

La subjetividad oxidada

Una persona de la nación mapuche, de 42 años, en 1993 le preguntaba a un grupo de comunicadores(as) de una organización dedicada a la comunicación educativa, en el marco de un curso de Educación para la Comunicación:

“¿Ustedes creen que la comunicación alternativa para al pueblo indígena es la que se construye nivelando desde la visión de ustedes?”

Una de las personas formadoras de la organización mencionada y encargadas de contestar la pregunta, desvió la respuesta he hizo una presentación conceptual del enfoque de la comunicación para la transformación social.

Luego de su presentación y como se diría en el teatro, entre bambalinas, comentó al equipo de formación de la mencionada organización, lo siguiente:

“Necesitamos nivelar al grupo, es demasiado heterogéneo, hay gente que no salió de la mirada setentista de la comunicación alternativa y encima no sabe leer ni escribir”

A lo cual replicó otra persona de la misma institución:

“¡No, no, no, no, lo que esa persona quiso decir, es si nosotros, como tantos otros y otras, también somos etnocentristas!”

Mas adelante, la persona de la nación mapuche, que no prosiguió con el curso, envió la siguiente carta –que dictó a otra persona encargada de escribirla- :

“Queridas y queridos compañeras, compañeros,

un mundo es un planeta, un universo, un grupo, una aldea. Un mundo es una identidad. Hay muchos mundos. No somos iguales y las maneras de entender se construyen con las historias de quienes somos, qué hacemos y cómo vivimos, no sólo de cómo pensamos. Un mundo, no es todo el mundo. Un mundo, es el tuyo y el mio, el de muchos. Si no se ponen a dialogar, si no pueden escucharse en un mismo pie de igualdad, aunque uno se escriba y el otro viva en la voz hablada, prima uno sobre el otro y lo domina. Construir en la diferencia es saber escuchar todos los mundos para definir muchas formas de ver y de actuar. Naidés es mas que naidés. F.H”,

Queda en la memoria de quien suscribe, las contradicciones que dentro de un mismo campo de la comunicación pueden haber, para desentrañar y poner en escena que cuando se habla de la comunicación ligada al cambio social o a cualquier práctica que nace en lo no hegemónico, a lo largo de su historia ha tenido valores sostenidos, pero también contradicciones muy obvias.

Nomenclaturas que aluden a la comunicación, el desarrollo, lo participativo, popular, entre otros, pueden contener prácticas elitistas y por qué no decirlo, conservadoras, hijas del iluminismo.

El nomenclador instala el pre juicio sobre el otro o la otra cultural, a partir de lo cual diseña procesos de comunicación y/o de formación – en el caso citado- basados en una desigualdad que nace en la subjetividad de la/s persona/s comunicadora/s encargada/s de dicho diseño. Subjetividad oxidada que tarde o temprano se queda sin carnadura y define desde la abstracción genérica el sentido de la transformación social.

El siglo XXI encuentra a la comunicación alternativa, popular, comunitaria, para el desarrollo, participativa, liberadora, ciudadana, educativa, alterativa, para el cambio social, para la emancipación, en medio de mucha historia y riqueza vivida en los últimos 60 años, pero también con preguntas que nacen en las contradicciones de su adentro que están directamente ligadas con los contextos y protagonistas socioculturales desde y con los cuales se define para sus existencia.

Las voces no sólo dicen, significan.

La comunicación, en tanto dimensión de lectura y producción de la sociedad, es ineludible para construir cualquier tipo de modelo socio cultural. Es parte sustancial para la construcción del poder, del estado, del mismo mercado, de cualquier sistema social hegemónico o contra hegemónico.

Hablar de comunicación es nombrar modos de relacionamiento del tejido social, personal, interpersonal, institucional, organizacional, partidario, sectorial o movimientista,. Implica modos de ser y de interactuar; a modos de narrar y de narrarse, donde no sólo cuenta lo que cada quien quiere decir, sino todo lo que se juega en esa interacción: las identidades, la interculturalidad, las historias, los cuerpos, las visiones del mundo, la proyección que se hace en torno de la sociedad y el estado, los modos de participación para gestar las condiciones sociales, políticas, económicas en las que se quiere vivir.

Para poder comprender esos relacionamientos, desde hace ya veinte años se ha puesto atención en el devenir de los procesos, en las confluencias de las mediaciones, en el registro de las desigualdades, en la definición del conflicto social y en la capacidad que tienen las tecnologías de la comunicación para producir múltiples interactividades en medio de esos escenarios.

A estas alturas, ya no es novedad que aludir a la comunicación implica no sólo hablar de una noción singular ligada a la producción social del sentido en tanto trama de la significación y construcción de subjetividades; como tampoco es novedad reconocer que la comunicación implica decir posicionamientos políticos y modos de marcar la existencia, la estética y la circulación del poder.

Cuando a la comunicación se le ponen adjetivos, como insurgente, popular, alternativa, ciudadana, alterativa, participativa, educativa, liberadora, o se le

destinan fines como comunicación para el desarrollo, comunicación para el cambio social, ahí comenzamos a hablar de prácticas y de historias que tienen protagonistas y narraciones propias. Allí se da cuenta no sólo de una noción significativa elaborada por un grupo de “expertos”, se habla de perspectivas construidas en el terreno y en la situación histórica cuyos narradores son sus protagonistas.

Las narraciones son diversas. Relatos que adquieren lenguajes y oralidades, modos escriturales que adquieren creatividad y formas/contenidos, que no necesariamente se nivelan desde un grupo de “conocedores del tema” sino que es una construcción dialéctica y compleja de relatar, porque cuando es nombrada, dice desde la pluralidad de los universos y sus modos del relato.

Nivelar desde un solo lugar, habla de otra comunicación tan autoritaria como la que busca contrarrestar.

¿Existe Otra Comunicación?

En cada uno de los continentes de este planeta existen movimientos y prácticas socio culturales con propuestas de comunicación social que abren caminos para que la mayor cantidad de seres humanos y humanas puedan expresar su derecho a comunicarse personal y grupalmente.

A estas alturas desconocer este registro socio cultural, es perder de vista, uno de las pulsiones de vida más esperanzadoras de la sociedades locales, regionales, nacionales o internacionales.

Insistentes mundos que quieren nombrarse, escribirse, visibilizarse y posicionar voces que en otros espacios no son escuchadas. Y si lo son, los modos del relato son escenificados:

- desde las necesidades de la industria cultural y mediática que recicla protagonistas y acontecimientos en función de un relacionamiento comunicativo signado por el mercado y su indefinida semiosis cultural;
- desde perspectivas políticas vanguardistas que hablan por encima de otros y otras;
- desde la mirada de la experticia que nombra y analiza sujetos que se vuelven objetos para sus reflexiones;
- desde la cooperación internacional que destina recursos humanos y económicos, muchas veces desde la reproducción etnocentrista expresada en la racionalidad de programas y proyectos que planifica en el marco del estado o de la sociedad civil;
- desde perspectivas que se arrojan un nivel de representación de vastos grupos sociales que nunca les delegaron dicha representación;
- desde las visiones que hablan en nombre de los que aun “*no se dieron cuenta*” que tienen que estar en “*contra de*”.

Cada una de estas opciones, pueden tener mil y un aristas, algunas de ellas con resultados que para nada se quiere juzgar. Por cierto existen prácticas que a más de uno sorprenderían por los resultados positivos obtenidos.

Sin embargo, en cada una de ellas se puede rastrear genealogías del sistema iluminista que deviene conservador cuando del funcionalismo se pasa a la crítica.

En general mientras esto sucede, las prácticas y sus protagonistas circulan y viven por otros rumbos y registros que escapan al discurso normalizador de cualquiera de estas posibilidades.

Sin embargo, la sabiduría popular sabe aprovechar programas y recursos. Cuando de resistencia se trata, por un lado se aprovechan los recursos y por otro, se sigue sosteniendo los proyectos que la misma sabiduría desea.

En el continente latinoamericano existen prácticas de comunicación que se nombran de maneras diferentes en base a la historia de la que provienen. Todos los adjetivos adquiridos tienen historia y matrices de pensamiento surgidas de múltiples procesos sociales, políticos, culturales y económicos en donde las teorías son emergentes comprensivos del conflicto social.

La idea de transformación está en el corazón de la teoría de la comunicación vinculada al cambio social especialmente en América Latina. Sin duda, es un campo complejo cuyas denominaciones ya mencionadas tienen una vertiente de prácticas que se asumen transformadoras del orden establecido. Esto tiene que ver con el proceso político de los movimientos sociales reivindicativos. Los actores, sujetos, que fueron o son motores para animarlos.

En cualquiera de los casos, en la historia de la comunicación en América Latina, cada expresión está vinculada a perspectivas surgidas de las experiencias y las formas de nombrarlas son el producto de cómo sus protagonistas vivieron o viven el contexto socio cultural y comunicativo, en el cual se definen en lo que hacen y como lo hacen.

En primer lugar encontramos prácticas que provienen de la sociedad civil:

a. Organizaciones sociales, organizaciones no gubernamentales para el desarrollo social:

Son instituciones cuyos objetivos de transformación está vinculado a ofrecer servicios de formación, investigación, producción de materiales educativos, campañas radiales, televisivas, multimediales, gráficas, en torno de ejes temáticos y enfoques de renovados, destinado a grupos sociales y movimientos sociales que están en la lucha por determinadas reivindicaciones. Muchas de estas organizaciones forman parte de dichos movimientos y a partir de su compromiso elaboran sus propuestas. Las mismas tienen una agenda programática con enfoques alternativos a lo hegemónico en relación a:

Medio ambiente,
Educación
Género
Interculturalidad
Ciudadanía
Cultura de la niñez
Cultura de paz
Discapacidad
Enfoque desde las mujeres
Nuevas tecnologías de la información y la comunicación
Educación Popular
Ecología
Pobreza
Medios de Comunicación
Multimedia ciudadano
Mundo campesino
Mundo indígena
Salud
Salud Sexual y Reproductiva
Cultura Queer
Diversidad Sexual
Derecho a la comunicación
Derechos Humanos

Dentro de este tipo de organizaciones, los orígenes son: humanistas, partidarios, movimientistas, y también de tipo religioso. Los financiamientos son a partir de sus servicios a terceros, su emprendimientos productivos, subsidios públicos –en general contra prestación de servicios- y cooperación internacional.

Este tipo de emprendimientos acuñan la comunicación como dimensión de lectura, junto a los otros enfoques, de los procesos sociales. Por lo tanto es variable estratégica para el desarrollo de la formación, la investigación y la producción de materiales educativos.

A su vez, suelen tener medios de comunicación como recursos de desarrollo y que llegan a convertirse en el centro de la escena de sus trabajo. Esto quiere decir en el principal motor del desarrollo y de los objetivos de este tipo de organizaciones.

Las denominaciones de comunicación para la transformación que se adjudican son:

Comunicación Popular
Comunicación para el Desarrollo
Comunicación Educativa
Comunicación y Ciudadanía
Comunicación Comunitaria
Educación y Comunicación Participativa

Comunicación democrática
Comunicación para el Cambio Social

b. Centros culturales, organizaciones para el desarrollo cultural:

Similares a las anteriores, pero en este caso, especialmente concentrado en las áreas artísticas y educativas.

Se trata de organizaciones que contienen como prioridad el desarrollo de las artes : el teatro, el cine ambulante, la música, la pinturas, las letras, la plástica, la danza, la radio, la producción audiovisual; bibliotecas populares, universidades en tele conferencias dictando carreras a partir de estas organizaciones.

Es muy común en la actualidad el surgimiento de este tipo de proyectos en todo el continente, pero especialmente y con mucho crecimiento, en la Argentina.

Son proyectos de gestión cultural cuyas finalidades están vinculadas al desarrollo de las identidades locales, regionales e internacionales desde las expresiones artísticas o las artes. Pero siempre destacando el desarrollo local o desde lo local hacia otras instancias.

Las fuentes del financiamiento son los mismos a las mencionadas en el punto anterior. A lo que suma los aportes que el público da a los espectáculos y otro tipo de auspiciantes de eventos y programas.

Dentro de este tipo de organizaciones es muy común que tengan medios de comunicación, en particular y como prioridad la radio de tipo comunitaria o ciudadana de alcance local o regional. En este último caso, suele existir primero la radio durante mucho tiempo y el resto de los líneas de trabajo de la cultura ligada a las artes, se constituyen en proyectos colaterales.

En este caso, la comunicación también se vuelve no sólo recurso estratégico sino modo de existencia de los mismo proyectos. Vale decir, la comunicación y la cultura es clave de comprensión filosófica de la misión y la visión de estos proyectos, como así de su existencia cotidiana.

Las denominaciones que de comunicación para la transformación adquieren son:

Comunicación Alternativa
Comunicación y Cultura Alternativa
Comunicación y Cultura popular
Comunicación contracultural
Comunicación, Educación, Cultura para el Cambio social
Comunicación Alterativa
Comunicación, Arte y Cultura
Comunicación, Arte y Derechos Humanos.

c. Movimientos sociales y Movimientos culturales

Los movimientos sociales reunidos en torno a un objetivo reivindicativo inicial, en realidad se articulan en un espacio constituyente e instituyente de un modo de vida. No solo están detrás de una causa de reivindicación social y/cultural sino que se convierten en lugares de contención de personas y de grupos familiares que singularizan un modo de ser y estar en el mundo. Siendo esto un testimonio de lo que se quiere transformar en la sociedad más global.

A modo de ejemplos:

- El Movimiento de los Sin Techo en Brasil que si bien se reúnen por una causa evidente, también tiene líneas estratégicas artísticas y todas las temáticas del desarrollo. Lo que los destaca son sus enfoques entorno de qué es y como debe ser la vivienda, el medio ambiente, la salud, la comunicación, entre otros;
- El Movimiento Campesino Santiaguense en Santiago del Estero, Argentina. La causa de la tierra y los derechos relegados de los campesinos y de las campesinas en torno de las posibilidades de producción agropecuaria de la tierra y todo lo que concierne a su calidad de vida. Actualmente, a su vez cuenta con tres radios comunitarias instaladas hace muy poco tiempo, convirtiéndose ellas en un recurso estratégico del movimiento.
- El movimiento internacional feminista, los movimientos indígenas, el movimiento internacional, regional, local de artistas de todas las ramas en pos del desarrollo de la cultura de los pueblos y ciudades –en este caso de artistas vinculados orgánicamente para un logro de incidencia-, entre otros.

Esencialmente estos movimientos tienen una fuerte impronta política, en algunos casos con mucha incidencia ciudadana y por sobre todo se constituyen en espacios de resistencias de miles de personas y de grupos sociales.

Se mueven como movimientos nacionales o internacionales y no como de organizaciones no gubernamentales de servicios a terceros. Su práctica organizacional y de gestión tienden a ser en red y construcción de nuevos liderazgos de participación Ciudadana y política.

Las formas del financiamiento son múltiples, aporte propio de sus integrantes, cooperación internacional, iniciativas populares de producción, eventos y programaciones artísticas, eventos de trueque y compra venta, emprendimientos productivos comunitarios, subsidios por trabajos que se puedan hacer en convenio con el Estado si no les trae contradicciones en sus reivindicaciones.

Para estos movimientos la comunicación es consustancial a sus prácticas político culturales y hasta económicas. Sus políticas comunicativas está contempladas tanto en la gestión del propio movimiento como algo transversal

a la práctica de la misma, como así también en recurso de visibilidad e incidencia pública.

Tienen sus programas en el mundo audiovisual y de la radio, como medios propios cuando se prestan la ocasión. El medio más desarrollado es la radio y en segundo lugar los medios gráficos. También hacen uso del recurso de la comunicación institucional y el desarrollo de campañas públicas.

En algunos casos, trabajan con la planificación de procesos comunicacionales en particular pensando en la definición de un sistema de comunicación democrático para la toma de decisiones desde adentro para afuera. Esto último es algo que preocupa sobre manera en los movimientos sociales, dado que no se puede incidir en la sociedad en su conjunto lo que no se puede vivir en el adentro del propio movimiento.

Aquí aplican las siguientes denominaciones que de comunicación, los movimientos acuñan:

- Comunicación y desarrollo
- Comunicación, cultura y desarrollo
- Comunicación Insurgente
- Comunicación Alternativa
- Comunicación Ciudadana
- Comunicación Participativa
- Comunicación Comunitaria
- Comunicación y Cambio Social
- Comunicación transformadora
- Comunicación Interactiva
- Comunicación para la emancipación.

d. Medios de Comunicación

En el mundo existen innumerables iniciativas de medios de comunicación social, gráficos, audiovisuales, radio digital, analógica y en internet, páginas web, podcast, blog, fotolog, televisión, revistas, fanzines; diarios, periódicos, cine.

Se constituyen ya sea como organización social o cooperativa para tener una figura jurídica que les permita realizar articulaciones tanto contractuales como con la administración pública. Pueden ser parte de los movimientos sociales o sencillamente se configuran ellos mismos como movimientos sociales, culturales y políticos.

El movimiento de comunicación alternativa en Brasil, el congreso nacional de medios de comunicación y cultura alternativa en Argentina, la red de comunicación indígena en el Norte Argentino; la Red de emisoras comunitarias Españolas, la red de Radios Comunitarias en Nepal; son sólo algunos de los ejemplos.

Otro ejemplo de medios de comunicación en red y concebidos como movimiento político cultural es la Asociación Mundial de Radios Comunitarias –

AMARC- con representación y participación desde los cinco continentes del mundo. Se trata de radios de corto, mediano y largo alcance AM y FM, Internet, cuyo principal trabajo político está consustanciado con la lucha por las políticas públicas y el derecho a la comunicación en el mundo.

AMARC trabaja en red a partir de las presiones necesarias para lograr alcanzar un buen nivel de incidencia en los estados nacionales para que existan leyes de radiodifusión que respeten los emprendimientos socio culturales sin fines de lucro, como cooperativas y otro tipo de organizaciones sociales que buscan construir medios de comunicación no regulados por el mercado, aunque esto no signifique sea con fines de pérdida.

La misión fundamental de esta red, es multiplicar los medios radiales para que mas voces se expresen y se evidencie la diversidad y el debate ciudadano acerca de la sociedad y los sistemas que se desean promover. El valor en el que se sustenta todas sus líneas estratégicas está vinculada a *“Democratizar la palabra para democratizar la sociedad”*.

Existen alrededor de más de 3000 medios radiales en el mundo que trabajan en esta línea, de los cuales 400 están en América Latina. AMARC, es una organización laicas, humanista de radios urbanas, semi urbanas, campesinas, indígenas, feministas, interculturales; radios de gay, lesbianas, bisexuales y transexuales, radios de niñas y niños, radios insurgentes, radios de artistas, que están distribuidas en los cinco continentes. Tiene mesas y coordinaciones nacionales en los cinco continentes y en América Latina en todos los países.

Otra organización con muchos años de historia es la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica ALER, que si bien es de origen cristiano católico, tiene en su organizaciones, radios populares de otros orígenes en cuanto a credo y visión política.

ALER es pionera en la comunicación denominada popular latinoamericana y es fundamental productora desde el año 1972 en adelante, de reflexiones, investigación y emprendimientos formativos acerca del sentido y proyección del proyecto político comunicativo de las más de 100 emisoras que son sus afiliadas.

Existen otras redes y organizaciones que acompañan los medios de comunicación vinculados al cambio social que cabe mencionar como Radio Nederland Training Center –RNTC-, la World Asociation for Cristian Communication –WACC-; SIPAZ en Colombia, Educación Radiofónica de Bolivia, Coordinadora de Radios del Perú, entre otras coordinaciones y redes nacionales de todos los paises del continente latinoamericano.

Así mismo, la red de comunicación e iniciativas que están en al red en interntet podemos identificar varios emprendimientos virtuales que producen en todos los lenguajes y desde una producción multimedial, otras formas posibles de comunicar la diversidad de perspectivas e informaciones acerca de lo que acontece en el mundo. Agencias de noticias, comunicaciones vía satélite, uso del video, entre otros.

Esta diversidad que permite las tecnologías de la comunicación y de la información, en adelante TIC'S señala un nuevo rumbo en los ciclos y en el ritmos de producción y en los modos de abordaje de la comunicación y la cultura autodenominada para el cambio social.

Las TIC's son un campo de exploración no sólo en su dimensión de uso, sino lo que significa como lenguaje y trama comprensiva de la sociedad y la cultura. Por lo tanto está en la mira de la producción alternativa y en la producción de

e. Políticas públicas

f. La universidad pública

Aquí y ahora

Campo material, campo de transformación

“(...)un mundo es un planeta, un universo, un grupo, una aldea. Un mundo es una identidad. Hay muchos mundos. No somos iguales y las maneras de entender se construyen con las historias de quienes somos, qué hacemos y cómo vivimos, no sólo de cómo pensamos (...)”

América Latina. Para una historia de la Comunicación Popular en

La imagen del tejedor

a