

## ◆ Comunicación popular para el desarrollo humano

Raúl Leis Romero

### LA COMUNICACIÓN Y EL DESARROLLO

Toda propuesta de desarrollo lleva en sí misma una propuesta de comunicación y viceversa. Si el eje del desarrollo lo definimos en base a un corte autoritario, centrado sólo en el crecimiento económico es posible encontrar un modelo comunicativo unidireccional y sin capacidad de generar identidades. Por el contrario una propuesta de desarrollo integral encontrará y necesitará de la capacidad comunicativa con capacidad de interactuar y provocar la acción, el cambio y el intercambio.

#### **La participación es un eje fundamental de la comunicación y el desarrollo**

Es fácil decirlo y difícil de hacerlo pues existe en todas las esferas y niveles miedo o resistencia a la participación, que representa en el fondo una concepción de la vida que mira las relaciones entre la gente, como una estructura vertical, dirigida, unidireccional. Participar invita a lo contrario: a compartir, intercambiar, multidireccionar. Pero ambos extremos no son las únicas alternativas, también existen matices de semiparticipación o seudo participación que pueden entenderse tanto como preámbulos al autoritarismo, o limbos permanentes, o formas de transición hacia la participación más plena.

La participación está íntimamente ligada al acceso, a la toma de decisiones tomando en cuenta la voluntad de los sujetos, y se trata de caminar responsablemente hacia la meta de que estos se conviertan en protagonistas de sus vidas. Las causas son diversas pero entre ellas se encuentra esta cultura política autoritaria, que genera amos o esclavos, pero no personas libres.

Uno de los productos cotidianos de este caldo de cultivo, es la baja autoestima, la alienación en la que muchos viven sumidos. Así, mirar la realidad con ojos ajenos, subestimar e introyectar subordinadamente la incapacidad de desarrollar las comunidades, darse buenos gobiernos, y construir naciones autodeterminadas. La falta de participación se convierte en un camino cerrado que impide caminar postrándose ante paternalismos, autoritarismos y verticalismos que caen como aguaceros interminables.

¿Es fácil participar y hacer participar? No. Por ejemplo es más fácil la educación bancaria, que considera a los estudiantes como un banco en el que sólo se pueden hacer depósitos de conocimientos, como seres que no son capaces de pensar y producir ideas, en lugar de construir una educación integral libradora que desarrolla el sentido crítico, analítico y transformador. Es más fácil un proceso comunicativo unidireccional que gestar procesos más bidireccionales que sinteticen al emisor con el receptor y los haga compartir los mensajes.

Participar significa desafío. Ganar control sobre la propia situación y el propio proyecto de vida mediante la intervención en decisiones que afecten el entorno vital en que dicha situación o proyecto se desarrolla. Es acceder a mejores y mayores bienes y/o servicios, y desarrollar la vocación de construir poder a través del ejercicio participativo democrático, no sólo en la esfera de la política del Estado, sino en todas las dimensiones de la vida, del barrio, la familia, la pareja, la economía y la nación.

Se trata pues de un inmenso territorio por conocer, ganar y avanzar. El Estado necesita ser transformado con espacios de más vigencia de la sociedad civil, reivindicando la presencia de los sujetos en los diversos niveles de discusión, tomas de decisiones con respecto a estrategias, planes y proyectos. Los espacios de participación deben multidimensionarse albergando todas las esferas de la vida social donde la población expresa sus deseos, aspiraciones y reivindicaciones.

Las políticas económicas de ajuste, la educación, la justicia legal y social, el medio ambiente, el militarismo, las constituciones, las políticas laborales, la seguridad pública, el desarrollo local, la familia, la subordinación femenina, la segregación étnica, la calidad de vida, son aspectos que invitan a pedir la palabra, intervenir, a participar para ganar el control sobre nuestras propias vidas.

### **EL desarrollo y la democracia concertada y sustentada**

Primero hay que preguntarse para qué concertar, cuál es la intención, el objetivo de concertar. Simón Bolívar tuvo una respuesta en el Congreso de Angostura hace 175 años, cuando dijo que *"El sistema de gobierno más perfecto es aquel que produce la mayor suma de felicidad posible, mayor suma de seguridad social y mayor suma de estabilidad política"*. Con esto el Libertador quería expresar la relación entre la equidad o justicia social (seguridad social) y la estabilidad política que conjugara los esfuerzos de la nación, en otras palabras la relación entre democracia socioeconómica y democracia política.

Para lograr esta relación es necesario contar con tres elementos fundamentales: la gobernabilidad, la legitimidad y la representatividad.

La gobernabilidad, que quiere decir buen gobierno, es la capacidad de la autoridad (central, regional y local) para canalizar y administrar los diversos intereses presentes en una sociedad en función del bien común, pero tomando en cuenta que *"no puede haber república donde el pueblo no está seguro del ejercicio de sus propias facultades"* (Bolívar). Es decir, no es suficiente la existencia de buenos gobernantes, si no existen condiciones de gobernabilidad que permitan construir las bases de una democracia real.

Una condición necesaria es una estrategia nacional de desarrollo, que genere crecimiento económico pero ligado a la construcción de la equidad social y protección del medio ambiente.

Es fundamental lograr la participación creciente de todos los sectores sociales en la economía, no sólo como presencia sino como factor de gestión y planificación.

Es clave la necesidad de impulsar una cultura política y cívica en todos los ciudadanos que haga posible la participación ciudadana en los diversos niveles y esferas de la sociedad.

La legitimidad es la capacidad de contar con la aprobación de la población a través de la capacidad de expresar sus aspiraciones e intereses. Por ejemplo, en algunos países centroamericanos, la ciudadanía extendió una especie de bono de legitimidad, o de cheque en blanco a los nuevos gobiernos democráticos. La gente vivía una especie de sobrecarga de expectativas en torno a un cambio favorable en términos socioeconómicos, y en torno a la necesidad de profundización democrática. El resultado fue la permanencia y ahondamiento de la pobreza, la "ausencia de canales abiertos de participación democrática e insuficiente institucionalización de los espacios de concertación". En otras palabras, la confianza depositada en los gobernantes se dilapidó, se perdió, por lo que éstos perdieron legitimidad.

La representación parte del ejercicio real de la ciudadanía, de la capacidad que tienen las comunidades humanas de participar como sujetos de sus propias realidades, y expresar sus voluntades directamente o a través de intermediarios avalados por ellas. En la actualidad, a nivel latinoamericano los movimientos sociales (en especial sindicales, reivindicativos, pobladores, derechos humanos) se encuentran atomizados, divididos, debilitados, desmovilizados y con tendencias al pragmatismo, y al inmediatismo. Esta falta de representación lleva a que los mecanismos de intermediación entre sociedad civil, sociedad política (gobierno) y sector privado no sean ni suficientes ni eficientes para lograr la convergencia real de las diversas aspiraciones e intereses.

El gran objetivo es pues la gobernabilidad democrática de la sociedad y ésta sólo puede ser lograda como resultado de la capacidad de los diversos sectores para construir instituciones democráticas representativas, legítimas y participativas por vía de las concertaciones, acuerdos y compromisos nacionales.

## COMUNICACIÓN Y CULTURA

*"Crear una nueva cultura, no significa sólo hacer<sup>5</sup> individualmente descubrimientos originales, significa también, y especialmente, difundir verdades ya descubiertas, socializarlas, por así decir, convertirla en base de acciones vitales, en elementos de coordinación y de orden intelectual y moral" (Antonio Gramsci).*

La cultura, ese conjunto de expresiones, actividades, productos materiales y espirituales, símbolos y representaciones que brotan del quehacer humano, se expresa como algo vivo, dinámico. La cultura es proceso colectivo de creación y

recreación, que corresponde a una visión propia de la realidad y también del ser humano y sus relaciones sociales.

La cultura es una manera, y muy importante, de mirar la sociedad, y la comunicación está mediada por la cultura y es al mismo tiempo parte de ella. La comunicación es "*ese proceso de producción y recepción de complejos efectos de los sentidos (y no sólo de información) a partir del lugar que los interlocutores ocupan en la trama de las relaciones sociales, y en función del horizonte ideológico-cultural de que son portadores en virtud de su situación o posición de clase*" (G. Giménez). A esto hay que agregar que ese horizonte es afectado y determinado por las dimensiones de género, territorio, etnia, edad, y otros factores definitorios.

La comunicación es una práctica social que también se relaciona con los movimientos sociales. Trabajar lo comunicativo es bregar el espacio comunicativo al interior del proceso social. La comunicación -y en especial los medios masivos- expresa, es afectada y afecta la asimetría de las relaciones sociales, donde la hegemonía es sustentada tanto en la imposición como en la complicidad de los símbolos que reproducen un modo de vida. Por ello la comunicación debe favorecer un espacio donde se ejerciten los símbolos contradictorios de la cultura viva; la construcción de poderes, identidades y memorias; la capacidad de pensar y crear personal y colectivamente; el debate dialógico levantado sobre la intencionalidad autogestionaria, crítica y democrática.

## LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Y LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD

*"¿Cómo definir la vida cotidiana? Nos rodea y nos cerca. Es la vida cotidiana, un sector privilegiado de la práctica, donde las necesidades se convierten en deseos"* (H. Lefebvre).

Muchos intelectuales, técnicos, educadores y comunicadores corremos el riesgo de encerrarnos en un círculo hermético, ajeno a las palpitaciones de la vida. Llegamos hasta posesionarnos de un cierto iluminismo a partir del cual poseemos el pensamiento, la cultura, y la creamos y se la damos a los demás que no la poseen, ni la producen, ni la crean. Muchas veces hasta hablamos lenguajes cifrados, codificados, solo inteligibles entre nosotros mismos y un pequeño grupo. Eso nos lleva a olvidar que el trabajo intelectual supone un medio para "*organizar al mundo, para hacerlo inteligible y (que) nos permite entrar en interacción con él*" (T. Todorov).

En el fondo muchas veces lo que impera es una concepción asimétrica de las capacidades humanas que nos conduce al desconocimiento de cómo el pueblo produce y hace circular su saber, las formas cómo la gente crea, recrea y reconstruye, las maneras cómo se inventa y reinventa la realidad y los espacios comunicativos insertos en ella.

Por ejemplo, en una investigación realizada en un barrio en Colombia se localizó que los moradores priorizaban como lugares de intercambio y de aprendizaje a la familia, la cantina o bodega, la gallada y las conversaciones de amigos, colocando en último lugar a las organizaciones comunitarias y al sistema educativo

formal (escuelas, colegios, etc.). Los espacios se situaban en el tiempo libre, que es en este momento el terreno en disputa de los medios de comunicación, y las ofertas de entretenimiento.

La gente vive pues dimensiones culturales contradictorias. Una de ellas es la cultura del pueblo como conjunto abigarrado de todas las expresiones culturales existentes que se agitan en el medio popular. Es una cultura inorgánica, múltiple, dispersa, yuxtapuesta y parcializada, producto del carácter subalterno de los sectores populares. Es asistemática pues el pueblo no posee la hegemonía política, económica, cultural que conduzca en este momento a una auténtica cultura popular nacional. Por el contrario, la hegemonía de la sociedad está en manos de los sectores que son al mismo tiempo imitadores de la cultura de las potencias que dominan el panorama mundial. Estos sectores llegan incluso a traspasar los productos de consumo elitista a la cultura del pueblo, que incorpora modas, música, comidas, costumbres y objetos.

La cultura del pueblo es ambigua políticamente, pues en ella subyacen simultánea y combinadamente, posiciones conservadoras y progresistas. Se mezclan mensajes de las élites dominantes con las sedimentaciones culturales, propias del pueblo, pero de manera acrítica y muchas veces funcional al orden establecido. Esta ambigüedad se muestra en concepciones compartidas en toda la sociedad como el machismo, el racismo, el autoritarismo, las fugas religiosas y la politiquería.

La cultura del pueblo está en constante cambio y transformación. Es una cultura contradictoria, pero viva. Muchas veces se piensa que la cultura del pueblo es sólo rural, pues la ciudad no posee capacidad de expresarse culturalmente por su heterogeneidad. No es así. La ciudad, y sobre todo los barrios populares, postulan una expresión simbólica y de significados muy variados. Por ejemplo, la pintura de los buses urbanos, las formas de expresión verbal, la música (salsa, calipso, rap, etc.).

Otra afirmación común es ver la cultura del pueblo solo como fenómeno colectivo sin advertir que en ella existe la disyunción, la creación individual que pone el sello personal en el accionar masivo.

La cultura del pueblo es sincrética, en su dinámica viva, suma y sintetiza muchos aportes y construye muchas veces nuevas expresiones a partir de estas síntesis. Las Ngobes de Panamá fabrican en la actualidad sus vestimentas con hilos y telas elaborados por fábricas pero eso no le quita fuerza o autenticidad a su trabajo. En el culto de Shangó en la isla de Trinidad son veneradas 63 deidades o "powers", entre las cuales, la mitad parecen de origen africano, 19 surgen de la religión católica, 3 de religiones amerindias, y otras 3 de la religión hindú y china; además en sus ritos hay influencia baptista y de brujería europea, pero de esta mezcla surge una religión típica caribeña.

La crisis actual provoca que la cultura del pueblo esté más profundamente atravesada por la cultura de la sobrevivencia, definida como el conjunto de actividades que el pueblo debe desarrollar para asegurar su reproducción social. Se impone pues la prevalencia de más horas de trabajo para obtener lo indispensable,

la informalización de la vida, la participación de los miembros de la familia en las gestiones de sobrevivencia. La solidaridad (redes de ayuda mútua) y la competencia para captar las escasas oportunidades se alternan y conviven en un equilibrio difícil y contradictorio. Todo esto conduce a las fugas religiosas, el pragmatismo político, y diversas formas de sobrevivencia ligadas a la violencia en una parte de la población.

En esta sopa de muchos ingredientes diversos, la comunicación para el desarrollo incorpora es su propuesta la **revalorización o recuperación del seno de la cultura del pueblo**, de los contenidos transformadores y de afirmación que contribuyen a la construcción de identidad.

La dimensión afirmativa de la cultura popular radica en la existencia de formas y códigos populares que afirman por su sola presencia el sentido de identidad colectiva. Tal es la artesanía popular, creencias, producción literaria o musical, vestidos, hábitos alimenticios, comportamientos, lenguajes, etc. El hecho de hablar las lenguas nacionales, manejar un conjunto de hábitos y costumbres que definen a los habitantes de un país, expresa esta dimensión.

La dimensión transformadora levanta un inventario de formas y códigos potenciales transformadores. Se muestra las injusticias pasadas y presentes. Se escuchan quejas y deseos de cambios. Se evidencia el machismo y el maltrato, y se rescatan elementos educativos de cambio. Ejemplo, grupos activos kunas favorecen el rescate por parte de los sahilas, de cantos tradicionales que dignifican el rol de la mujer coadyuvando así desde dentro de la misma cultura los elementos transformadores de situaciones de subordinación femenina.

La revalorización de lo cotidiano, el reconocimiento de la cultura del pueblo que lucha por la sobrevivencia, la recuperación de la cultura popular no riñen con la cultura universal, ni con el arte como expresión humana. Por el contrario se complementan y potencia, pero en la perspectiva de construir la cultura nacional y latinoamericana.

Hace unos años una mujer avejentada se acercó a los restos del Templo Mayor cerca del zócalo de la capital mexicana, y postrándose frente a Xiuhtecútlí con una ofrenda de flores en las manos, exclamó entre sollozos:

— Dios viejo, señor del fuego... ¡Señor cómo has sufrido!

Los testigos presenciales cuentan que los sollozos partían el alma y que la emoción los cubrió con sus alas tenues.

Cinco siglos después, sobre esta tierra arrasada por la gran invasión, el dios del Fuego recibe visitas en el Templo Mayor, y las huellas del pasado marcan los caminos del continente.

¿El pasado ha pasado? El pasado nunca pasa pues son cimientos del presente. Existe una deidad quechua, Umaña, que tiene dos rostros. El que mira hacia adelante contempla el pasado, pues el pretérito sí se puede ver. La revalorización de la memoria histórica es pues un elemento fundamental de la identidad.

La identidad está ligada a la capacidad de decisión sobre la sociedad, los recursos humanos y materiales, sobre lo que hemos sido, somos y queremos ser. "El subdesarrollo ha significado no sólo pobreza sino, lo que para muchos es más importante todavía, una pérdida de identidad y de capacidades que impiden la puesta en marcha de un proceso endógeno de desarrollo, que podemos traducirlo como un proceso basado en la tranquila aceptación y uso corriente (e inconsciente) de la propia cultura."

Los medios de comunicación, en su mayoría, persiguen convertirnos en consumidores más que creadores o partícipes de la creación. La identidad necesita mucho de la creación, pues la identidad debe ser creada y recreada continuamente para poder existir y poder ser. Por ello la identidad, es el corazón del proyecto democrático real e integral que nuestros países anhelan.

El alma de la identidad es la cultura. Debemos afirmar la creación cultural y compartirla intensamente, amorosamente.

Hay decisiones que afectan la capacidad de construir cultura para la identidad. Bonfil Batalla, habla de cuatro aspectos fundamentales.

- 1 La cultura autónoma, sobre la cual poseemos poder de decisión sobre sus elementos (materiales, organizativos, cognoscitivos, simbólicos y emotivos), y tenemos capacidad de producirlos, usarlos y reproducirlos. Ejemplo, la agricultura tradicional del maíz o arroz, las formas de cooperación campesina, o la organización comunal indígena.
- 2 La cultura apropiada, que son los elementos culturales ajenos, pero que podemos usar y decidir sobre sus usos porque nos son válidos. Ejemplo, las radiograbadoras cada vez más comunes en los pueblos indígenas que sirven para muchas cosas, entre ellas, para grabar las tradiciones, relatos y músicas propias.
- 3 La cultura impuesta, en la cual no poseemos poder de decisión sobre los elementos culturales y no son propios de la cultura autónoma. Son, por ejemplo, los hábitos de consumo impuestos por el mercantilismo.
- 4 La cultura enajenada en la cual los elementos son propios pero la decisión es expropiada. Ejemplo, el bosque de la comunidad que es talado por una compañía transnacional de acuerdo a sus intereses, y con sus obreros y máquinas.

La cultura autónoma y la cultura apropiada conforman el universo de la **cultura propia**, que es la capacidad de producir nuestra cultura como aporte a nuestra identidad.

La construcción de la cultura propia, no desprecia la ajena sino que sabe apropiársela. Contrarresta la impuesta y enajenada con el control democrático cultural. El arte (plástica, literatura, música, etc.) de autores es parte de este proceso de construcción pues levanta el aporte de las propuestas de identidad.

La identidad también requiere una visión pluricultural de la nación, pues corremos el peligro de ver a la cultura como folklore, o como la expresión absoluta de una región, generando una especie de colonialismo cultural interno. Un caso común es el de los indígenas, pues para un sector de los no indígenas se trata de integrarlos exigiéndoles que pierdan sus valores propios, en función de la "civilización".

Los tiempos nos desafían pues a abrimos a un espacio pluricultural, donde se transiten con ojos abiertos y oídos receptivos en la interacción de dinanismos culturales pletóricos de complicidades y seducciones. En este sentido la función de la comunicación, educación y promoción puede repensarse no sólo como de rescate de lo propio, sino como animadora y valoradora de lo plural, de la diversidad cultural.

Este reconocimiento de la pluriculturalidad no es suficiente si no va haciendo expedita la confluencia, la convergencia de las distintas facetas étnicas, idiosincráticas, cognoscitivas, culturales, es decir la interculturalidad, que recoge, retoma y proyecta una síntesis que no es fusión sino encuentro contradictorio de posibilidades y experiencias, en el marco del "proceso de creación de relaciones educativas humanizadoras que permitan el reconocimiento de lo vivido y de las identidades".

La necesidad de revalorizar lo local, la identidad de los sujetos, no es opuesto a la interculturalidad, sino por el contrario son complementarios, y en esa medida potencialmente humanizadores. Un caso es el racismo horizontal presente entre los sectores populares que puede superarse en la construcción de una concepción de pluralidad de razas y una conciencia étnica que valore lo propio, pero también lo ajeno, y sepa convivir y enriquecerse mutuamente. El contexto latinoamericano y los cambios mundiales también están generando acelerados procesos de interculturalidad internos y externos a los países, que poseen características de desterritorialidad y descolección. Es decir la pérdida del territorio y de sus colecciones de monumentos, rituales y objetos que eran parte de la identidad de muchos grupos humanos. Hoy las migraciones, los cambios tecnológicos, la eficacia de las comunicaciones, generan una radical reorganización de las formas de producción y circulación de bienes simbólicos, las culturas son cada vez más híbridas e interculturales, y al mismo tiempo muchas culturas desterritorializadas como los latinos en EE.UU., encuentran identidades a través de 250 estaciones de radio y TV, 1.500 publicaciones en español, y la posibilidad de recrear territorios y colecciones en su nuevo hábitat, es como una implosión del tercer mundo en el primero, que hace exclamar a Rouse la necesidad de una "cartografía alternativa del espacio social" basada en nociones como frontera o circuito.

En una encuesta participativa con indígenas emberás waonán de la selva darienita de Panamá sobre preferencias en función de montar la primera emisora de radio de la región, estos escogieron la diversidad de varios ritmos sobre la monotonía de sólo escuchar su música. La pluriculturalidad e interculturalidad fomentan el acceso mas fluído de las culturas populares a una gama diversa de bienes simbólicos y al cosmopolitanismo , pero al mismo tiempo la atomización y desterritorialización



en especial en el contexto de grandes ciudades dificultan la constitución de nuevas identidades y sobre todo "de sujetos capaces de intervenir eficazmente en la recomposición del tejido social... Necesitamos estudios transdisciplinarios, saberes diagonales, para captar los procesos interculturales donde se forman las identidades híbridas de este fin de siglo".

¿Qué somos? ¿Qué hemos sido? ¿Qué queremos ser? Son preguntas tremendas, vitalizadoras, y hasta desgarrantes. Por ello, debemos aportar en sus respuestas, y con ello apoyar la construcción de la autoconstrucción de la identidad, a la que se accede cuando las diferencias sociales y personales conversan animadamente y sin ánimo de asumir a la otra construyen consensus y se enriquecen.

## COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO Y MOVIMIENTOS SOCIALES

Vivimos democracias grises, pobres y sin proyectos ni utopías, sostenidas endeblemente sobre atomizaciones sociales, modelos económicos excluyentes y descontentos generalizados. En este caldo de cultivo se agitan los movimientos sociales, nuevos y viejos, productos de la pauperización, la especificidad de los sujetos, la polarización social y el desgaste de las formas de organización social y política tradicionales.

Pero, ¿qué es un movimiento social? Según Aníbal Quijano se trata de "*la tendencia de un sector determinado de la población de una sociedad, a presionar sobre alguno o algunos aspectos de la estructura de la sociedad, con la finalidad de cambiarlos en algún sentido, de manera deliberada.*" Para Daniel Camacho, es "*una dinámica que se genera en la sociedad civil, y se orienta hacia la defensa de intereses específicos, y que cuestiona fragmentaria o absolutamente las estructuras de dominación prevaleciente, buscando transformar las condiciones de crecimiento social*". Los movimientos sociales pueden ser clasistas (obreros, campesinos, capas medias...) o ser plurclasistas (urbano, regional, étnico, estudiantil, femenino, homosexual, juvenil, ecológico, pacifista, religioso, nacionalista, de tercera edad, cultural, de ciudadanía, etc.). Nacen de la sociedad civil pero tarde o temprano apuntan al cuestionamiento de la sociedad política.

¿Cuáles son algunas de sus características? Los movimientos sociales son múltiples, heterogéneos, emergentes, y en muchos casos provisionales y experimentales. Se desarrollan tanto en dictaduras como en democracias de acuerdo a los espacios que encuentran para desenvolverse, y con diversos niveles de expresión.

Los movimientos sociales expresan nuevas formas de sociabilidad y de concebir la sociedad a través de formas de organización, valores, cultura de sobrevivencia, como de prácticas sociales que no son lineales, que por el contrario son democráticas y participativas y que los llevan a confrontar, negociar y participar. Como dice Mario Garcés, "*reclaman más protagonismo social y político a partir de sí mismos.*"

El discurso de los movimientos sociales es antiestatista porque perciben que el Estado renuncia a su función de proveedor de servicios colectivos acentuado por

el ajuste neoliberal de las economías latinoamericanas. El sujeto social vive la dominación múltiple. Muchas veces explotado económicamente, oprimido políticamente, discriminado socio culturalmente, el sujeto social se expresa en muchas formas de acuerdo a la potencialidad de sus acciones. Un caso es el movimiento de reivindicación por la igualdad de la mujer, que expresa más las dimensiones de discriminación sociocultural y opresión política, que de explotación económica, lo que permite concertar desde variadas posiciones feministas a todo el espectro social. El movimiento feminista aborda dinámicamente la inclusión de la agenda de la igualdad en todos los espacios posibles, desde la política hasta el lenguaje no sexista en los medios de comunicación.

Los movimientos étnicos indígenas se destacan por varias razones. Son movimientos eminentemente rurales frente a un conjunto de movimientos sociales que son básicamente urbanos. Son también dinámicas de fuerte contenido de identidad cultural e histórica. Los movimientos indígenas viven la correspondencia entre clase y etnia, pues los indígenas son en muchos países los más pobres entre los pobres, y los más explotados en el trabajo rural y urbano. Además mantienen altos niveles de reivindicación en muchos países, por ejemplo el 35% de las demandas de tierra en México vienen de los pueblos autóctonos, pero sumadas a exigencias de defensa de idiomas, cultura y hábitat. El racismo y el populismo siguen siendo oponentes formidables de los indígenas combinados con expresiones de asistencialismo o paternalismo.

Frente a estas situaciones el movimiento indígena se debate entre el sectarismo defensivo que los aísla del resto de la sociedad y de otros movimientos sociales, o la politización radicalizada donde pierden su identidad en la batallas de otras realidades. Pese a estas posiciones extremas muchos movimientos indígenas responden a desafíos como el ampliar los horizontes de sus reivindicaciones sin perder, o mejor dicho ganando identidad, pero buscando terrenos comunes con otros sectores sociales. Para los movimientos étnicos la legislación y protección de sus territorios, la preservación de la comunidad y los estilos de organización y producción, el acceso pleno a los derechos de ciudadanía, a mantener su lengua, costumbres y creencias son reivindicaciones fundamentales, sumadas a la necesidad de percibir los estados nacionales como multiétnicos y plurinacionales, donde existan nacionalidades que deben expresarse con derechos definidos en el Estado Nacional.

Los movimientos sociales pueden pasar también a estadios de más complejidad organizativa y visión estratégica, convirtiéndose en sujeto político de transformaciones mucho más de fondo. Varios factores pueden incidir en ello:

- La lucha por la sobrevivencia pero ligada a propuestas económica nacionales o globales. Es decir la capacidad de ligar el aquí con el allá.
- Cuando los movimientos sociales descubren las causas profundas de crisis en que están insertos y que enmarcan la situación en que se desenvuelven.
- Cuando desarrollan la democracia y la participación como estilos de vida y organización.

- Cuando impulsan capacidad de autodeterminación y autogestión a niveles nacionales, regionales y de base.
- Cuando desarrollan los valores, la memoria colectiva y la identidad como parte de su práctica como movimientos sociales.
- Cuando incorporan procesos educativos organizativos a lo interno que les permite impulsar los aspectos interiores y en lo externo logran ganar legitimidad.

En medio de tiempos borrascosos la gente encuentra cada vez más los espacios cotidianos para juntar sus necesidades y sus ganas de resolverlas, este arco iris anuncia inquietudes que aportan continua o efímeramente a tiempos mejores. Lo cierto es que los movimientos sociales cuando se convierten en sujetos activos de sus procesos, logran aportar concretamente a la construcción de las grandes metas estratégicas. Algunos lo llaman la revolución de la sociedad civil, pero en medio de marejadas de inhumanidad que amenazan con barrernos están ahí, defendiendo la vida. La propuesta transformadora debe moverse tanto en la sociedad civil como en la sociedad política, tendiéndose puentes entre todas estas acciones pero manteniendo la autonomía del campo de acción específica.

La comunicación para el desarrollo debe ser parte fundamental de la relación con los movimientos sociales, pues estos son los sujetos dinámicos de la construcción del desarrollo integral.

## LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO, LA MASIVIDAD Y LO MASIVO

Lo masivo se refiere a los medios de comunicación y la masividad a la posibilidad de extender una propuesta comunicativa sin necesariamente pasar por la tecnología de los grandes medios masivos. Así, es posible a través de redes comunicativas difundir textos, o crear experiencias con cassettes foros o uso de murales o afiches.

Los medios de comunicación deben aportar a unir, concertar, movilizar en lugar de fragmentar, atomizar y desmovilizar. En el fondo lo que subyace es la concepción que tenemos de los medios de comunicación. Estos no son malos pues *"la culpa no es del cuchillo sino del asesino"* como proclama Eduardo Galeano. El problema es que los medios son vistos unidireccionalmente en la relación emisor-receptor, o con un débil mensaje de retorno del receptor con acento conductista. También existe una asincronía entre las imágenes o textos de los medios ya que no son representativos de la población, dándose una incoherencia en relación a la imagen que los medios le devuelven a los panameños que no expresan la diversidad ni especificidad nacional. Se impone como objetivo acercarnos más a un modelo donde el emisor sea también receptor, y el receptor también emisor trabajando juntos la producción de los mensajes en coherencia con la construcción de identidad.

La comunicación para el desarrollo recupera pues la posibilidad de articular lo masivo de los medios con la masividad de los movimientos sociales en la cual se relacionan mensajes, situaciones y también subjetividades.

¿Cómo hacer comunicación educativa en la escuela y en los sistemas no formales? ¿Cómo substituir la agitación y la propaganda por la comunicación política? ¿Cómo lograr la participación activa de la gente en la comunicación masiva? ¿Cómo reflejar sus intereses, como el charco limpio refleja nuestros rostros? Las experiencias de diagnósticos comunitarios y procesos de investigación-acción-participativas en comunidades indígenas, campesinas y afroamericanas así como las experiencias de comunicación alternativa en barrios y campos a través de la prensa popular, el teatro, los murales, constituyen buenos intentos. No es fácil. Pero la imaginación debe tomar el poder.

En el fondo los medios de comunicación, los proyectos de desarrollo, las iglesias, los partidos, las asociaciones, la escuela, deben impulsar relaciones comunicativas más horizontales, que apunten a desarrollar en la gente el crecimiento de personalidades democráticas con capacidad de autogestión, solidaridad, criticidad, libertad y creatividad. Deben apoyar la construcción de los consensus justos y educar en aceptar los disensos. La cultura política conspira contra ello, pues lo que rondan son los antivalores del egoísmo, el machismo, el racismo, el oportunismo político, la deshonestidad, el "sálvese quien pueda", el capillismo y sectarismo que hacen su agosto.

Para la comunicación para el desarrollo es clave lograr dialogar con la opinión pública.

Los medios masivos son un factor importante para ganar legitimidad. Una presencia formativa en los medios es un vehículo importante para desarrollar en los receptores elementos de juicio que les permitan no sólo "asimilar" un mensaje, sino más importante que eso comparar ideas, discernir, reflexionar y elegir. No se trata de instruir ni dar recetas, ni explicitar verdades eternas sino más bien "interpelar a los sujetos para que trabajen su opinión con más esfuerzo, motivar a escuchar y revisar lo que se piensa al descubrir experiencias y pensamientos de otros, observar los matices existentes entre lo bueno y lo malo, unir las dimensiones racionales con las afectivas"

La opinión pública "es el conjunto de juicios y sentimientos y opciones que tiene la mayoría de personas de un sector, región, país o conjunto de países frente a determinados temas o conflictos públicos" Es casi siempre momentánea, es decir puesta en funcionamiento cuando un hecho ocurre. Es una reacción frente a determinadas situaciones por lo que está muy relacionada con la noticia o el momento, por lo cual tiende a pasar, a evaporarse.

Es primariamente más afectiva que racional, expresando sentimientos a favor o en contra de alguien o algo. Es importante distinguir entre estas características superficiales de la opinión pública o masiva y las actitudes más reflexivas y profundas que Yankelovich llama juicio público. Cuando las personas aceptan la responsabilidad por las consecuencias de sus opiniones, tenemos un caso claro de opinión calificada o juicio publico. El tiempo de transición de una opinión sin reflexión hacia la opinión calificada toma tiempo variable. Estar bien informado y

emitir opiniones calificadas no son necesariamente sinónimos. Cuando la gente reflexiona las opiniones pueden cambiar. Es importante ayudar en la creación de estos juicios públicos a favorecer valoraciones y discernimientos que sirvan de guía frente a la realidad. Eso provocará que la población tenga comportamientos menos emotivos y más racionales.

Es bueno ubicar el hecho de que la opinión pública existe sólo cuando se le conoce públicamente a través de sondeos de opinión, e influyen sobre ella los líderes de opinión que contribuyen a orientarla. La opinión pública se expresa a través de agendas públicas, es decir los temas que se legitiman como pertinentes e importantes para todos en determinado momento.

El diálogo con los medios debe conformar la imagen del proyecto de desarrollo. La imagen es "la idea que las personas forman en su mente sobre otra persona, institución, hechos o procesos. Es una idea que se forma a partir de insumos llamados información, que se van acumulando en la conciencia de los individuos y grupos sociales hasta que se consoliden en un concepto, bueno, o malo, confiable o no, dinámico o estático, progresista o conservador, sólo por mencionar algunos".

La imagen condiciona decisiones y actitudes que pueden cambiar políticas y acciones de desarrollo. Hay que definir el tipo de imagen que más interesa tener, las iniciativas que hay que tomar para lograrla, que la entidad y su proyecto de desarrollo sea en la práctica lo que quiere que la gente piensen que es pues no se puede ofrecer lo que no se tiene.

Es importante en este aspecto captar los específicos de cada medio masivo, la diferencia entre radio, TV, prensa, revistas y el modo en que cada medio construye opinión y construye imagen.

Las propuestas de desarrollo deben buscar construir opinión pública hacia el juicio público, e imagen positiva en base a la verdad pero tomando en cuenta el enfoque que explica Rosa María Alfaro: *"Hemos venido trabajando un sentido de lo informativo y de lo educativo poco cercano al placer, a las imágenes, los gustos y los afectos...La cultura de masas, ya entronizada entre la población y entre nosotros mismos nos plantea otro modo de operar, comprometiendo los modos de sentir y pensar que la gente posee."* En este sentido es importante, es clave la revalorización cultural, la identidad y la vida cotidiana a través de relevar los relatos de lo vivido, la promoción de la polémica y la discusión, levantar propuestas y no sólo protestas.

Se abre el espinoso camino de quebrar las lógicas autoritarias, paternalistas en la comunicación, manipuladoras en la acción política y elitistas en la cultura. Es necesario tomar con la gente conciencia crítica de nuestros horizontes culturales, políticos y sociales. Madurar y potenciar fecundamente la creación cultural. Bregar contra la autocensura y la intolerancia. Todo esto desafía a ser profundamente honestos y eficaces, y acercarnos más y más a la verdad, esa esquiva señora. Brecht habló sobre estas cinco dificultades para decir la verdad. Uno, tener el coraje de escribirla. Dos, la inteligencia para reconocerla. Tres, el arte para convertirla en arma. Cuatro, la capacidad para compartirla con aquellos en cuya mano será útil, y quinto, la habilidad para propagarla.

## COMUNICACIÓN Y DESARROLLO LOCAL

Siendo lo local el espacio de encuentro directo entre gobierno y población, el problema central de los gobiernos locales es la pérdida de competencias, capacidades, representación y funciones, lo que se explica por el centralismo existente en el país.

Muchos países expresan la existencia de una contradicción entre lo que proclaman la Constitución y las leyes sobre autonomía de los gobiernos locales, y la realidad imperante: la potestad que ejerce financiera, política y administrativamente el gobierno central.

Vivimos una sobrecarga de las demandas de la población hacia las instituciones estatales, lo que se correlaciona con el debilitamiento de la capacidad gubernamental de respuesta, lo cual genera un conjunto de desequilibrios.

La excesiva centralización del poder debilita la capacidad de desarrollo autónomo de provincias, municipios y comunidades, lo que repercute en la no satisfacción efectiva de las necesidades e intereses de la población que deben representar. Así, existe un mandatario provincial -el gobernador- cuya lealtad fundamental se dirige hacia arriba, hacia el órgano del cual emana su nombramiento y remoción: el ejecutivo. Por su parte las comunidades, que participan indirectamente, a través del voto por candidatos a alcaldes y representantes escogidos por los partidos políticos, sienten que las instancias de gobierno municipal, no tienen mayor interés en satisfacer sus demandas, aparte de que no administran servicios que sean de interés para la población del área. La gente advierte también que muchas de las delegaciones de instituciones públicas en su región tampoco tienen poder de decisión, por lo que en definitiva conduce a que buena parte de las gestiones importantes deban realizarse en la ciudad capital.

También es evidente que las cuestiones propiamente relacionadas a lo municipal generalmente no son objeto de debate en las campañas electorales, por estar subordinado lo local a la lógica de la situación nacional, es decir, a un espacio muchas veces distinto y ajeno. Existe pues un deterioro de la imagen del municipio que no aparece como un ente representativo, eficiente y eficaz.

El gobierno central asume proyectos que le corresponden a las municipalidades, y las municipalidades a su vez asumen proyectos que pueden asumir conjuntamente con las comunidades. A los grupos comunitarios los planes se les dan preelaborados, sin diagnósticos en los que ellos participen y ayuden a decidir sus prioridades. Hay una ausencia de diagnósticos reales y participativos, y de planes consultados.

La municipalidad se convierte en brazo administrativo de políticas que son decididas en otros espacios de poder, y es vista como oficinas locales del gobierno central, relegando a la municipalidad en el rol de administradora y además en la mayoría de los casos, una pobre administradora. La falta de eficacia, la desvalorización de la imagen, la politización partidista ha ido provocando una deslegitimi-

zación por parte del resto de la ciudadanía hacia la municipalidad, pues no ven como importante acercarse a ella, no la sienten representativa de sus aspiraciones e intereses, no les interesa apoyarla con recursos e incluso pagar los impuestos.

La municipalidad es una figura política y administrativa, un instrumento y expresión del poder democrático de la ciudadanía asentada en un territorio, y su misión es participar aportando los planes locales de desarrollo y de trabajo en coherencia y armonía con estrategias nacionales que impulsen el desarrollo integral.

Pese a esta dramática situación, el debate sobre la descentralización y la autonomía municipal no está presente como tema importante en la agenda nacional de la sociedad civil y la sociedad política.

Es constatable que en los planes de desarrollo local, regional o provincial la comunicación no está presente cuando son los espacios, donde la necesidad de diálogo entre autoridades y comunidades locales es más urgente, y esto puede cubrirse con el uso de medios locales. El impulso de los proyectos de desarrollo requiere de una legitimación ante la opinión pública local y nacional. La comunicación ayudaría a que las personas no se sintieran sólo beneficiarias sino más bien a percibirse como gestor y parte constructiva no sólo de una comunidad de un Estado, local y global.

La comunicación es un componente que debe atravesar todo el proceso; para ello es importante diseñar una estrategia comunicativa que abarque la difusión de la propuesta descentralizadora y de desarrollo local, con acciones como:

- Divulgación de las actividades del proceso de descentralización. Utilizar y aprovechar las diversas instancias y medios de comunicación para divulgar avances del proceso de descentralización.
- Promover la comunicación dentro de las comunidades, en las organizaciones vecinales estimulando la creación de medios y formas de comunicación.
- El uso de la radio, pues es importante por ser el medio masivo con más capacidad de ligarse a lo local.
- Incorporar procesos de capacitación de la comunidad sobre la educación en la percepción y manejo de los medios masivos.
- Campañas comunicativas-educativas tanto por medios de comunicación social, como por medios de masividad (murales, boletines, calcomanías, camisetas, pasacalles, placas).
- Organización de eventos cortos de impacto sobre descentralización y desarrollo municipal, dirigidos a los sectores concertables y otros, con uso profuso de medios.
- Es clave ir logrando la sensibilización a los comunicadores y propietarios de medios de comunicación social sobre el tema de descentralización y desarrollo municipal.

- Es importante lograr un acercamiento del movimiento cultural creativo al tema de descentralización, pues ellos generan colorido e impacto y posibilidad reproductora a un tema que generalmente puede parecer árido. Es interesante pensar en lo que se puede generar con la producción de canciones, décimas, teatros, concursos y torneos (literarios, de prensa, juveniles, infantiles), pinturas, exposiciones, escritos, murales, cantaderas que logren que el tema descentralizador prenda en el imaginario nacional.

## HACIA UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

La comunicación para el desarrollo debe ubicarse en el contexto estructural y coyuntural por el cual atraviesa el país definiendo el **momento comunicativo** y el **espacio comunicativo** que caracterizaría el tipo de mensaje y códigos con los que realizar los mensajes. En base a este estado de situación construir una estrategia comunicativa precisa que ubique metodología, métodos y técnicas, las etapas, y las fuerzas, oportunidades, debilidades.

Es bueno tener presente que se busca algo más que una concepción comunicativa que produzca mensajes para ser difundidos o impuestos en función de una verdad absoluta que produce un efecto instantáneo. La concepción que proponemos busca producir mensajes subrayados por la condición de los sujetos que poseen un horizonte marcado por diversas y complejas relaciones, por lo que es importante utilizar el convencimiento, la seducción o la utilidad pero dirigirlos a crear participación, juicio público e imagen-verdad. En este sentido es vital conocer al destinatario. Es decir, no sólo quiénes son, sino cómo son, sus hetero y homogeneidades, percepciones de sí mismos, sistemas comunicativos de aprendizajes, relación con movimientos sociales y expectativas frente a los proyectos de desarrollo.