación de la relación con el pueblo a partir de "los proyectos",<sup>(4)</sup> la poca discusión y sistematización teórica, entre otros factores, fueron marchitando el espíritu creativo inicial y mostraron la gran ausencia del programa político que se pensaba gestar. La misma definición de la comunicación popular no permitía su nacimiento. Ocurrió entonces, que la concientización y la participación se fueron reduciendo a prácticas metodológicas y formales que mezclaban viejas y nuevas concepciones. El decantamiento no se produjo. Entonces cíclicamente repetimos el esquematismo racionalista, la conciencia realista objetiva, la separación entre vida cotidiana y experiencia educativa, entre el placer y el aprender y entre la acción social y la política, volviendo a instalarse en muchas de las experiencias latinoamericanas de comunicación. Así la participación se desvestía en la práctica de sentido renovador, de mito y vitalidad, de utopía política.

Otras tendencias llegan a considerar la participación en la comunicación desde definiciones más político-partidarias: la formación del poder popular, dando voz a las mayorías silenciosas. Dicha aproximación, sin embargo usó el concepto de democracia popular para diferenciarla de la burguesa. Se convirtió en condición y efecto político de la otra verdad objetiva que había que pregonar. Pero allí el sujeto estaba ignorado, no importaban sus procesos educativos, ni sus espacios subjetivos, ni las identidades culturales, ni sus necesidades comunicacionales. La participación era metáfora de la nueva sociedad igualitaria, había que relevarla y hasta forzarla para demostrar su vigencia y destacar la divergencia en oposición al sistema. Y como se debía portar la verdad, entonces se privilegiaba al dirigente político popular, cuya finalidad estaba en el esclarecimiento. Los hombres y mujeres humildes del pueblo debían también participar, pero para *demostrar* la trágica realidad social, constituyéndose como objeto y parte de un argumento político. Las propuestas de los profesionales de la comunicación especialmente de los periodistas de izquierda se acoplaron en el mismo sentido. Influyeron en destacar la importancia de la participación opuesta a la empresa capitalista de información, pero desde una perspectiva gremial de lucha contra los propietarios de los medios de comunicación. Presionaban por obtener ellos un rol democratizador, manifestando poco interés por la participación de lectores y consumidores, es decir del mundo "no profesional".



Los medios masivos comerciales, la radio, la prensa y la televisión no son tampoco ajenos a la participación. Más aún la utilizan con eficacia, entre aplausos, premios y congratulaciones. La participación se ha convertido en elemento motivador de audiencias, lo que garantiza mejores ganancias, movilizand o inversiones en publicidad. Los mismos noticieros, para ganar "ratings" privilegian la presencia y la tragedia del actor popular, en imágenes y voces dramáticas, hasta morbosas, asociando así la democracia a la información y el espectáculo. Pero, aunque todos sabemos que ésta sólo aparece en algunos momentos del proceso comunicacional, no podemos negar que el pueblo y sus litigios hacen noticia y están hoy presentes en el espacio masivo, con mucha fuerza y vitalidad. La entrevista, el concurso, la opinión pública de encuestados, la disertación del experto o profesional las llamadas telefónicas, las cartas, las imágenes, inundan nuestra cotidianeidad a pesar que la conducción, la selección y la orientación no son pertinentes a una ideología de la participación. Constituye básicamente una demostración y un gancho para la recepción, aunque para el que ve, lee o escucha esta participación constituye un valor, que le permite saber y ser más. Se mira, se compara y puede analizar diversas propuestas. Significa reconocimiento, constatación, empatía, modo de estar presente en la vida nacional. Algunos medios van inclusive más allá. Construyen su identidad competitiva sobre la misma participación que ofrecen, dando cabida a los sentimientos, opiniones y goces populares. Este avasallante crecimiento de la participación nos plantea nuevos retos. No basta recalcar la diferencia,

significa una urgencia de convertirla en una práctica y en un contenido democratizador, querido y buscado, porque da beneficios y transforma, haciendo posible la comunicación, en una vida social y política nuevas.

La participación por lo tanto admite múltiples sentidos. Su contenido liberador depende de sus intenciones y métodos como del modo cómo se incorpora a la vida subjetiva y objetiva de sus destinatarios. Las muchas experiencias motivaron aprendizajes, que se definieron entre saltos teóricos, abandonos y postergaciones políticas que nos hicieron perder perspectivas. La propia conflictividad social y política nos impedía la seguridad y la profundización. Carentes de tiempo, dinero y ánimo, en medio de tanta actividad afirmativa, no pudimos problematizar, investigar y sistematizar. Por ello al concretarla en términos comunicacionales la instrumentalizamos y achatamos, sin tomar en cuenta su vinculación con la otra democracia macro social y con la conflictividad cultural y política en que el pueblo de nuestros países está sumido.

## *1.2 La participación popular como fetiche*

En el mundo de los educadores y comunicadores populares, la participación es por lo tanto casi un ritual y una fe, significa y garantiza la liberación, no puede faltar. En ella se concentra toda una significación ideológica que la explica y la realiza. Pero consecuente con sus deficiencias conceptuales, se privilegia solamente la denuncia y el sociodrama revelador. Nuestros programas radiales se llenaron de voces

populares, lo que definía su carácter participativo y popular. Las reivindicaciones y las luchas, los testimonios y los rostros de los oprimidos en periódicos y boletines, justificaban y hasta reemplazaban su intención liberadora. Si el pueblo participaba o en otros casos si solo aparecía ya se trataba de "la comunicación popular".

De las experiencias locales se transitó a las masivas con el mismo esquema. El pueblo tenía que participar. Se convirtió así en rutina y hábito, como un ejercicio matinal. Poco se escuchaba lo que decían y por qué lo hacían, menos aún se les permitía transformar esa comunicación popular. Y allí perdimos al sujeto, no supimos recibir sus perspectivas, sus lenguajes, sus modos de percibir la realidad, de esperar la liberación, de construir sus prácticas comunicacionales cotidianas. Recogíamos lo textual, pero no desde dónde se decía y con qué intencionalidad. La dinámica productiva nos insensibilizó. Ni nosotros, tampoco ellos, nos enriquecimos con la famosa participación.

Un sin número de flechitas funcionales explicaban y organizaban nuestra práctica democrática alternativa, donde lo horizontal era la clave interpretativa de su sentido transformador, por fuera de la relación con el movimiento popular y sus conflictos. Lo negado era la verticalidad, sea cual, fuera y adónde apuntase. Ignorábamos o tratábamos de olvidar que la complejidad social y cultural ha hecho más borrosa la diferencia entre las clases, las culturas, lo urbano y lo rural, lo masivo y lo popular. Y que el propio pueblo es ya partícipe en la formación de una cultura de masas hegemónizada por la burguesía o los estados, no precisamente horizontal, que unas prácticas participativas no

podían cambiar tan fácilmente una relación social tan arraigada. Contradictoriamente, nuestra identidad tampoco se asumía. ¿Quiénes somos, para qué estamos? ¿cuál es nuestro lugar en la participación? ¿o es sólo para el pueblo, el "buen salvaje", la "masa atrasada," que debe avanzar? ¿nosotros no necesitamos la democracia? Fetiche entonces ¿para quién? ¿de qué lado estamos? ¿del sacerdote que exorciza? Pero el que hoy día lo podamos plantear así con toda su crudeza, es señal de redenciones mutuas que ya se inician, tejiendo la esperanza.

### *1.3 El conflictivo ejercicio de la palabra popular*

Hacer uso de La Palabra pública significa una ruptura llena de complejidad. Aquella que tiene valor social y simbólico. La que se explicita como manifestación de una voluntad de ejercerla, con sentido y continuidad. Hablamos de la capacidad para convertir lo que se aprendió en la experiencia cotidiana, en mensaje y vitalidad social que se comparte con otros, en aquellos ámbitos que no son propios, que todavía no se poseen. Más aún si esa palabra contribuye a la formación del "nosotros popular" de esa identidad colectiva que dialoga y disputa con las otras clases e institucionalidades sociales del país, construyendo las bases de una propuesta. La dificultad de aceptar ser para otros, conquistando nuevos espacios para sí, entonces se tiñe de una utopía que transita entre el modelo y el sueño de otra realidad humana y política, alejándose de la praxis "pragmatista" que calcula y obtiene beneficios. Es por lo

tanto subversiva y complicada, supone otra significatividad. Si no lo entendemos así, la perspectiva y el adónde vamos con tanta participación, se tornan vacíos, carentes de sentido. Durante mucho tiempo hemos pensado en ella de manera ingenua y formal. No podemos sin embargo negar que esa inocencia expresaba un nuevo descubrimiento de una fuerza vital, aquel que conecta el compromiso político de los comunicadores con las relaciones humanas dignas y concretas. Al revalorar la palabra popular, el saber en que está inserta, su capacidad y competencia cultural, develábamos interpelando la frialdad manipuladora y abstracta de las actividades políticas proselitistas, que buscaban desesperadamente en el pueblo nuevos militantes, midiendo influencias, capturando pequeños y grandes poderes, en medio de un gran desencuentro entre sujetos populares y partidos políticos.(5)

La experiencia y el análisis nos demuestran que esta palabra está significativamente conflictuada. En primer lugar porque los discursos "hegemónicos" populares no existen como tales. La multiplicidad de opiniones e interpretaciones que se gestan al interior de los movimientos sociales, sin aceptarse ni vincularse entre los diversos sectores y organizaciones que los procesan, el divorcio entre discurso y práctica, la fragmentación en que se encuentra sumida la palabra conforme a diversas y hasta contradictorias prácticas sociales, provoca trabas en su proceso de producción y dificulta la posibilidad de una coherencia discursiva que requeriría toda presencia pública en la sociedad política oficial. Más aún en una realidad tan cambiante como la nuestra, cuando la lógica del momento, ante tanto aconte-

cimiento inesperado, supera la posibilidad de enfrentar orgánica y consistentemente una estrategia.

Culturalmente la palabra del pueblo se encuentra encerrada y enredada por los modos de comprender la vida y por la propia lógica de la cotidianeidad, en relación a los acontecimientos, en un continuo diálogo y evolución. De un lado está el mundo familiar, el del trabajo, el barrio, como espacios propios, que incluyen prácticas y relaciones sociales que les son cercanas y les compete. Allí se valora la palabra, aunque jerarquizadamente. Desde el dirigente, el varón, el ama de casa y el niño, cada uno en su espacio social de protagonismo, requieren y ejercitan la palabra, imperativamente, como parte de la misma condición humana y sus procesos de socialización .

Frente a este mundo de "adentro", del "nosotros" más local y parcializado, están los otros, los "ellos" del mundo de "afuera". Allí la palabra se reprime y subvalora con los "extraños" sobreestimados, en la misma acción de empequeñecerse. Por lo tanto la experiencia cotidiana no se legitima, no vale para ser comunicada, definiéndose entonces relaciones de subalternidad con respecto a ellos, desde su devaluada palabra. La dominación vive dentro de los sujetos, no es una exterioridad. La palabra de otros se convierte entonces en una norma y en una censura porque contiene, el valor social simbólico por excelencia, definiendo las interrelaciones entre lo de "afuera" y lo de "adentro", es decir involucrando a las propias dirigencias populares y a sus bases en el uso de lo público, y de su propio mundo interno jerarquizado.

La misma dirección política interna se constituye en un orden que traba el ejercicio de la palabra de las bases o de sus dirigentes intermedios, más cerca al mundo del vecindario y la familia que del municipio, el estado, de los partidos, los patronos o capataces y los instruidos. Contradictoriamente esta perturbación no sólo es producido por las condiciones, los métodos y las prácticas constitutivas del accionar político sino por la delegación que las mismas bases le otorgan a sus dirigentes. En la figura de la representación le transfieren su palabra, se desprenden de ella, se quedan sin poder. Los líderes son elegidos porque hablan mejor, sabrán así defender y construir una eficacia para obtener "algo" del mundo exterior. Resulta ser más un arma o instrumento táctico que una propuesta política democratizadora.

¿Dónde estamos los comunicadores populares y qué estamos haciendo con esa palabra? ¿Cómo la estamos comprendiendo? Durante mucho tiempo hemos reducido o borrado su conflictividad cultural, social y política, la tomábamos sólo como voces y mensajes de los oprimidos, que hay que difundir o utilizar para denunciar. Pero que pasó interiormente con quienes participaron. ¿Se produjo autovaloración alguna en profundidad? ¿Frente a quiénes? ¿Ante nosotros quizá? ¿Qué sucedió luego en el pueblo, la asamblea, la familia, la actividad comunal? ¿Se conectaron ambas dimensiones de la comunicación?

Sin embargo los pobladores, los obreros, los campesinos, las mujeres y los jóvenes sienten la tensión entre una palabra que al entregarse se humilla, pero que es propia y trasluce y dignifica la experiencia de tantos años de mucha historia y actividad. En una especie de conciencia dramática

que sabe de su conflictividad pero que también anhela poder hablar bien. Sentimientos contradictorios explicitados en tantas demandas por talleres y capacitaciones de locución y oratoria, o de comunicación en general para aprender a hablar. Como también se manifiesta en esa espontaneidad por llamar y escribir a las radios, por participar de los noticieros de televisión asegurándose la difusión de su verdad, aunque sólo sea parcial.

El ejercicio de la palabra popular conlleva una profunda pugna entre realidad y utopía, entre autoritarismo y democracia, la que es imposible de recoger procesando sus desenlaces, con sólo abrir el micro o entrevistar.

Aquí la comprensión instrumental de los medios no nos sirve, se trata más bien de instalarse en el conflicto, "empujando" y apoyando las propias resoluciones del pueblo.

#### *1.4 ¿Sujetos u organización? ¿Quiénes son los protagonistas?*

Añadiendo al listado de nuestras incomprendiones, nos lamentamos de haber confundido sujeto con organización, en los dos sentidos. Unos porque al vincularnos con los sujetos concretos, las personas individuales y colectivas, supusimos que allí estaba implícita la organización y no fue así. Otros porque sólo pensaron en la organización y allí subsumieron a los seres humanos, borrando las múltiples características del rostro, la vida y el habla popular cayendo en la estandarización y el estereotipo. Por debajo de esta



ambigüedad nos trabajaba la oposición individuo-colectividad, como también la de una espontaneidad vital frente a lo orgánico formal "concebido", (6) negándose mutuamente. Pero los sujetos no son sólo individuos, sino también solidaridades naturales, espontáneas y construcciones colectivas, forjadas por voluntad, las que también significan distanciamientos, tensiones y enfrentamientos. La organización está compuesta también de sujetos, donde tienen cabida las expectativas individuales las demandas de reconocimiento, los efectos, como los apetitos caudillescos, y otros no nombrados. Nos importa por lo tanto comenzar subrayando la no contradicción sino la complementareidad entre ambas dimensiones, enfatizando sobre su continuidad, interconectada por la identidad y el devenir de los procesos sociales. Sin embargo ambas dimensiones se diferencian. Cuando hablamos de sujetos aludimos a la vida corriente de los integrantes del pueblo. Aquella inserta en lo cotidiano y en los acontecimientos grandes y pequeños, la que se practica en múltiples espacios de comunicación, incluyendo los medios masivos. Allí la realidad, la lucha por sobrevivir, el goce placentero, el encuentro vital, la ayuda mutua entre amigos y vecinos, las peleas o resentimientos ante la desigualdad interna, forman parte de toda complejidad, donde está presente la experiencia vivida como huellas asentadas en la memoria, donde los hábitos, ritos y costumbres del presente se repiten y recrean, dando lugar a la resistencia, hecha de burla e indignación ante el opresor, donde también la esperanza y el sueño se imbrican influyéndose mutuamente, tocándose constantemente con la

utopía aunque fuese sólo de costado. Pero donde también se procesan los engaños, las humillaciones y vergüenzas del "ser menos", alimentando la impotencia política.

Mientras que la organización supone una voluntad política común formalizada, para conseguir algo, para conducirse a sí mismos, pero sobre todo para relacionarse con los de "afuera" y captar beneficios, practicando de manera orgánica tácticas de conquista y de defensa. Allí se construye una otra identidad, pragmática y forzada concientemente, pero que va definiendo un embrión político hecho de decisiones y actividades de interlocución con otros sujetos del mismo pueblo y frente a las otras clases. Lo cual obliga a crear un orden interno donde se construyen normas propias, igualdades, acciones democráticas que van configurando nuevos modos de vivir en sociedad.

Allí la asamblea es el momento cumbre deificado, especialmente la de base. El que no asiste es subvalorado. Y quien no cumple lo acordado es sometido a sanciones, a veces tan rígidas que llegan a la incomprensión y la crueldad. Interpretar de una manera u otra tal o cual decisión es motivo de discusión y posteriores enfrentamientos. Las directivas "se bajan" o destronan cuando éstas falsean o utilizan esa voluntad colectiva para beneficio propio. La igualdad da seguridad y fe. Por ello tanta discusión interna, prolongando sesiones que perturban las condiciones mínimas de una buena asistencia. Las formas de autogobierno están allí, pero poderosamente influidas por la autoridad externa, frente a la cual hay que diseñar respuestas que signifiquen beneficios. Es el espacio de definición de las tensiones políticas y del futuro de la

organización. Y en ese sentido allí se deliberan las bases de una nueva democracia.

Si bien entre la vida espontánea de los sujetos y la organización representativa existen niveles primarios de continuidad. Sin embargo es bastante común percibir más bien el desencuentro en muchas organizaciones. Opera allí el énfasis en lo formal, utilitario y coyuntural ante las instituciones externas.

Se eligen y definen dirigentes para "gestionar" para relacionarse con el mundo de "afuera", allí se concentra y explica la representación. La cual origina entonces la debilidad de su función interna, como instancia de comunicación vital y de construcción de la democracia hacia "adentro", fundando una increíble paradoja. Mirada desde la democracia burguesa, por comparación, la organización es una innovación revolucionaria. Pero, analizada desde su coherencia interna, surgen sentidos aparentemente contradictorios, que no hemos sabido percibir y comprender. Por ello la asistencia a asambleas es deficiente, en términos cuantitativos y cualitativos de participación. La formalidad campea, en la manera de conducir las y en el lenguaje "adoptado" del político. Dura larguísimas horas, ocurren peleas y se especta el fracaso de algunas dirigencias. Se ha convertido en una obligación, reñida con el sentimiento y el deseo. Hasta el miedo tiene lugar. La acusación no comprende cómo la exigencia puede fracturar la vida personal y familiar de sus miembros.

Pero donde las debilidades son aún mayores, por lo menos en el Perú, es en los procesos de vinculación entre organizaciones. En los últimos años los proyectos de

centralización, tan importantes a una definición política y al proceso de unidad popular, levantan problemas serios en cuanto a su construcción democrática y mística interna, ahondándose los abismos entre dirigencia y base y esquematizando su desarrollo. La compartimentalización en que se encuentra el movimiento popular es aún muy profunda. Una práctica política forzada y desde "arriba" fomentando la articulación, pintará un escenario de cartón muy sencillo de ser destruido o incendiado. En ese sentido las organizaciones de mujeres han aportado al cuestionamiento de esta empobrecedora tendencia.

Sin embargo cuando dirigentes y bases se refieren a su organización la defienden y alaban, con gran entusiasmo, la colocan en su "deber ser", argumentan sobre su importancia, destacan las conquistas conseguidas, le entregan todo su afecto, pues constituye parte de su identidad, obtenida con su esfuerzo. Esta incompatibilidad entre discurso y práctica, habla de una terca esperanza en el valor de la representación y la autonomía popular colectivizada. La que se enchufa con la vida cotidiana y la participación espontánea reprimida en el silencio, sólo cuando los conflictos superan la formalidad y ocurre el desencanto. Entonces las peleas, los insultos, las nuevas elecciones, las marchas y protestas permiten que la organización se alimente, y se recicle, o se divida y desvanezca su fuerza de continuidad y cambio.

Curiosamente, sociólogos, políticos, comunicadores y educadores priorizan y subliman esa concepción orgánica y formal del colectivo, vaciándolo de conflicto, de su objetividad social y de mito político, destacando allí sólo la

figura del dirigente como la máxima expresión de esa formalización autoritaria. Se ha reforzado así la discontinuidad entre vida social y protagonismo político, entre discurso y práctica, entre personas y colectividades, entre lo objetivo y lo subjetivo, entre la afectividad y la razón, y entre lo real y el deseo de superarlo. Nuestra propuesta hoy es que ambas dimensiones no pueden desligarse, porque en esa cópula está su capacidad de transformación.

### *1.5 Las vinculaciones entre lo masivo y lo popular*

La idea de pensar y practicar en la realidad social utilizando para ello categorías opuestas e irreconciliables que batallan entre sí, perjudican nuestro modo de acercarnos al actor popular, e impiden que lo asumamos en sus procesos sociales y educativos. Pues cambiar no significa siempre pasar de un estado a otro, tachando lo anterior. Le negaríamos su sustancia histórica evolutiva. Como también estaríamos impidiendo que lo bueno, lo conquistado, lo transformado en la lucha por convivir en lo negado, se recupere y signifique avance y transformación, útil a la nueva sociedad a fundar. Y no es que estemos contra las rupturas sociales, sino que éstas deben formar parte del proceso de crecimiento de los sujetos, sin fomentar su destrucción. Aunque a nivel estructural y macrosocial estas rupturas o subversiones sean necesarias. Otra es la dimensión, de distinto nivel, del actor popular. Lamentablemente la guerra contra el sistema se ha entendido como batalla encarnizada entre personas, hasta tal punto que el campesino mata a su

hermano porque no quiere tomar las armas contra el enemigo burgués. Terrible confusión que ha pervertido el sentido humano de lo político. Nunca una revolución, ya sea pacífica o violenta deberá imponer, obligar y desquiciar al sujeto protagónico del cambio. El continuum del sujeto y sus organizaciones debe estructurar su modo de participar y transformarse, empatándose con el sistema social a innovar, aportando a él. La ruptura debe sentirse necesaria, que el pueblo vaya con ella. Ese será el único camino que garantice su participación en la conducción de los cambios sociales. Aquí está una de las claves de la relación entre actor y cambio social, entre pueblo e intelectuales, entre organizaciones y partidos, entre sujetos populares y la educación o la comunicación popular.

En esa misma línea lo masivo se ha satanizado, es el maleficio capitalista que debe combatirse, casi erradicarse. El pueblo que lo consume sólo puede ser alienado, casi un enemigo o un traidor a su clase. La única alternativa que entonces surge es la de la comunicación artesanal y local, que se endiosa y sobrevalora, mientras se esperan pasivamente los grandes cambios sociales. Pero felizmente la propia práctica ha sido y es más rica que nuestros viejos discursos y sistematizaciones. Las oportunidades de ingresar a los medios masivos surgieron sin ninguna previsión, especialmente en la radio y en alguna prensa periodística, (diarios, y revistas) coincidentes con una cierta evolución de la izquierda hacia los escenarios políticos legalizados de la democracia burguesa. Entonces se valoró lo masivo, aunque asumido como la otra información que

había que aprovechar de difundir, sin encontrarle su sentido estratégico y popular.

Surgieron así dos peligrosos equívocos. El primero que identifica la comunicación popular con el espacio local, excluyendo al pueblo de su responsabilidad para con la sociedad, en términos de la lucha pública y de la formación de una opinión política popular. El segundo que identifica la cultura y la comunicación popular reñida con la masiva, vírgenes del contagio comercial. Allí no estaría lo popular. Se ignoran así ingenuamente, los recorridos de la formación de la cultura, de masas en el país, que se forjaron en este siglo y ya tienen décadas de funcionamiento, comprometiendo en ellas los gustos y placeres de los pueblos y sus necesidades de representación cultural más vital y cotidiana.(7) Estamos ante el proceso de construcción de la hegemonía cultural, conseguida en complicidad con los sujetos populares, y por la captación de las demandas y modos de ser de las masas, hecha por las clases productoras. Y según cada país y sus conflictividades culturales y sociales esta amplia y homogénea cultura ha sido erosionada y conectada con las frustraciones políticas, con los procesos de postergación de lo nacional y la instalación precaria y desviada de la modernidad. Allí están hablando de ello aquellas experiencias masivas, como la radio folklórica, que surgió por presión de "abajo" hacia "arriba", donde cantantes y folkloristas se resistieron a la cultura transnacional y posibilitaron definiciones culturales populares en la conformación, aún incipiente pero existente del germen de una cultura nacional.(8) Cultura masiva desde la cual se ingresó a la vida pública usando contradictoria-

mente algunas y escasas técnicas de la modernidad, emparentadas con la edición disquera y radial casi artesanal. La comunicación masiva tuvo y sigue manteniendo vigencia popular. Pero su respuesta mediada, distorsiona y satisface desviada y parcialmente al sujeto popular. Sin embargo se le acerca y sabe tomar contacto, lo conduce recuperando sus necesidades de reconocimiento en la vida macrosocial, y en sus experiencias afectivas más individuales. Lo orienta seductora y procesalmente, como nosotros no lo sabemos hacer, no estoy planteando lo masivo como modelo. Por el contrario, sólo quiero destacar que la participación tiene que significar diálogo, cercanía e intercambio, sólo así será posible que la comunicación popular contribuya a la transformación social, haciendo del proyecto político una relación vital y organizada. La conformación de una nueva cultura, debe partir de su existencia actual, tan conflictuada, pero impregnada de riqueza. Será fundamental que se vaya edificando y recreando con la propia participación de los actores sociales prioritarios.

En una nueva propuesta lo masivo popular, no puede mantenerse al margen de lo local y de las organizaciones. Se trata más bien de vincular y asumir la transformación estratégica, interconectando ambas formaciones sociales, tan potencialmente útiles al cambio social.

## 2. LOS NUEVOS SIGNIFICADOS DE LA PARTICIPACIÓN POPULAR EN LA COMUNICACIÓN Y EN LA VIDA SOCIAL



## 2.1 *Construyendo una nueva práctica profesional*

La experiencia nos ha ayudado a madurar. Aquella que venimos practicando en los pueblos desde hace siete años, dos informalmente, cinco en una institución formada por nosotros mismos: La Asociación de Comunicadores Sociales "CALANDRIA". Todos somos comunicadores, la mayoría profesionales egresados de la Universidad de Lima, otros de origen popular formados en la experiencia y la vocación por comunicar, como las locutoras, las corresponsales, las actrices y las organizaciones con las que venimos trabajando. La inyección inicial fue fruto de una envidiable casualidad. Nos solicitaron dictar un curso para mujeres de un mercado, para que aprendieran a hablar por sus parlantes y se entusiasmaron en participar de la directiva. De los primeros tanteos que más bien fueron manotazos, surgió la empatía: el relato popular, que no hemos abandonado hasta hoy, cuando ya van cinco años del programa radial NUESTRA VIDA en el aire, se convirtió en tabla de salvación y factor de aprendizaje permanente. Las mujeres cuentan dramáticamente sus vidas, sus noticias, se ríen y reconstruyen la esperanza, aceptando lo educativo, no divorciado del placer de hablar y de escucharse en el contar. Del parlante al medio masivo, comenzamos con el programa semanal, ahora es diario y durante una hora, que ya resulta pequeña.

De la comunicación de base, transitamos hacia la pública, para luego volver al mundo de la organización y la localidad, sin abandonar lo masivo, sino más bien utilizándolo en su

capacidad motivacional y orientadora, como instancia de mediación social, pero que admite la intervención directa del destinatario. Ambos niveles fueron integrándose, venciendo nuestras mutuas resistencias. Primero, porque las mujeres de los pueblos no admitían que un programa radial pudiese llegar a una comunidad y enseñar algo útil a las personas y sus organizaciones.

Sólo estaba para entretener y educar desde un centro emisor, a pesar de admitir y destacar constante mente las diferencias entre NUESTRA VIDA y la programación comercial. Del lado nuestro porque más sabíamos producir que enseñar. Estar en los pueblos era todo un trajín, al que no estábamos acostumbrados, a pesar del romanticismo popular que nos embriagaba. Comenzamos formando en la institución un área distinta a la de la producción, que la llamamos "distrital". Durante casi dos años batallamos por integrarnos a la vida de dos organizaciones sumamente amplias y desarticuladas: el vaso de leche y los comedores populares, asumiendo así una perspectiva de organización territorial, frente o conforme a una estructuración política del estado, en los gobiernos locales, magnificando sin querer la capacidad política de los municipios sobre la vida popular y del país. Así estábamos en todas partes y en ninguna. Asistíamos a asambleas priorizando la organización popular, sin comprometernos a fondo con ninguna. Mientras que la respuesta a las demandas individuales y colectivas espontáneas se trabajaban más en el programa radial. Los alcaldes izquierdistas se fueron(9) y se desbarató el proyecto distrital. Las organizaciones ya sin apoyo se vieron obligadas a crecer, fundando centrales por zonas y departamentos,

cuestionando la inclusión de todo el movimiento femenino en los distritos y sus municipios, asumiendo en la práctica su independencia pero también comprendiendo la debilidad del aparato estatal y la importancia del gobierno central. Se prepararon para una interlocución mayor.(10) Las instancias de centralización se involucraron rápida y abruptamente en una lucha política directa peleando por su reconocimiento legal y defendiendo su autonomía como organización frente a un estado corporativo que les plantea subsumirse en las esferas de control de los órganos gubernamentales.

Fue allí que nos dimos cuenta que esa estructura, territorial de la institución ya no tenía sentido, la que correspondía curiosamente a un ordenamiento informativo: las corresponsalías y noticias de todo lugar. Sin pretenderlo habíamos trabajado con lo que queríamos negar; la coyuntura y el espacio político oficial empataba y ocultaba los residuos del paradigma informativo. Pues como dice Jesús Martín Barbero, "más que con muros las ideas nos aprisionan con su inercia, y de ella no nos liberamos fugándonos... sino recreándolas". Saltó entonces la careta y nos envolvió la necesidad de cambiar. Esta vez el sujeto social debía redefinir su lugar primordial en la estructura organizativa de la institución.

Se creó entonces el Área de Trabajo con las Organizaciones Populares, como instancia eje, la que permitía unir lo social con lo comunicativo, por encima de la preponderancia de los medios, más bien sometiéndolos. Cuatro sub-áreas la integran según las organizaciones: Vaso de Leche, Comedores, Vecinal y Trabajadores (mercados, ambulantes y domésticas). Las otras áreas, investigación, los de-

partamentos de radio, video, medios artesanales y documentación, deberán enrolarse fundamentalmente hacia el trabajo medular con las organizaciones, entendidas como totalidad espontánea y orgánica. Sin embargo una doble actuación se aplica a todas las instancias, la de relación con el espacio masivo, donde las competencias culturales y políticas van más allá del ámbito organizativo y lo complementan.

Desde mucho antes veníamos afinando nuestras propuestas educativas, en el acompañamiento, en las reuniones y los talleres de dramatización de comunicación y liderazgo y de producción de medios artesanales o masivos. Así fuimos edificando una propuesta comunicacional más integral orientada a que las organizaciones se doten de una capacidad de conducción de sus relaciones comunicacionales internas y externas, en lo orgánico en las secretarías de prensa y propaganda o equipos de comunicación; en lo ideológico en la comprensión de la importancia de la comunicación para el desarrollo político del pueblo; en lo democrático gestando independencia y participación; en lo cultural valorando su capacidad y riqueza cultural e incentivando la creatividad de bases y dirigentes, de hombres y mujeres, de adultos, jóvenes y niños. Las reflexiones que continúan son el resultado del proceso vivido, que hoy día nos acerca más a la interrelación entre comunicación y política.

## *2.2 Comunicadores y no sólo productores*

Un planteamiento difusionista necesita productores, es decir técnicos, y dominadores del lenguaje de los medios, con creatividad y brillante eficacia, pero centrados en la confección de resultados. Entonces fabricar productos es su pertinencia fundamental. Allí comienza y acaba su responsabilidad profesional. Es el fin o la meta, como un eje más de esa maquinaria de la industria cultural, por incipiente que ésta sea, donde el receptor es sólo entendido como reacción de efectos de consumo, ante los textos presentados.

La comunicación supone la existencia de un otro con quien nos relacionamos mediáticamente. Se trata de elaborar productos que sustenten, conlleven y favorezcan una vinculación real y simbólica, donde comunicadores y comunicados se involucren actuando el diálogo y la intercomunicación, con un destino valorativo y transformador. El interés se centra en los procesos comunicacionales y educativos que se gestan y no en la calidad intrínseca de lo ofertado, ya sea como contenido o como estética del productor. Pero a su vez los textos comunicativos deberían recuperar lo mejor de cada instancia, buscando y provocando la relación. Se trata de confeccionarlos para que sean usados, gozados y reflexionados, durante la emisión y más allá de ella. Entonces su pertinencia es relacional, en movimiento. No es su perfección estática, sino la que plantea la apropiación y el uso social liberador. No se pretende la confección de productos malos, sino de apostar a otra bondad o calidad, con intereses exteriores al instrumento. Más aún, estos productos deben expresar las dinámicas y los conflictos

populares, en sus lenguajes y expresividades y desde allí generar otras creaciones e influencias en los sujetos y sus movimientos sociales, entendidas como empatías integrales de cambio. Los destinatarios cobran entonces un papel fundamental. La investigación sobre temáticas pasa a un segundo lugar, indispensable, pero complementaria. Se trata de conocerlos para comprenderlos, para identificar su vida cotidiana, sus logros e identidades, sus conflictos y necesidades individuales y colectivas, el modo cómo se involucran en la vida nacional; y de allí pensar en nuestras respuestas y qué ofrecer. Desde ese momento ya la producción es parte de una relación comunicativa y no impera la lógica de una eficacia productiva, sea del tipo que fuera (derecha o izquierda).

Pero también los medios pueden servir para relacionar a unos grupos con otros. El comunicador debe favorecer la cercanía, el intercambio, la formación de una identidad más amplia, respetando la pluralidad. Vehiculizador de diálogos sus propuestas deben asociarse a la comunicación que ocurre en la vida familiar entre paisanos y vecinos, donde tiene sitio preferencial el afecto y la amistad para enriquecerse con ellos, al interior del propio medio y en otros espacios. Como también posibilitar la articulación simbólica y concreta entre organizaciones. De la misma manera debe aportar a la crítica y a la gestación de alternativas en el campo de la actuación macro social.

Escuchar y responder son las dinámicas que le competen al nuevo comunicador, las que se efectúan en las relaciones que posibilita la comunicación masiva como en la otra popular, donde la palabra y la relación es directa, frente a

frente, sin recurrir a los medios. Lo cual exige un descentramiento de lo técnico, para asumirlo como herramienta de trabajo, capaz de ser mediación simbólica de transformación. Pero también está la relación humana y el compromiso como alimento y diseño comunicacional.

### *2.3 ¿Adónde se dirige la participación?*

La definición del comunicador como promotor y gestor de relaciones actantes y vivas, nos permite ahora sí pensar la conexión entre comunicación y vida social. Esa riqueza le proporciona su valor estratégico. Cuando se hace comunicación se está directamente en las dinámicas y conflictos sociales, en la construcción de las identidades culturales, en las pugnas y las sumisiones políticas con respecto a las culturas hegemónicas, en las relaciones que se establecen y las que se ignoran, en las esperanzas que se fabrican entre los sueños y los placeres "evasivos" del entretenimiento, en las propuestas alternativas que se tejen y se construyen real y simbólicamente.

Pero esta compenetración con la vida social no podemos entenderla exclusivamente como los mensajes a tratar, entendidos como textos o discursos, sino como relaciones que gestamos, a través de los géneros que utilizamos, de las vinculaciones que provocamos en el nivel expresivo, de los modos de hablar, en la comprensión y consideración del que escucha, lee o ve, en la suspicacia que tengamos para entender y satisfacer sus demandas educativas, en las actividades que construimos fuera del medio, en las

valoraciones que propugnamos, en cómo moldeamos juntos, una comunicación para cada organización, en el clima que creamos, en los sentimientos que dejamos pasar, en las propuestas integrales que formulamos, donde los temas no se “especializan”, sino donde se dan cita los relatos que el pueblo le hace al pueblo para crecer, con nuestra ayuda y mediación, construyendo su propia interpretación ideológica y política.

El objetivo de la participación, entonces, ¿dónde está? ¿en la comunicación o en la vida cotidiana de los sujetos y sus organizaciones? ¿en un lindo o correcto programa radial o periódico mural, donde hay mucha participación o en el modo cómo se va edificando la democracia y la mística popular en las organizaciones?

Es importante evaluar el proceso de compromiso de las señoras o los jóvenes comprometidos con nuestros proyectos comunicacionales. ¿Qué sucede con ellos cuando "llegan a participar" al espacio de la comunicación, ya sea masiva o local? ¿cómo lo están comprendiendo? ¿no será que estamos construyendo un paradisíaco "aparte" comunicacional? Los procesos de producción horizontal que creamos, donde reina el respeto por la palabra popular, qué les significa? La dialogicidad que propugnamos, hasta forzamos, para borrar los abismos y las distancias sociales, realmente se producen? Lo que allí se vive, los lazos afectivos que se fundan, donde todos nos escuchamos, impregnados del espíritu de igualdad ¿qué repercusiones tienen en sus vidas y organizaciones?. Cuando vuelven a la casa y el autoritarismo del marido las agrede, cuando en la vida comunitaria los jóvenes no tienen lugar, cuando en la



organización los dirigentes y las vanguardias políticas, continúan manteniendo la verticalidad presionando en las relaciones con sus bases, cuando en los comparendos con el Estado se otorga todo el poder al gobernante. ¿Cuál es entonces la capacidad de transformación de esa felicidad participativa de la comunicación popular, tal como lo hemos venido pensando? Si bien no podemos medir los procesos de cambio social como si fuesen fórmulas químicas o matemáticas, tampoco podemos evadir la pregunta sobre ¿dónde va tanta participación? Se trata entonces de saber cuán profundas son las metamorfosis que nuestras prácticas educativas provocan en los sujetos populares, individuales y colectivos? ¿o será que estamos sobredimensionando la capacidad de la actividad educativa, en sí misma? ¿Acaso la complejidad de la vida, las orientaciones de los procesos sociales no son las verdaderamente importantes? ¿Nuestra función no estaría más bien en apoyar a esas definiciones por fuera de la comunicación? ¿Se trata entonces de evaluar la validez de la participación por la transformación que obtiene de los sujetos, quienes luego van a aplicar lo aprendido en las prácticas sociales?

¿No estaremos interrogándonos desde la misma matriz que queremos negar? ¿Acaso la comunicación debe tener un poder sobre las conciencias para revolucionarlas? ¿No estaremos nuevamente sobredimensionándola como el lugar preferencial donde la gente se educa, allí donde estamos nosotros, los comunicadores populares? ¿Qué pasa con sus vidas cotidianas, con la complejidad de la vida social, con el desorden cultural de la ciudad, con los sueños, las complicaciones...? Los procesos de producción deben estar

en relación directa con los culturales y los sociales. Como no importa tanto la cualidad "correcta" del mensaje, tampoco lo es el buen proceso educativo comunicacional, sino la compenetración entre vida social, comunicación y educación, allí la transformación se ubica a pesar que perdamos la visibilidad de su eficacia.

El objetivo está entonces en el cambio de la sociedad pero por acción, voluntad y decisión de los sujetos sociales insertos en ella, donde la comunicación tiene un papel cohesionador y de potencialización pública y orgánica importante. Nos interesa por lo tanto el poder que se va construyendo, la DEMOCRACIA popular que se va gestando, la Unidad a la que se va confluyendo, donde la comunicación tiene un lugar estratégico porque compromete las relaciones sociales y la subjetividad social, y actúa como modelo y camino de comprensión de la nueva sociedad a fundar.

Esta gran meta, ubicada en la convergencia entre comunicación y vida social se manifiesta en cuatro perspectivas de orientación, de direccionalidad de la participación: la de apoyar la construcción de la democracia como nuevo orden popular donde se respete la pluralidad, pero se construya participativamente el nuevo sujeto político. La definición como sujetos culturales protagónicos, desde donde se habla y se produce cultura. La palabra, como discurso en formación, donde se posibilite una opinión de conjunto, como también el diseño de alternativas. La mística como búsqueda de utopías posibles e imposibles, donde se fabrica la esperanza, dialogando con la viabilidad.

## *2.4 La comunicación en las organizaciones populares: logros y necesidades*

La vinculación entre los procesos comunicativos y los socioculturales y políticos, nos llevan necesariamente al mundo de la organización popular y lo que allí está ocurriendo, para ubicar así nuestro quehacer. Lugar fundamental, donde conviven sujeto y voluntad política colectiva, formalizada ante la sociedad. En ella se condensan reproducciones del orden social, como también aportes al cambio, embriones de un nuevo orden social. Comenzaremos por definir sus logros, para luego destacar sus problemas y necesidades. Hablamos desde las organizaciones de mujeres mal llamadas "funcionales" y algunas vecinales. Aunque últimamente nos influyen las irregulares organizaciones de ambulantes y mercados, en esta somera descripción de un diagnóstico apurado.

Las organizaciones han conquistado un lugar en la sociedad. Por resistencia y defensa o por tomar un lugar, apropiándose de lo anteriormente prohibido para el pueblo. Los sectores populares han recurrido a la organización como colectivo ordenado de igualdad y eficacia. No sólo han actuado, sino también hablado, se han hecho presentes en la escena social y política nacional. Se han transformado a sí mismos, de ser tratados como MASA, identidad y lugar asignado al pueblo por la comunicación y la política hegemónica, a constituirse como ORGANIZACION POPULAR, por voluntad propia, pero en interacción con el

entorno social, entre apoyos y agresiones. Así han obligado a cambiar los términos de la interlocución con el Estado y las otras clases. Ni masa, ni individuos, es más que ello, pues se autodefine en su existencia y su comunicabilidad, como no manejable, sino mas bien pragmáticamente protagónica, bordeando las conformaciones de una autonomía popular, de un reconocimiento y una fe en su propia capacidad para gobernarse, aunque esta conciencia esté aprisionada en problemas e indefiniciones. Y en ese sentido, la multiplicidad de organizaciones ha obligado a cuestionar el estereotipo standardizador, donde diferentes actores sociales y un sinnúmero de procesos políticos y comunicacionales plantean una complejidad, que nos obligan a diferenciar y llamar por nombres precisos a LAS ORGANIZACIONES POPULARES. Frente al concepto generalizador de "ciudadano" se superpone otro, que es el de pertenencia a una o varias organizaciones, como una "otra" definición de la identidad política, donde las prácticas de elección, de cuestionamientos, bajadas de directivas corruptas, acciones comunales, solidaridades, edifican un modo distinto de ser democrático en el país, de mayor riqueza que la otorgada por la vía electoral y oficial. Y así a la organización se le ama, se oculta sus defectos, para resaltarla como propia y vislumbrar sus posibilidades de crecimiento. Pero no todo es diferencia frente al orden burgués, sino que ambas prácticas e identidades 'se relacionan entre sí, lo cual nos lleva al mundo interno de la organización, donde los logros positivos mencionados se entremezclan con otros que de alguna manera reproducen el llamado orden establecido, generándose confusiones, rutinizando formalidades,

institucionalizando comunicaciones que cuestionan su capacidad de erigirse como un nuevo orden social alternativo.

Así tenemos verticalidades entre dirigencias y bases, que reflejan distancias y desigualdades entre unos y otros. Líderes pensados hacia afuera y no al "adentro" de la organización. La comunicación interna no preocupa, es espontánea y por lo tanto no se puede corregir, "es así". La palabra es concebida por su eficacia y no por las relaciones que provoca. Las secretarías de prensa y propaganda, heredadas de la prensa sindical, no funcionan, constituyen un cargo formal que rellenar para una sola persona, sin equipo, "un premio consuelo para aquellos dirigentes que no tienen buena correlación de fuerzas". Las pocas experiencias de revitalización de ese aparato orgánico de la comunicación, tienden a "especializarse" al estilo de una célula profesional, tan independiente, tan avocada a la confección de productos comunicacionales, que se aíslan, sin complicarse con el mundo de las relaciones entre los miembros de las organizaciones, perdiendo así su capacidad de transformación. Las pugnas, desprecios y discontinuidades culturales también tienen lugar. La procedencia campesina y la tradición andina son subvaloradas, no merecen un lugar en la dirigencia. En el mismo campo aparecen conflictos culturales vehiculizados por los modelos organizativos. Porque las organizaciones de base -cooperativas, comunidades- poseen enormes dificultades para asimilar y asumir las técnicas" de conducción de las organizaciones gremiales. Organizaciones que han sido concebidas con una

lógica urbano-occidental," especialmente cuando se trata de instancias nacionales.

La construcción de la unidad popular también adolece de problemas. De un lado están las centralizaciones, cuyas vinculaciones son débiles hilos que unen a bases con representaciones más federativas y amplias. ¿Cuántas veces las dirigentes intermedias que acceden a otros ámbitos, que participan en asambleas y eventos, no comunican lo decidido y aprendido a sus bases, no relatan, ni traspasan la experiencia porque en la misma definición de ser dirigente está ya implícita la ausencia de información?. El proceso de desarraigo que ocurre en los dirigentes que acceden a otras instancias dirigenciales, de gran tensión y complejidad, se va produciendo en medio de alejamientos y cambios culturales que los disocian de sus bases. Y qué decir de la fragmentación del movimiento popular, entre una y otra organización. Una carencia de comunicación que los políticos aprovechan para sustituirla con discursos unitarios abstractos y con la creación forzada de grandes y amplios frentes supuestamente orgánicos, representativos y nacionales. Los medios de comunicación que se utilizan, se asumen entre creaciones, como también repitiendo moldes no populares. La permanencia no es su signo. Se utilizan de vez en cuando, cuando la coyuntura lo exige. Se usan para que hablen los dirigentes, quienes se erigen casi como sus propietarios. Sirven más para afirmar la palabra de unos que para pensarlos en función a otros a quienes solo hay que convocar sin escuchar y compartir la palabra. La lucha por sobrevivir, avanzar y conquistar un espacio real, más que simbólico en la sociedad, ha forjado en el pueblo un espíritu

pragmático impresionante. Un espíritu táctico frente al gobernante, al poderoso y a la organización social, que le ha permitido construir una sabiduría en la respuesta. La lógica del momento oportuno para decir esto o lo otro ha venido enmarcando su palabra, que mirada desde fuera es oportunista, pero desde dentro es única opción para vivir y avanzar, en un país donde el Estado no dio nada, sino más bien ignoró y despreció a las clases populares y a las clases medias.

Esa desconfianza ensombrece los sentimientos de autonomía de cierta marginalidad política estratégica. El discurso popular está aprisionado en ese pragmatismo, fomentando su fragmentación. No es una opinión de conjunto, sino que se define por parcialidades, conforme a las circunstancias. Y aunque las constantes históricas y la experiencia vivida, podrían ser evaluadas y sistematizadas, porque hay matrices implícitas de reflexión, no se interesan por asumir tal tarea. Por ello dialogar con la sociedad es siempre una necesidad urgente del momento, no una acción permanente, y armónica. Y qué decir de las diferencias entre una y otra organización, entre la base y las dirigencias... Este discurso que denuncia, pero que también propone y que requeriría de un saber organizado, no sólo es inexistente, sino que aún no se ve su necesidad, existe poca motivación para asumirla.

La expresividad popular así se reprime. No hay valoración de la palabra popular. El dirigente copia al político. El hombre no deja hablar a la mujer y ésta se subestima. Los adultos no toman en cuenta las opiniones y demandas de los jóvenes. Se formaliza la palabra táctica, para poder

conseguir beneficios, la cultura popular se enraíza en la vida cotidiana, pero no es susceptible de manifestarse en la acción política, interna y externa de la organización. El entretenimiento, el goce, la subjetividad social se realiza en la comunicación comercial, pero no en la de la organización. Se entrega a otras y allí encuentra la representación cultural y hasta política, de carácter "nacional". Mientras que su propia comunicación protagonizada se queda en el mundo de la localidad.

Pero no podemos negar los avances, repletos de irregularidades, donde la gestación de lo alternativo concreto está aún demasiado trabado. Sin embargo, allí en medio de tanto problema y frustración, el propio pueblo percibe su identidad orgánica, aunque en pequeño, y la defiende con orgullo. Y cuando se comprueba la traición o la inmoralidad surge una indignación tan profunda, que nos habla de lo que está hecha, de intuición en la esperanza cuya experiencia es más utopía que realidad, posibilitando su continuidad. Y en el término de los plazos largos se notan las dinámicas de cambio, combatiendo nuestros desánimos, repensando con menos compulsión las etapas históricas que requiere la constitución del sujeto político popular.

Comprometidos con esa fuerza y esa intuición, debemos entender la comunicación en ese sentido, hacia un después, pero ayudando a transformar el ahora. Se trata entonces de aportar a construir la democracia interna, de favorecer las vinculaciones y respetos, de promover el saberse escuchar. Como comunicadores tendremos que aportar a la construcción de instancias orgánicas de la comunicación, sean secretarías de prensa y propaganda u otras, diseñando



con ellos nuevas formas de procesar la voluntad política, vitalizando la asamblea y el encuentro comunal.

El manejo de medios debe comprometer a los dirigentes y bases como instancias de acercamiento y mediación educativa. La cultura propia debe ir definiéndose en su accionar y orientación propia. Poco a poco descubriremos la importancia de la comunicación para la creación de la democracia popular, pero también para el diálogo con otras organizaciones y en el espacio público del país. La recreación constante del entusiasmo y la mística interna unida a la organicidad son las nuevas pertinencias de la comunicación popular al interior de las organizaciones, donde se van haciendo los nuevos protagonistas políticos de nuestras sociedades tan complejas y tan marcadas por la injusticia y la violencia.

## 2.5 LA VIGENCIA DE LO MASIVO Y LA REDEFINICION DEL RECEPTOR

Reconociendo la importancia de la organización, los sujetos populares no se agotan en ella. Están las preocupaciones individuales y las familiares, están las amistades y los parentescos que a veces suelen cubrir todo el territorio nacional y las diferencias laborales y hasta culturales. Están los espacios masivos que nos competen. Lo nacional, lo popular, incluye la organicidad y el orden ' pero también el desorden y el capital cultural.<sup>14</sup> Las pugnas sociales y las culturales, como las definiciones y complicidades se construyen en los espacios simbólicos colectivos de toda la nación y más allá de ella, frente y contra la

transnacionalidad, ante las posibles propuestas latinoamericanistas. Allí también se construye la identidad y el discurso popular.

Abandonar el medio masivo para después de los grandes cambios sería entregar la construcción de las culturas y las ideologías populares a las relaciones y los capitales culturales que construye la comunicación de masas. De otro lado, cómo imaginar el cambio social sólo desde la perspectiva localista, del micromundo de la organización. Los medios masivos ya están incorporados en la vida de las gentes, en las definiciones sociales y políticas, no podemos volver a las propuestas utópicas de las sociedades aisladas, de islas felices donde todo se resuelve. Ya las relaciones y las estructuras sociales son una tupida red de vinculaciones entre los mismo y los macromundos, más aún, la despolitización que plantea el entretenimiento no es tal.

Los programas de humor son canales de expresión de la ira popular, al ridiculizar lo político. La música habla de las identidades culturales en formación, donde lo propio y lo ajeno se confunden entre apropiaciones y pocas creaciones. Los melodramas (las telenovelas) responden a grandes preguntas sobre las otras clases y sobre las propias, enredando lo social en una estructura y una relación sentimental de sentido.

Por ello ambas comunicaciones deberían ser complementarias. Una debería motivar a la otra y viceversa; el propio pueblo abordando la gran aventura histórica de construir su propia identidad, de encontrar su utopía, de intercambiar sus esfuerzos, de acercarse a hablarse, comprenderse y exigirse. Allí en lo masivo se legitimaría su

presencia, la que daría cuenta de sus procesos sociales y culturales contribuyendo a ellos. Es un lugar donde se podrían definir competencias mayores. El pueblo no es sólo "mi organización". La responsabilidad del país tiene que ver con cada una y con todas esas organizaciones. Y también con los individuos, con el mundo personal y familiar. La subversión integral de la vida social a través y con el favor de la comunicación.

En este entendimiento ya tiene sentido la participación popular en los procesos de producción. No es sólo por nuestra generosidad, sino porque de esa manera se preparan a crecer en el ámbito nacional y a fortalecer la vida de la organización popular. Gradualmente aprenderán a dominar el proceso de construir su palabra, de configurar el relato, de manejar y recrear los lenguajes, de saber dirigirse a otros y generar una opinión popular, de vincularse entre los diversos sujetos populares. Los géneros y formatos que promuevan esa participación, las expresividades, los temas y problemas, los discursos espontáneos, deberán orientarse a que el pueblo construya esa relación y esa mística que lo van transformando en protagónico, no sólo de la comunicación sino en su ubicación y actividad en la vida social y política. Y esto cuesta, no es sencillo. Quienes trabajamos en la comunicación popular debemos entenderla como una grande y fatigosa empresa que se hace con autocrítica, reflexión, creatividad y participación y a más largos plazos.

En el espacio masivo, la organización se valora públicamente, se legitima como factor social en unión con otros. Pero también los sujetos populares pueden ser

dignificados por sí mismos como personas individuales y colectivas. Entonces la participación no sólo abarca los procesos de producción sino se define y toma en cuenta al destinatario individual y colectivo, desde su rol de RECEPTOR. Porque no se trata solamente de hacerlo participar, sería imposible que todos los consumidores lo hicieran, sino que la misma acción de emitir y escuchar trabaja una continuidad comunicacional, en una permanencia cotidiana, asumiendo el reto de la competencia con otras propuestas comunicacionales.

Entonces importa conocer a nuestro destinatario, desde su individualidad social, en su vida cotidiana, sus demandas y deseos comunicativos, sus conflictos afectivos y familiares, sus historias y las opacidades en la que se encuentra, las necesidades sociales, la supervivencia, los modos de expresar y de contar, los niveles de encuentro y de desencuentro entre las organizaciones populares y su vida personal.

Para tomar en cuenta al receptor en un sentido democrático no sólo requerimos establecer una relación con él, sino definir una valoración teórica del lugar que ocupa en el proceso comunicacional. Definitivamente no es un sujeto vacío, ni un recipiente por llenar, tampoco un simple mecanismo de respuesta al estímulo o la estructura de poder del texto comunicacional, constituye una instancia sociocultural de producción de sentido de distinta naturaleza que el emisor, porque interpreta, se apropia, colectiviza y usa lo que los medios le ofrecen. Mediante la interiorización subjetiva y las dinámicas de socialización, va construyendo

sueños, opiniones, críticas y goces diversos, sólo y juntamente con "otros", considerados como "suyos". Así se orienta y ubica en la vida social, se involucra en el proceso comunicacional, iniciado por los productores de los medios. En ese sentido no conforma una autonomía, sino realiza una actividad de construcción discursiva, de carácter relativo (mediatizada). Pero tampoco es sólo receptor, es un actor individual y colectivo de una o varias parcialidades del entorno social. Su consistencia no es sólo mediática. En la vida cotidiana, la familia, la historia vivida, las tradiciones y los sentidos comunes heredados, las relaciones comunicacionales directas, los espacios sociales de encuentro, las luchas y las conquistas sociales obtenidas, las relaciones con el poder como contratos hechos de sumisiones y negociaciones, sus organizaciones de defensa o acción, y las instituciones más cercanas, van construyendo toda una experiencia y una identidad, desde la que se ve, se lee y escucha. Actividad que no es tomada en cuenta en toda su integridad por el emisor, sino en esa su capacidad de captación mercantil y "epidérmica" de los rasgos culturales y sociales de su público. Los receptores son así interpelados por los medios, motivados, seducidos, pero en medio de una relación, entre sujetos, hecho de acuerdos y empatías que el antropólogo mexicano Jorge Gonzáles llama "frentes culturales",<sup>6</sup> como también de desencuentros y distanciamientos conflictivos originando resistencia y desencantos. Y como sustenta María Cristina Mata en su investigación sobre las radios populares en Córdoba, Argentina, "los usuarios son básicamente demandantes y es a raíz de sus demandas que entrará en el discurso

radiofónico la idea del conflicto entre las partes y que las emisoras se convertirán en mediadoras...". Lo cual significa de hecho la negación de una definición del receptor como sujeto absolutamente independiente. Está ubicado y sujeto al proceso de mediación del consumo cotidiano, rutinariamente compensador y gratificante. Pero tampoco podemos negarle su carácter de productor.

Nuestra propuesta se ubica en dos niveles. En primer lugar el cambio de protagonistas de la mediación: Pueblo con pueblo. Intelectuales con sujetos populares, sociedad civil y Estado. Por lo tanto el carácter empresarial de la comunicación debe ser cambiado o sometido a esta nueva instancia de producción cultural simbólica.

Y el segundo que apunta a la reestructuración del modo de ejercer y construir la mediación, donde interpelación y demanda sean transformadas en creación colectiva conjunta útil a la liberación colectiva nacional, a la humanización solidaria de nuestra sociedad y a la gestación de una nueva democracia. El receptor entonces transitaría de esa importancia relativa que hoy tiene y que nadie reconoce, porque sus prácticas de construcción de sentido están enturbiadas por los procesos de mediación dirigidos y deformados por otros intereses y donde lo que él produce no tiene relevancia significativa a la definición del capital cultural.

## 2.6 EL ROL DEL COMUNICADOR Y LAS MUTUAS TRANSFORMACIONES

La actitud y el proyecto educativo es un compromiso y una creencia activa en la capacidad de transformación del sujeto popular, más que en la brillantez o eficacia de nuestros métodos, aunque también son gravitantes. Se desarrolla en las acciones de acompañamiento de la vida cotidiana y de las múltiples actividades de las organizaciones, los talleres o eventos que se programen con ese fin, constituyen momentos del proceso, construido con los propios destinatarios. Por ello la importancia de ir desarrollando los propios diagnósticos comunicacionales, en vinculación con los sociales, de estar evaluando alternativas de cambio, donde se entremezclen las relaciones directas y las que son intermediadas por producciones en medios de comunicación. Es decir todo un compartir que define un proceso continuo, que va precisando la ruta de una estrategia comunicacional, colindante con lo social.

Pero sólo cuando las transformaciones son mutuas, cuando los comunicadores y los sujetos populares se enriquecen con la participación es que está cobra sentido. Porque ambos nos constituimos como sujetos, las acciones de diseñar, producir, comunicar y educar van construyendo nuevas relaciones, van redefiniendo al comunicador, quien se convierte también en sujeto de aprendizajes. Porque allí se va gestando el nuevo profesional orgánico a su pueblo y porque el compromiso es también productor de nuevos saberes. El contacto con las clases populares transforma a profesionales e intelectuales. Siendo fundamental en ese nivel el interés por la investigación y la sistematización. Respetando la seriedad del análisis se requiere construir nuevos paradigmas que orientando su funcionamiento no

constituyan un aparte superpuesto, sino que surjan de la misma definición de la participación. Investigación que a su vez sea confrontada con los modos tradicionales de producir el conocimiento. Porque reforzar la organización popular es parte del quehacer de construir los nuevos hombres y la nueva sociedad, incluido el trabajo intelectual.

## 2.7 LAS POLITICAS COMUNICACIONALES Y SU DESENCUENTRO CON LO POPULAR

Es sintomático que las políticas comunicacionales, para hoy o para después, las que se definen como oposición o como planteamiento de alternativas, casi no toman en cuenta a la comunicación popular. Los debates se concentran aún en el sistema de propiedad, en la tensión estado-empresa privada, entre sistemas estructurales de producción nacional y los modelos transnacionales, entre plataformas de nuevos contenidos a tratar y la circulación y distribución de éstos. La interacción entre ambas dimensiones es una tarea ineludible. Las organizaciones populares, los diversos actores sociales, y sus procesos de construcción y desarrollo, como también los receptores, sus vidas cotidianas, sus demandas y conflictos culturales deben incorporarse a la definición de las políticas comunicacionales. Más aún deben confrontarse con ellas, y viceversa. Requerimos por lo tanto de una reelaboración de los sentidos y los lugares que hemos venido otorgándole a lo político. Como también la comunicación popular debía favorecer la unidad y la democracia popular procesando su acercamiento al nivel macrosocial y a la forja de su



protagonismo político, con todo lo que eso significa para modificar, innovar y convertir. Al fin y, al cabo se trata de preguntarnos: ¿quiénes y para quiénes definimos un cambio comunicacional y político? ¿Dónde debe estar el eje estratégico de la elaboración de una nueva hegemonía? ¿Cuál es el lugar del oprimido en esas políticas que hoy tanto nos preocupan?. Indefectiblemente, son dos mundos que integrar, dos cúmulos de experiencias por conectarse y transformar mutuamente, donde intelectuales y pueblo no sólo se vinculen formalmente, sino, -porqué no decirlo-, sentimental y apasionadamente, para superar con emoción y acción la compartimentalización en que todos nos encontramos, especialmente en el Perú donde las relaciones sociales, las luchas y las deserciones políticas, como las definiciones culturales, se han movido tanto que no podemos continuar afirmando el mismo quehacer político "oficial" que deambula entre las elecciones y las correlaciones de fuerza. Como dice Néstor García Canclini: estos espacios clásicos deben reformularse si reconocemos el cambio (o el quiebre) de las relaciones tradicionales entre Estado, partidos, hegemonía, entre lo social y lo político. Digámoslo directamente: por el agotamiento de una historia de mediaciones y desencuentros entre la cultura cotidiana de los sectores populares y las estructuras de poder".<sup>8</sup> Como también importa recrear la relación entre poderes locales, centrales, federaciones nacionales, es decir entre las organizaciones y las esferas políticas tan desgastadas e ineficientes en sociedades tan complejas como las nuestras. El punto central de discusión está en el reconocimiento de la complejidad e integralidad

del nuevo quehacer político. Y que en el nivel más pequeño de la vida de la familia, el barrio, la asamblea... de los sectores populares hay una experiencia positiva que recuperar, para las grandes dimensiones, como también hay muchas otras que precisan de cambio o corrección, donde debemos estar también presentes. El sentido común de los políticos tradicionales ha trabajado una oposición dicotómica entre lo micro y lo macro. Se nos exige que comunicadores y educadores populares dejemos el compromiso concreto para incorporarnos a un nivel "mayor" de superación política. Si bien reconocen la importancia de la comunicación popular, la minimizan considerándola un estado. "inferior" que debe ser trascendido. Aquí está el problema. La experiencia, la reflexión y la investigación, acompañadas, nos dicen hoy que un proyecto político innovador se funda integrando ambos niveles, no es dable que aún se les mantenga tercamente paralelos.

## Notas.

1. MARTIN BÁRBERO, Jesús. "De los medios a las mediaciones". Gustavo Gilj. México, 1987. págs. 14 al 21,
2. Desde "La pedagogía del oprimido" y otras obras de Paulo Freire, muchos autores como Mario Kaplún, Daniel Prieto, Fernando Reyes Matta, Valerio Fuenzalida y muchos otros más, han sido influidos en esa perspectiva.
3. Muchos denominan a este momento como "basismo populista", el que sin embargo sigue existiendo en algunas experiencias.

4. Se trata de los proyectos financiados, que obligan a definir en exceso los objetivos, los plazos y las finalizaciones de las prácticas de comunicación popular.
5. Como lo afirma Juan Carlos Portantiero, comentando a ARICO, en "Socialismo y política en América Latina (notas para una revisión)" en %Qué significa hacer política. DESCO, 1982. Lima.
6. Interesante oposición entre "lo concebido y lo vivido", recuperado por MICHELE y ARMAND MATTELARV' en su libro "Pensar sobre los medios", para explicar las rupturas epistemológicas implícitas en las formas de entender y hacer la relación entre comunicación e interpretación social.
7. MARTIN BARBERO, Jesús. Op. cit. págs. 164 a la 189.
- S. ALFARO MORENO, Rosa María. "Potencial de la radiodifusión sonora para la alfabetización. Un enfoque cultural". Ministerio de Educación, Universidad de Lima, 1985.
9. Porque los alcaldes izquierdistas perdieron la mayoría de municipios en las elecciones municipales de 1986.
10. El alcalde de Lima nuevo quiso desconocer a las organizaciones surgidas durante la gestión anterior, de izquierda. De otro lado la voluntad y fuerza política del Presidente de la República, hizo notar la dependencia del gobierno municipal de su mandato. Desde ese momento se emprendió una lucha contra el alcalde, recurriendo constantemente a la intermediación efectiva de Alan García. ,
11. MARTIN BARBERO, Jesús. "Euforia tecnológica y malestar en la teoría" en la revista Dia-logos, de la

- comunicación", No. 20 de FELAFACS. Lima, 1988. Pág. 7.
12. ILLA, Centro de Educación y Comunicación. "Diagnóstico de la organización gremial campesina (nacional-regional-local)". Mimeo. Documento presentado al Taller de comunicación popular de CEAAL. Lima, junio de 1988. Págs. 6 y 7.
  13. ILLA, Op. Cit. pág. 4 .....
  14. En el sentido que lo usa Néstor García Canclini (siguiendo a P. Bourdieu) en su obra "Las culturas populares en el capitalismo". Nueva imagen y en muchos otros artículos sobre el tema.
  15. TELLEZ PERALTA, Rubén. "Los espacios : sociales de encuentro de los migrantes provincianos en la capital. Una perspectiva comunicacional. Tesis de Bachillerato. Universidad de Lima. 1988.
  16. GONZALES, Jorge A. "Cultura(s)". Universidad de Colima. Universidad Autónoma Metropolitana. México, 1986.
  17. MATA, María Cristina. "Radios y públicos populares". "Diálogos, de la Comunicación". FELAFACS. No. 19. Pág. 67.
  18. GARCIA CANCLINI, Néstor. %De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular en "Comunicación y culturas populares en Latinoamérica". FELAFACS. Gustavo Gil. México, 1987. Pág. 37.