

Comunicación popular

*del paradigma de la
dominación al de las
mediaciones sociales
y culturales*

*Martha
Dubravcic*



UNIVERSIDAD ANDINA
SIMÓN BOLÍVAR
Ecuador



ABYA
YALA



CORPORACIÓN
EDITORIA NACIONAL

Comunicación popular:
*del paradigma de la dominación
al de las mediaciones sociales y culturales*

SERIE 
Magíster
VOLUMEN 21

UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR, SEDE ECUADOR
Toledo N22-80 • Teléfonos: (593-2) 255 6405, 250 8150 • Fax: (593-2) 250 8156
Apartado postal: 17-12-569 • Quito, Ecuador
E-mail: uasb@uasb.edu.ec • <http://www.uasb.edu.ec>

EDICIONES ABYA-YALA
Av. 12 de Octubre 1430 y Wilson • Teléfonos: (593-2) 256 2633, 250 6247
Fax: (593-2) 250 6255 • Apartado postal: 17-12-719 • Quito, Ecuador
E-mail: editorial@abyayala.org

CORPORACIÓN EDITORA NACIONAL
Roca E9-59 y Tamayo • Teléfonos: (593-2) 255 4358, 255 4558
Fax: (593-2) 256 6340 • Apartado postal: 17-12-886 • Quito, Ecuador
E-mail: cen@accessinter.net

Martha Dubravcic Alaiza

Comunicación popular:
del paradigma de la dominación
al de las mediaciones sociales y culturales



UNIVERSIDAD ANDINA
SIMÓN BOLÍVAR
Ecuador



Quito, 2002

Comunicación popular: del paradigma de la dominación
al de las mediaciones sociales y culturales
Martha Dubravcic Alaiza

SERIE 
Magíster
VOLUMEN 21

Primera edición:
Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador
Ediciones Abya-Yala
Corporación Editora Nacional
Quito, febrero 2002

Coordinación editorial:
Quinche Ortiz Crespo
Diseño gráfico y armado:
Jorge Ortega Jiménez
Cubierta:
Raúl Yépez
Impresión:
Impresiones Digitales Abya-Yala,
Isabel La Católica 381, Quito

ISBN: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador
9978-19-001-5 (serie)
9978-19-037-6 (número 21)

ISBN: Ediciones Abya-Yala
9978-04-700-X (serie)

ISBN: Corporación Editora Nacional
9978-84-250-0 (serie)
9978-84-296-9 (número 21)

Derechos de autor:
Inscripción: 016261
Depósito legal: 002045

Título original: *La reorientación de la comunicación popular alternativa ante las demandas de los actores sociales: el caso del Centro de Educación Popular, CEDEP*

Tesis para la obtención del título de Magíster en Estudios Latinoamericanos
Programa de Maestría en Estudios Latinoamericanos, 1999

Autora: *Martha Dubravcic Alaiza*

Tutor: *José Laso R.*

Código bibliográfico del Centro de Información: *T-0095*

Contenido

Prólogo / 7

Reconocimientos / 9

Introducción / 11

Capítulo I

La comunicación popular alternativa en el esquema del cambio social / 15

1. La comunicación desde la visión psicológico conductista / 15
2. Lo popular como subcultura / 15
3. La nueva comunicación: hacia el cambio social y la modernización de los pueblos / 17
4. Las prácticas de comunicación popular desde el esquema del cambio social / 20

Capítulo II

La comunicación popular alternativa desde el esquema dominación/subordinación / 25

1. La Comunicación en el paradigma «ideologista» / 25
2. Lo popular como cultura de los oprimidos / 30
3. Una alternativa: la comunicación como práctica liberadora / 32
4. Prácticas y producción de comunicación popular desde el esquema dominación/subordinación / 34

Capítulo III

La comunicación popular alternativa desde las mediaciones sociales y culturales / 43

1. La comunicación como proceso de hibridaciones / 43
2. Lo popular como matriz cultural / 47

3. Hacia una nueva comunicación popular alternativa desde las mediaciones sociales y de la cultura / **51**
4. Las prácticas de comunicación popular desde el esquema de las mediaciones sociales y culturales / **54**

Capítulo IV

Los fenómenos y los actores sociales: su relación con la comunicación / 59

1. Algunos elementos de la realidad de América Latina / **59**
2. Los fenómenos urbanos: la tendencia creciente a la concentración urbana / **62**
3. La globalización de la cultura / **64**
4. La irrupción de nuevas tecnologías en la comunicación / **68**
5. Efectos de los fenómenos sociales (urbanización, globalización de la cultura y nuevas tecnologías) / **72**
6. La reorientación del modelo económico / **78**
7. Algunos elementos de la realidad política y social del Ecuador / **81**
8. Transformación de los actores sociales y emergencia de nuevos actores en el contexto ecuatoriano / **84**
9. Los antiguos actores de lo popular / **95**

Capítulo V

Un caso particular: el Centro de Educación Popular, CEDEP / 97

1. El Centro de Educación Popular: su origen, sus planteamientos y su contexto / **97**
2. Áreas de acción y práctica comunicativa del CEDEP / **100**
3. La radio en el CEDEP: especificidad del medio / **102**
4. El nuevo carácter de lo popular en el CEDEP / **105**
5. Los conceptos de pluralidad y democracia / **106**
6. Una lectura a las nuevas demandas de los actores sociales / **107**
7. Una propuesta diferente / **107**

Consideraciones finales / **109**

Bibliografía / **115**

Universidad Andina Simón Bolívar / **119**

Títulos de la Serie Magíster / **120**

Prólogo

Estas palabras introductorias al trabajo de Martha Dubravcic pretenden describir un lugar de enunciación. La palabra lugar designa el espacio de una geografía; un lugar se habita, pero como a un lugar también se llega y desde él se parte, los lugares tienen que ver también con el tiempo. Acontece algo similar con los lugares de enunciación. Se habla desde una cierta geografía, más bien desde una topografía, desde un mapa de sentido, y se habla desde una temporalidad, desde un cruce, desde una densidad histórica. Quizá eso significamos cuando hablamos de topologías.

Hoy en día, como profundamente lo ha dicho Jesús Martín-Barbero, las grandes transformaciones del mundo, y por otro lado las tercas y dolorosas realidades de los pequeños y complejos y tan articulados mundos que vivimos hacen que solo sea posible orientarnos con mapas nocturnos.

Mapa nocturno: un mapa para indagar la dominación, la producción y el trabajo, pero desde el otro lado: el de las brechas, el consumo y el placer. Un mapa no para la fuga sino para el reconocimiento de la situación desde las mediaciones y los sujetos. Para cambiar el lugar desde el que se formulan las preguntas, para asumir los márgenes no como tema sino como enzima. Porque los tiempos no están para las síntesis y son muchas las zonas en la realidad cotidiana que están aún por explorar, y en cuya exploración no podemos avanzar sino a tientas, sin mapa o solo con un mapa nocturno.

Justo en este momento preciso surge este mapa que traza el trabajo de Martha Dubravcic, cuando tratamos de cambiar el lugar desde donde se formulan las preguntas, porque lo popular, como lugar geográfico donde se mueven los sujetos de la vida y de la historia, está allí vivo, presente, cargado de resistencias, sumisiones, impugnaciones, complicidades, apropiaciones. Y es de este mismo lugar que los grandes textos teóricos latinoamericanos sobre la comunicación hablan y marcan su especificidad. Porque de qué otra cosa hablan sino de los enfoques, los encuentros, las apropiaciones, las hibridaciones, las hegemonías, las mediaciones que atraviesan a los sujetos. Dos formas de hablar sobre una misma cosa, espacio epistemológico de imbricación de las topologías y las topografías. Los lugares de las palabras que nos sirven para

hablar de las cosas, y no solo de las cosas sino de los sujetos sufrientes que a su vez moldean las palabras. Originalidad de nuestro pensamiento latinoamericano que deja para los que tienen tiempo y recursos las visiones totalizadoras, ontológicas. Siempre estamos comprometidos con las urgencias.

Uno se pregunta si no serán acaso esos primeros trazos —ese gesto comprometido y fundador sobre esos sujetos vivos y sus geografías, que dibujaron los pioneros Beltrán, Pasquali, Díaz Bordenave, Kaplún, Martín-Barbero, Verón, Paulo Freire, Prieto, Márquez de Melo y tantos otros— los que hoy, como en el palimpsesto, dibujan todas las nuevas palabras que nos dictan los nuevos tiempos y las nuevas urgencias. Esto es lo que Martha Dubravčić recorre en su texto y que hoy constituye el aporte latinoamericano al pensamiento universal sobre la comunicación. En la misma lógica de los pioneros y de los demás, el trabajo muestra las mutaciones en las prácticas institucionales donde se mueven aquellos que piensan que todavía y siempre se puede transformar el mundo.

Quizá más allá del ejercicio de la deconstrucción y construcción de paradigmas, lo popular está tan vivo que «bien sabemos de la fuente que mana y corre, aunque es de noche».

*José Laso R.
Quito, febrero del 2002*

Reconocimientos

Este trabajo recoge el esfuerzo académico personal, pero también la colaboración y experiencias de personas e instituciones que cooperaron en su realización.

Por ello, quiero expresar mi especial agradecimiento a la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, y a su rector, Enrique Ayala Mora, por haberme dado la oportunidad de formarme en esta universidad.

Mi profundo sentimiento de gratitud a José Laso, tutor de esta investigación y guía constante, por su generosa y comprometida colaboración en la elaboración de este trabajo; a César Montúfar, por el tiempo dedicado a la lectura de este trabajo, por sus apreciaciones y valiosas sugerencias; y a César Montaña por el apoyo y la confianza de cada día.

Y un muy sentido agradecimiento al Centro de Educación Popular, CEDEP, a su ex director, Luis Dávila, a Ataulfo Tobar y Diego Landázuri, por la riqueza de sus testimonios, así como por la paciente y permanente disposición a transmitir sus experiencias.

Introducción

Las prácticas de comunicación popular alternativa obedecen a distintos momentos y contextos, pero principalmente reflejan las concepciones desde diferentes paradigmas. Es a finales de la década de los años sesenta que en América Latina la comunicación popular alternativa alcanzó su mayor auge; pero desde entonces ha experimentado un cambio profundo tanto en su concepción como en su práctica. Una serie de sucesos políticos y sociales dieron lugar a la transformación y surgimiento de actores sociales, que expresan nuevas demandas y nuevos comportamientos, a partir de los cuales se redefine la noción de lo popular y de la comunicación popular.

La práctica de las instituciones de comunicación popular se ha inscrito por mucho tiempo en un contexto marcado por la tendencia al desarrollo –en términos de modernización– y luego en uno definido por la lucha de clases y la lucha política. Ambos contextos crearon el escenario apropiado para que la comunicación se basara en procedimientos lineales, de transferencia tecnológica –como sinónimo de progreso–, infraestructura artesanal, contenidos locales, generalmente rurales, y en la reivindicación de sectores considerados oprimidos.

En el primer contexto los medios aparecían como aliados de la modernización y el desarrollo, para manipular y transformar los hábitos campesinos en nombre del ansiado progreso. En el segundo contexto los medios de comunicación eran concebidos como verticales, negadores del receptor activo, y como instrumentos ideológicos que solo en manos de la clase subordinada tendrían una labor loable.

Sin embargo, desde mediados de los años ochenta, estas instituciones dieron un giro e incursionaron en un nuevo tipo de práctica comunicativa, a partir de las demandas y características de los actores sociales. Este giro obedece a dos situaciones: a los cambios en el paradigma conceptual de la comunicación y sobre lo popular, y a las transformaciones y/o surgimiento de actores sociales que, afectados por fenómenos como las concentraciones urbanas, la globalización de la cultura y las nuevas tecnologías, entre otros, demandaban una nueva forma de comunicación. Estos fenómenos a su vez dan lugar a la desterritorialización, revitalización de los particularismos, a la fragilidad de

las identidades y se hace necesario responder, desde la comunicación, a estas mutaciones.

Así, asistimos a un nuevo escenario de la comunicación popular, definido por el salto de una comunicación en principio lineal, manipuladora desde sus métodos, y marginal, reivindicativa, politizada y clasista desde sus actores; a una comunicación más bien ciudadana, crítica, culturalmente diversa y plural.

Esta nueva forma de comunicación consiste en abordar la competencia, lo masivo, las nuevas tecnologías de comunicación, el pluralismo y la diversidad; y en ubicar y configurar las audiencias a partir de referentes sociales y culturales, dejando de lado referentes como el de clase, el carácter de lo nacional y otros.

Las instituciones de comunicación popular entraron entonces en una búsqueda conflictiva de la comprensión de estas nuevas prácticas —en medio de apropiaciones y resistencias— que a lo mejor responden a nuevas identidades; por lo tanto se pretende indagar sobre los determinantes que produjeron dicho cambio, desde las demandas de estos actores, en conexión con las transiciones en los paradigmas conceptuales de la comunicación popular. Estudiar esta transición hace necesaria una deconstrucción de los paradigmas, es decir cortes y desmontes, a fin de establecer de qué manera se producen estas rupturas conceptuales.

Para los propósitos de este estudio tomé en cuenta tres paradigmas acerca de la comunicación popular alternativa. Si bien existen otros más, y además matices intermedios entre cada uno de ellos, estos tres grandes ejes parecen ser los que de manera más clara marcan el recorrido teórico y a la vez práctico de la comunicación popular alternativa en América Latina.

El primero de ellos, el del Cambio Social, responde a la tendencia funcionalista, según la cual la comunicación se desarrolla de manera lineal y gracias al poder de los medios de comunicación se puede obtener respuestas y comportamientos previsibles en el público, conducentes al cambio social, entendido éste como modernización. Dentro de esta línea la modernización de las sociedades tradicionales aparece como sinónimo de desarrollo y la comunicación como un instrumento a su servicio. Se expandió entonces la tendencia de la comunicación para el desarrollo que, aunque con diferentes matices, pone fe en los medios de comunicación como agentes de cambio para el Tercer Mundo en los ámbitos agrícola, de salud y educativo. En este paradigma, la tendencia desarrollista determinó que los actores prioritarios fuesen organismos de financiamiento internacional, como ONG, y el sector campesino, concebido como «subcultura». Pero el fracaso del desarrollo y sus políticas, como la difusión de innovaciones y la capacitación agrícola, junto a la linealidad de la comunicación, llevaron a repensarla, y a las instituciones a darse

cuenta de que los sectores populares no están únicamente en el campo y que la llamada modernización no era sinónimo de desarrollo.

El segundo paradigma, que hemos denominado Dominación/Subordinación, responde a la línea semiótico-estructuralista, según la cual todo mensaje carga en sí una ideológica dominante; de manera que el mensaje es el lugar donde se depositan las huellas del dominador y los medios de comunicación son instrumentos de dominación ideológica. La visión de desarrollo que se inscribe en este paradigma de comunicación corresponde a la teoría de la dependencia, que responsabiliza del subdesarrollo de América Latina a la relación de dominación entre los países centrales y los países latinoamericanos, frente a lo cual, la propuesta pedagógica de Paulo Freire plantea utilizar la comunicación como instrumento de liberación de una clase oprimida frente a la opresora. Aquí se identificó como actores a campesinos, obreros, proletarios y estudiantes, todos altamente politizados y visualizados desde una dimensión clasista. Las instituciones de comunicación popular incorporaron a estos sectores entre sus audiencias y la práctica institucional dio un salto cualitativo, de la capacitación para la modernización y el desarrollo a una comunicación política, de «concientización».

El tercer paradigma, el de las Mediaciones Sociales y Culturales, incorpora la matriz cultural, y está más bien en camino a su consolidación. En este paradigma la comunicación se instala como un campo interdisciplinario, y es a la vez un proceso de interacción simbólica que involucra elementos culturales y sociales, diferencias, subjetividades y la cotidianidad. La comunicación solo puede concebirse desde el punto de vista constructivista, una dinámica de intercambio en medio de hibridaciones y mestizajes. A este tercer paradigma parece corresponder una nueva visión de desarrollo, la del desarrollo democrático, capaz de asegurar además de beneficios materiales, la justicia social, la libertad y el gobierno de la mayoría; para ello es fundamental el equilibrio del acceso y la participación en los procesos de comunicación, los mismos que emergen y se reprocesan dentro del marco cultural del individuo.¹ Dentro de esta misma línea podríamos inscribir ese «otro» desarrollo del que habla Alain Touraine, orientado a la satisfacción de las demandas de los actores y a disminuir la distancia entre lo tradicional y lo moderno, y entre una élite dominante y un sector subordinado.² Se confía en el sujeto para salir de un

1. Esta noción es desarrollada por Luis Ramiro Beltrán en el documento «Comunicación para el desarrollo de Latinoamérica: una evaluación al cabo de cuarenta años», discurso inaugural en la *IV Mesa Redonda sobre comunicación y desarrollo*, organizada por el Instituto para América Latina, IPAL, Lima, 1993.
2. Alain Touraine, *Actores sociales y sistemas políticos en América Latina*, Santiago de Chile, PREALC / Organización Internacional del Trabajo, 1987, p. 7.

orden y entrar en otro, camino que supone cambios, fusiones y negociaciones culturales en las que interviene tanto el presente como la memoria del pasado.

Lo que sostengo en este trabajo es que la comunicación popular, luego del recorrido que experimentó, finalmente se instala en este tercer paradigma, el mismo que halla correspondencia con la caída de las izquierdas en América Latina, el retorno a las democracias, la creciente urbanización y la tendencia a la globalización. En este contexto, amplio y complejo, aparecen actores más autónomos y determinados por sus referentes culturales y no de clase, quienes han empezado a demandar una comunicación más plural, más abierta y ciudadana a las instituciones, las cuales a su vez han incorporado a estos actores como audiencias.

A partir de lo anterior, pretendo, entonces, determinar los elementos definitorios de este salto y establecer cómo los actores sociales, a partir de su emergencia o transformación, expresan nuevas demandas a las instituciones de comunicación popular alternativa, llevándoles a redefinir lo popular, así como la concepción y práctica de la comunicación popular alternativa.

¿Cuál es la nueva definición y práctica de la comunicación popular alternativa a partir de los cambios en los paradigmas conceptuales y las demandas de los actores sociales? Esta es la pregunta a la que buscaré dar respuesta en este intento de introducirme en el estudio de las rupturas conceptuales que se dieron en la comunicación popular en América Latina y en las transformaciones de los actores sociales, particularmente en Ecuador.

CAPÍTULO I

La comunicación popular alternativa en el esquema del cambio social

1. LA COMUNICACIÓN DESDE LA VISIÓN SICOLÓGICO CONDUCTISTA

Quizás el primer paradigma hegemónico que se consolidó en América Latina hacia finales de los años sesenta fue el de la comunicación desde la visión de la psicología conductista, con el modelo de Harold Lasswell, procedente de una epistemología psicológico-conductista. Este modelo propone que la comunicación se desarrolla de manera lineal (quién, dice qué, a quién, por qué canal, y con qué efecto), otorgando así a los medios de comunicación, plena potestad para dirigir las conductas de los seres humanos e incluso manipularlas.

La perspectiva que desarrolló la comunicación popular acorde con esta visión –eminentemente instrumental– fue la utilización de los medios de comunicación como instrumentos de transferencia tecnológica en la agricultura –prioritariamente–; también se utilizó la comunicación en proyectos de alfabetización e incluso en campañas de control de natalidad.

Los procesos de comunicación generaban –desde esta perspectiva– comportamientos a manera de respuestas programadas, totalmente previsibles, que respondían a estímulos cuya emisión era planificada para conseguir los resultados esperados en términos de conducta, adopción de creencias, prácticas y principalmente adopción de tecnologías de desarrollo. La comunicación en este esquema estuvo estrechamente ligada a proyectos de desarrollo, pues es precisamente en el contexto de la etapa desarrollista de América Latina que esta visión y sus prácticas comunicativas alcanzan mayor auge.

2. LO POPULAR COMO SUBCULTURA

Si ya Marx y Engels describieron a los campesinos como un «jeroglífico indescifrable para los hombres civilizados»,¹ no es extraño que se los

1. Everet Rogers, *La Modernización entre los campesinos*, México, Fondo de Cultura Económica, 1979, p. 29.

identifique como ignorantes, flojos y reacios al cambio.

Se vinculó al campesino –aquella población que habita en áreas rurales y que su actividad principal es la agricultura– con la clase popular, desde sus carencias de desarrollo y su pasividad, señalando que es un sector al cual se debe persuadir y transformar para consolidar el proyecto modernizador, y para ello, conocer los valores y «mapas cognoscitivos» resultaba necesario y fundamental.

Es relevante la posición de Rogers acerca del campesino, cuando destaca la intención de cambiar su actitud y conducta, como si fuera absolutamente manipulable.² El autor consideraba que el campesino era una parte sustancial de la población de los países subdesarrollados, y que se los debía introducir al cambio modernizador.

Pese a la diversidad existente entre los campesinos de los distintos países subdesarrollados, así como dentro de cada país, Rogers planteó que era posible identificar en ellos ciertas características comunes a las culturas campesinas, que permitan realizar generalizaciones.

Esta idea fue compartida por otros autores como Foster, quien también sostiene que hay una universalidad en la subcultura campesina de todo el mundo, siendo muy marcadas sus similitudes.³ Asimismo, Lewis define al campesinado como cultura de la pobreza, y encuentra en los campesinos características comunes, como orientación provincial, falta de integración a las instituciones familiares, escasa participación formal y una lucha constante por la supervivencia.⁴

Y el propio Rogers caracteriza al campesino según componentes socio-cicológicos, que se sistematizan en aspectos como: desconfianza de las relaciones interpersonales, una percepción de que lo bueno está limitado, dependencia y hostilidad, aspiraciones limitadas, falta de espíritu innovador, fatalismo, ausencia de dilación de la satisfacción, visión limitada del mundo, escasa empatía.⁵ A decir de Rogers, estos elementos se interrelacionan funcionalmente, lo cual dificultaría la implementación del cambio planeado, pues modificar uno de los elementos de la «subcultura», implica la modificación o la alteración de los otros o, por lo menos, de algunos de los otros.

2. *Ibíd.*

3. Citado por Everet Rogers, *op. cit.*, p. 34.

4. *Ibíd.*

5. Everet Rogers, *op. cit.*, p. 35.

3. LA NUEVA COMUNICACIÓN: HACIA EL CAMBIO SOCIAL Y LA MODERNIZACIÓN DE LOS PUEBLOS

La transición de lo tradicional «a lo moderno» marcó el rumbo de las prácticas de comunicación hacia proyectos desarrollistas y estudios que iban en esta línea, durante los años cincuenta y sesenta.

La mayoría de estos estudios vislumbra el final del subdesarrollo como el paso lineal de una sociedad tradicional a la sociedad moderna, la primera de las cuales concentra todos los obstáculos, mientras que la segunda ofrece todas las posibilidades para lograr la «revolución de las esperanzas crecientes».⁶

Sin embargo, en el terreno teórico, el cambio social ha sido abordado desde dos teorías: la global, con un enfoque general que toma como unidad de análisis a la nación, la sociedad o el sistema social; y la teoría empiricista, cuyos datos provienen de los campesinos o de las aldeas campesinas concretas.⁷

En este ánimo de construir el camino hacia la modernización, los medios de comunicación se presentaban como piezas clave del proceso y agentes del mismo. El proyecto modernizador demandaba la transferencia tecnológica como sinónimo del ansiado progreso. Así, las políticas de «difusión de innovaciones» despertaron al auge en la mayoría de las sociedades de América Latina, en programas orientados a adopción de técnicas agrícolas, de métodos anticonceptivos, y otros.

Everet Rogers se convirtió en el precursor de la difusión de innovaciones, tendencia que concibe al desarrollo-modernización como un tipo de cambio social que introduce nuevas ideas en un sistema social con el objeto de producir un aumento en las rentas *per cápita* y elevación de los niveles de vida a través de métodos de producción más modernos y de una organización social perfeccionada.⁸ Sin embargo, el proceso de transferencia y adopción del modelo difusionista está condicionado por las jerarquías y las relaciones de poder de las sociedades. Así también el factor del liderazgo se convierte en decisivo del proceso y de las decisiones de grupo.

6. Armand y Michele Mattelart, *Historia de las teorías de la comunicación*, Barcelona, Paidós, 1996, p. 36.

7. Everet Rogers, *op. cit.*, p. 54.

8. Armand y Michele Mattelart, *op. cit.*, p. 36. Precisamente lo que consagró a Rogers como precursor de esta tendencia fue su publicación *Difusión de innovaciones* (1962).

Esta línea teórica fue revisada por el propio Rogers veinte años más tarde, condenando a sí mismo su tendencia a olvidar el contexto, a definir a los interlocutores como átomos aislados e incurrir en la causalidad mecánica. Entonces propuso una definición de la comunicación como «convergencia», un proceso en que los participantes crean y comparten información a fin de llegar a una comprensión mutua.⁹

En esta perspectiva, y en el intento de ubicar las categorías del proceso de comunicación que permita diferenciar claramente un paradigma de otro, en el esquema del cambio social, dentro de la tendencia funcionalista, fueron las agencias de desarrollo, y otras instituciones gestoras de estos procesos, las que se constituyeron como emisores del mensaje modernizador.

El mensaje (qué), dentro de este paradigma, es susceptible de ser analizado y medido a través de instrumentos como el análisis de contenido, que hace posible detectar aquellas características del mensaje que cambian la actitud y comportamiento del receptor.

Los receptores en este esquema son los miembros de una subcultura, generalmente vinculada al sector campesino. Esta subcultura se supone tiene características sociopsicológicas que le impiden por sí sola orientar sus actividades y comportamientos hacia el desarrollo y que, al ser susceptible de manipulación a través del poder de los medios de comunicación, es factible modificar en ella comportamientos, hábitos y actitudes, tendentes a la modernización.

En la misma perspectiva, los canales, es decir los medios de comunicación adoptan la condición de «todopoderosos», constituyen el gran instrumento que permite el salto de lo tradicional a lo moderno, del subdesarrollo al desarrollo; incluso se concibe al desarrollo como algo transferible y los medios de comunicación se convierten en agentes de dicha transferencia.

Los efectos que este proceso puede generar en sus receptores se refieren a cambios de actitud y de comportamientos a partir de mutaciones sociopsicológicas. Las respuestas y los nuevos comportamientos en el receptor serían en este caso totalmente previsibles gracias a la «omnipotencia» de los medios de comunicación.

El cambio social

El proceso de modernización implica la concurrencia de una serie de variables sociopsicológicas y el cambio social dirigido; entendiendo por cambio social a aquel proceso por el cual se produce una alteración en la estruc-

9. *Ibíd.*, p. 108.

tura y funcionamiento de un sistema social, cuya estructura la determinan los varios estatus individuales y de grupo que lo integran.¹⁰

Son tres las etapas que presenta el cambio social: la *invención*, en la cual se crean o desarrollan ideas nuevas, la *difusión*, proceso por el cual se transmiten tales ideas a un sistema social; y las *consecuencias* son los cambios que se producen en el sistema social, como resultado de la adopción o rechazo de las innovaciones.

La comunicación y cambio social son dos procesos que se vinculan estrechamente, sin embargo, no se los puede tomar como sinónimos. La comunicación es un componente importante para el proceso de cambio social, pero no el único ni interviene en todas sus etapas; y el cambio social es un proceso mucho más amplio que involucra la invención, la difusión y trae consigo consecuencias.

La modernización

La modernización es un proceso que en la mayoría de los casos se ha equiparado a la occidentalización o a la europeización, pero supone además la intervención de múltiples variables: nivel de vida, aspiraciones, alfabetismo, educación, participación política, cosmopolitismo y comunicación, solo por citar algunas.

Para Lerner, la variable más importante en el contacto con los medios de comunicación masiva es la empatía, entendida como la capacidad de representarse uno mismo en los papeles de otros.¹¹ Sin esta capacidad no sería posible un cambio de actitud, pese al contacto con los medios de comunicación. Sin embargo, el modelo de modernización de Lerner toma en cuenta también otras variables como urbanización, alfabetismo, contacto con los medios de comunicación, ingreso y votación.

Los medios de comunicación en este esquema resultan ser fundamentales para el proceso innovador, sin dejar de lado la intervención de otros canales personales, los cuales tienen especial importancia en el momento de decidir adoptar o no la innovación. Los canales masivos operan en la introducción de la innovación, mientras que los canales personales en el convencimiento para la adopción y el cambio de actitud. Por tal motivo se sugiere la combinación de canales personales y masivos; así algunas dinámicas que funcionaron con ese objetivo fueron los foros de información, en los cuales pe-

10. Everet Rogers, *op. cit.*, p. 12.

11. Citado por Everet Rogers, *op. cit.*, p. 55.

queños grupos se reúnen a discutir un programa masivo; dinámica se implementó en muchos de los proyectos en América Latina.¹²

El cosmopolitismo –aquella capacidad del individuo de apertura hacia el exterior de su sistema social inmediato– y fenómeno característico de las ciudades, es también, a decir de Rogers, uno de los componentes clave que facilitarían el cambio, pues intervienen en la formación del conocimiento inicial de la vida más moderna; a diferencia de la tendencia «localista» que caracteriza a las comunidades rurales.¹³

Finalmente, otros aspectos considerados importantes para vehicular el cambio son el liderazgo y la motivación, cuya presencia e intervención facilitarían el proceso de cambio.

El fatalismo como obstáculo del cambio

El fatalismo, o grado en que un individuo percibe en sí mismo una incapacidad para controlar su futuro y desarrollarse, se constituye en un obstáculo para el cambio y la modernización. Esta es una característica de los campesinos, principalmente debido a que tienen escaso dominio sobre su ambiente natural y social.

El desarrollo en mayor o menor grado del fatalismo se da en función a variables como el alfabetismo, que abre paso a la racionalidad, opuesta al fatalismo; también el contacto con los medios de comunicación puede determinar un menor grado de fatalismo, así como el cosmopolitismo que lleva a percibir que el ser humano tiene dominio sobre su medio ambiente. También se relacionan con el fatalismo otras variables como el espíritu innovador, las aspiraciones, la motivación de realización y los conocimientos políticos. Se consideraba que estas y otras variables relativas a la conducta requieren ser investigadas para toda implementación modernizadora; así el ámbito de la psicología fue tomado en cuenta dentro de este paradigma, como eje fundamental de los estudios hacia la consolidación del cambio.

4. LAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN POPULAR DESDE EL ESQUEMA DEL CAMBIO SOCIAL

Dentro de este esquema la mayoría de prácticas comunicativas a nivel de producción de bibliografía e investigaciones, y a nivel de implementación

12. Estos criterios fueron inspirados en los planteamientos de Everet Rogers, *op. cit.*

13. Everet Rogers, *op. cit.*, p. 160.

de proyectos denominados «de desarrollo» se dieron en América Latina desde una dinámica de afuera hacia adentro, contrario a lo que pudiera ocurrir luego dentro del esquema dominación/subordinación, donde desde los propios actores de América Latina y en algunos casos desde los propios sectores populares es de donde emergen análisis, críticas, reflexiones, propuestas y proyectos.

En el caso del esquema del cambio social, la comunicación juega un papel de «contraparte», por así decirlo, de un objetivo global que es la modernización. Así, instituciones de comunicación han desarrollado trabajos de apoyo a otras instituciones que sí tenían claro el objetivo del cambio.

El Centro Internacional de Estudios Superiores para América Latina, CIESPAL, por ejemplo, coordinó y apoyó en la parte comunicacional, exclusivamente, a proyectos de capacitación en salud, con el propósito de cambiar ciertos comportamientos, prácticas y actitudes.

En la mayoría de estas prácticas, los sectores campesinos de los países de América Latina fueron el foco principal; ejemplo de ello son los proyectos para adopción de tecnología agrícola, sustitución del arado tradicional, incorporación de nuevas semillas, control de natalidad y otros, que supuestamente apuntaban a sacar al campesino del retraso en que estaba sumido pero que en realidad no hizo más que profundizar el subdesarrollo de las naciones.

En este marco se llevó a cabo por ejemplo el Plan Forestal Puebla, en México entre los años 1978-1982, donde la comunicación fue el mecanismo clave para asegurar el cultivo de los bosques, otro ejemplo es el proyecto de desarrollo agrícola en Altagracia, Venezuela.¹⁴

Similares experiencias se dieron en el Ecuador, impulsadas por la Misión Andina y luego por la Alianza para el Progreso, programa impulsado por el gobierno estadounidense en 1961, en el afán de desactivar la rebeldía latinoamericana irradiada a partir de la Revolución Cubana; en ese cometido auspició programas de cooperativismo, salud y educación, así como las reformas agraria, tributaria y educativa.

También la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo, USAID, a través de su programa Punto IV, brindó asistencia a muchos proyectos de cooperativismo y desarrollo agrario dentro de esta línea, y en el campo educativo-comunicacional tuvo mucha importancia el convenio suscrito entre el Ministerio de Educación y Cultura y la Universidad de Massachusets.

A lo largo y ancho de América Latina aparecieron organizaciones no gubernamentales de financiamiento para introducir nuevas técnicas de desarrollo agrícola y otras para una mejor calidad de vida orientadas al sector cam-

14. *Comunicación popular en América Latina: resúmenes bibliográficos*, Quito, CIESPAL, 1986, p. 48.

pesino. En este cometido la radio (ya denominada por muchos radio popular o radio educativa) jugó un papel clave en la producción y difusión de programas con objetivos de modernización.

También fue importante la llamada educación radiofónica de los años cuarenta y cincuenta, que alfabetizó a miles de indígenas y que tuvo sus inicios en América Latina al dirigirse a los campesinos de Colombia y los mineros de Bolivia, en el intento de gestar la escuela rural como motor de desarrollo, pese a los cuestionamientos de unidireccionalidad en el proceso. Tal vez la limitación mayor de la educación radiofónica fue entenderla como extensión de modelos fabricados en las ciudades y ajenos al contexto rural.

En el Ecuador, uno de los hechos que marcó de forma determinante este proceso fue la Reforma Agraria (1964), que vino a desarticular a los dos más grandes propietarios de la tierra hasta entonces, la Iglesia Católica y la Asistencia Social, entidad que administraba las casas hospitalarias y sociales en el Ecuador.

Dentro de vinculaciones institucionales con la Central Ecuatoriana de Organizaciones Clasistas, CEDOC, con la visión de apoyar el proceso y conscientes de que la Reforma Agraria no era únicamente dotación de tierras, sino que debía incluir crédito y apoyo técnico, se creó en 1968 la Central Ecuatoriana de Servicios Agrarios, CESA, para llevar adelante la Reforma Agraria en las tierras y haciendas que pertenecían a la Iglesia Católica y a algunas órdenes religiosas. Su directorio estaba conformado por representantes de la Conferencia Episcopal Ecuatoriana, la Central Ecuatoriana de Organizaciones Clasistas, CEDOC, y la Federación Nacional de Organizaciones Campesinas, FENOC (ala campesina de la CEDOC). Con el financiamiento de Misereor y la coordinación con otras entidades, la institución se dedicó con mucha eficacia a desarrollar procesos participativos de promoción, asistencia técnica, apoyo en infraestructura y obtención de créditos, así como educación y capacitación para vencer poco a poco la reticencia al cambio y a la adopción de nuevas técnicas. La labor de CESA pretendía no solo que el campesino genere nuevas actitudes sociales y políticas, sino que además pueda adaptarse social y organizativamente a las exigencias de una tecnología más avanzada.

La institución, cuyos primeros técnicos en su mayoría venían de cumplir una importante participación en el Instituto Ecuatoriano de Reforma Agraria, concebía al campesino como marginado, víctima de un sistema opresor, sumido en el subdesarrollo a la vez resultado de un proceso de dominación interna, e intentaba, a tiempo de capacitar y transformar al campesino, liberarlo de este sistema.

CESA se convirtió rápidamente en un referente importante de transformaciones sociales concretas y en la inspiración de otras instituciones, de manera que se alinearon a ella la mayoría de las organizaciones no gubernamen-

tales entre 1970 y 1978, como el Fondo Ecuatoriano Populorum Progressio, FEPP, institución orientada a proveer de financiamiento a proyectos de desarrollo integral en beneficio de grupos marginados principalmente en áreas rurales; el Centro Andino de Acción Popular, CAAP, que trabajó desde su creación en 1977 en proyectos de desarrollo agrario, en apoyo a proyectos de modernización, como el del Fondo de Desarrollo Rural y Marginal, Foderuma, programa del Banco Central para apoyar a proyectos de desarrollo en el campo.

Proyectos dentro de esta línea se llevaron a cabo también en la costa, donde se juntaron esfuerzos de otras organizaciones campesinas, como la Asociación de Cooperativas Agrarias del Litoral, ACAL, (filial de la FE-NOC); la Asociación de Cooperativas Agropecuarias del Ecuador, ACAE; y la Federación Nacional de Campesinos Libres del Ecuador, FENACLE, entre otras.

Todos estos espacios de acción en favor de la justicia para los campesinos tuvieron, de alguna manera, como referente la labor de monseñor Leonidas Proaño y monseñor Rada, fundador del FEPP. La voz de monseñor Proaño, esencialmente profética, contribuyó a organizar a las comunidades y descubrir los componentes culturales que diferencian a los pueblos indios; mientras que monseñor Rada, más pragmático, desarrolló grandes proyectos, que han ido evolucionando de acuerdo a los cambios de la sociedad y que hasta hoy tienen vitalidad, como el FEPP, y el proyecto «Maquita Cushunchi» (comercializando como hermanos).

Muchas de las instituciones que emprendieron proyectos dentro de esta visión estaban vinculadas de alguna manera a la Iglesia; sin embargo, las visiones de estas instituciones de ninguna manera fueron monolíticas; al contrario, coexistían al interior diversas tendencias y visiones ideológicas que respondían a la misma evolución que históricamente iban asumiendo los actores sociales.

El Centro de Educación Popular, CEDEP, que nació de la división del Centro de Estudios y Difusión Social, CEDIS, en un principio apoyó proyectos de desarrollo agrícola dentro de esta línea, puesto que el CEDIS se ocupaba principalmente del trabajo en el ámbito rural. De esta manera, sus procesos y prácticas comunicativos se dedicaron inicialmente a orientar a los campesinos hacia los caminos del progreso, a través de la capacitación agraria. Sin embargo, el contexto en que nace el CEDEP se ve más afectado por el paradigma dominación/subordinación, que se desarrollará en el capítulo siguiente.

Todas estas instituciones buscaban consolidar un sujeto de transformación, la mayoría de las veces desde el agro, y para ellas la gran matriz fue la de CEDOC-FENOC, que les orientó además a una marcada tendencia sindical clasista.

Algunas de las concepciones y las líneas de acción de estas instituciones han variado de entonces hasta ahora; el cambio más visible en algunas de ellas es haber incorporado el ámbito urbano en su definición de sectores populares y en la cobertura de sus proyectos.

Con relación a encuentros que abordaban el tema de la comunicación hacia la modernización de los pueblos, más que eventos concretos donde éste haya sido el tema central, se abordó la comunicación popular como tema dentro del esquema dominación/subordinación; en dichos encuentros se relataban experiencias concretas a manera de ejemplo para proyectos futuros, y se discutían metodologías de trabajo comunitario orientado a estos fines.

Así es dentro de este esquema, vigente aún en algunos contextos, que con sus limitaciones se vinculan la modernización, el difusionismo, la cultura de masas y los medios masivos de comunicación, y es en él que se confió por mucho tiempo el progreso de los pueblos.

Ubicamos entonces a éste como el primer paradigma que sirvió de soporte teórico a las prácticas de comunicación popular, la cual se desarrolló aun desde la linealidad, desde el excesivo poder de los medios de comunicación y de los emisores sobre los sectores populares (campesinos), en un contexto en que la consigna era lograr el cambio social de los pueblos de América Latina y su modernización.

No es que este enfoque haya desaparecido para ser sustituido por el siguiente; pero lo que no se puede negar es que pronto la politización de América Latina, en el contexto de la Guerra Fría, tendió el terreno apropiado para pensar en una nueva comunicación, con nuevas atribuciones y con la responsabilidad enorme de ser partícipe de la lucha política y lucha de clases.

CAPÍTULO II

La comunicación popular alternativa desde el esquema dominación/subordinación

1. LA COMUNICACIÓN EN EL PARADIGMA «IDEOLOGISTA»

En el marco del paradigma «ideologista», los estudios de comunicación –al menos en América Latina– se orientaron a descubrir y denunciar los rasgos mediante los cuales la ideología dominante penetra los procesos de comunicación y el mensaje, y produce determinados efectos. «La omnipotencia que en la versión *funcionalista* se atribuía a los medios de comunicación (ya que desde el paradigma lasswelliano consideraba a los medios factores decisivos de regulación de la sociedad, para lo cual defendía y difundía los valores del sistema dominante), pasó a depositarse en la ideología, que se volvió objeto y sujeto, dispositivo totalizador de los discursos».¹ También desde el estructuralismo se redujo el sentido al código; sin embargo, de igual manera, este paradigma continuaba reforzando la omnipotencia de los medios de comunicación.

Ello dio lugar a que la comunicación se desarrollara con ciertos vacíos, pues tanto la línea sicológico-conductista, basada en los efectos, como la semiótico-estructuralista, que pone énfasis en el mensaje, redujeron los procesos y el sentido a lo estrictamente comunicativo. Así, la comunicación en el esquema ideologista se centra aún en la manipulación a través del mensaje y se convierte en un instrumento de dominación ideológica, a través del cual una clase con poder ejerce influencia sobre las demás.

En esta línea teórica Althusser definió a los medios de comunicación como «aparatos ideológicos del Estado», concepción que tuvo profunda influencia en las teorías de la comunicación y según la cual, estos «aparatos» tendrían la función de asegurar, garantizar y perpetuar el monopolio de la violencia simbólica bajo la apariencia de una natural legitimidad.² De esta manera, los medios se inscribían en la «ofensiva ideológica», obedeciendo algunas

1. Jesús Martín-Barbero, *La comunicación desde la cultura, crisis de lo nacional y emergencia de lo popular*, (fotocopias), p. 38.

2. Armand y Michele Mattelart, *op. cit.*, p. 65.

veces a las intenciones de la burguesía en la consolidación de su poder y otras veces desarrollando una labor organizativa y de agitación para diferentes sectores sociales, principalmente los grupos de izquierda, que tomaron a la radio y diarios como lugares desde los cuales se exhortaba a la lucha revolucionaria.

Una de las respuestas de los sectores «subalternos» a esta ofensiva ideológica fue la creación de medios de comunicación, principalmente periódicos campesinos y obreros, que trataban de transmitir su experiencia social.

El fenómeno de los medios de comunicación se presenta entonces como una institución que manifiesta los enfrentamientos entre clases, adoptando un carácter instrumental según en manos de quién se encuentren; serán malos en manos de la burguesía y serán buenos si es el proletariado quien guía su uso.

Dentro de este esquema, entonces, la ideología se presenta como sistema de representaciones que penetra la experiencia cotidiana, las costumbres y gustos, como experiencia social muchas veces no consciente, que alude a la dimensión inintencional de la realidad social.³

Las estructuras latentes en que se edifica el mensaje y que organizan su significación reflejan estructuras subyacentes del sistema de dominación.⁴ Esto pondría en evidencia la forma de operar de la ideología y la falta de autonomía de la mayoría de los individuos en el sistema, quienes viven sus representaciones participando de un juego del cual no conocen las reglas, y la concientización apuntaría a hacerle conocer estas reglas y emanciparle de su condición de analfabeto de la institucionalidad vigente.

En este marco y dentro del esquema dominación/subordinación, intentamos ubicar las diferentes categorías del proceso de comunicación.

El emisor (quién) es siempre una clase, en principio la dominante, que actualiza en los medios su competencia de influir y manipular al receptor.

El mensaje (qué) es susceptible de ser analizado y medido a través de instrumentos como el análisis estructural de los mensajes, lo que hace posible detectar en el propio mensaje las huellas de la ideología del dominador.

El perfil de receptor que este esquema construye es el de un receptor pasivo, se trata del oprimido, de la llamada clase subordinada, a quien se manipula a través de los medios de comunicación. Los canales se presentan en este esquema a manera de «fetiches», al inscribirse en la lógica de la mercancía y legitimar la forma dominante de la comunicación; se entenderá la «feticitización» como aquel proceso por el cual las cosas o los sujetos abandonan

3. Armand Mattelart, *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, Buenos Aires, Siglo XXI, 1976, p. 36.

4. *Ibid.*, p. 37.

su dimensión real para adoptar otra. Así los medios de comunicación se tornan en fetiches en la medida en que se los considera como entidades dotadas de autonomía, de voluntad y alma propias;⁵ ejemplo de ello es que se percibe el mal en los medios si éstos están en manos de la burguesía, y al contrario si están bajo el mando de las clases subordinadas u oprimidas.

Los efectos que este proceso puede generar en sus receptores se refieren a la manipulación ideológica de la audiencia, penetración y dominación cultural, para lo cual el emisor se vale de estrategias a veces formales, otras que tienen que ver con las pasiones y emociones, para la consecución de tal objetivo.

Lucha de clases y anarquía

Armand Mattelart plantea que los medios de comunicación cumplen una función desorganizadora y desmovilizadora de la clase dominada y que afianza la solidaridad hacia la clase dominante y a sus modelos de comportamiento, aislando a los individuos y atomizándolos.⁶ Los medios apuntaban así a crear representaciones colectivas desde la dominación.

Para el proyecto imperialista, el medio de comunicación era el vector de la participación de las masas, que genera en ellas la ilusión de integración a la vida social; mientras que para los dominados el medio de comunicación debía ser el canal de expresión de las masas empeñadas en construir las bases de la economía socialista y la generación de una conciencia colectiva.⁷

Incluso la libertad de prensa se presentaba como instrumento estratégico a favor de la burguesía, considerándola como la propiedad de la libertad de los medios de comunicación.

Fragmentación

El abanico de ofertas comunicativas en géneros y formatos estereotipados introducía al lector en mundos particulares que aparecían como autónomos y compartimentados y que al disimular esta fragmentariedad impedían ver el mundo como una totalidad en cuyo interior se verifica la lucha de clases.⁸ Es a través de la fijación de sus diversos públicos que el poder burgués e imperialista define el funcionamiento de su sociedad, establece la división entre individuo y las clases y concreta las dicotomías de su lenguaje y cultu-

5. *Ibíd.*, p. 29.

6. *Ibíd.*

7. *Ibíd.*

8. Armand Mattelart, *op. cit.*, p. 79.

ra de dominación. De ahí que a través de los medios de comunicación se legitiman incluso ciertos códigos de dominación como algunos lenguajes restringidos a determinado público, a fin de demarcar fronteras y establecer distancia entre las clases.

La propuesta de Mattelart era devolver al pueblo el control sobre los mensajes que recibe.⁹ Bajo este esquema se consideraba que mientras sea la burguesía quien detente el poder de la comunicación y de los medios de comunicación, no se quebraría la unilinealidad del mensaje y las culturas subordinadas no podrían desarrollar dinámicas de comunicación, como la prensa popular, y otros formatos válidos como el foro panel o los talleres populares.

Esta línea ideologista señalaba que para facilitar el acercamiento al medio, era imprescindible sacrificar el refinamiento tecnicista, pues el problema de la revolución cultural implicaba redefinir la relación de los grupos dominados frente a la técnica.¹⁰

Uno de los elementos importantes de este paradigma fue precisamente optar por lo artesanal en relación a la tecnología, pues se sacrifica ciertos aspectos formales para alcanzar mayor participación de las masas, argumentando que la tecnología muy sofisticada podría inhibir a las poblaciones marginales, pues además toda opción tecnológica lleva consigo una carga ideológica.

Sin duda esta última argumentación da lugar a cuestionamientos según el enfoque desde el cual se mire. Si en el contexto actual, en el que la tendencia principal es la globalización, sostenemos que la comunicación para ser más popular y llegar a la clase subordinada tiene obligatoriamente que pasar por la tecnología artesanal –si no casera– podría acusarse a este planteamiento de reduccionista y limitado, en un momento en que las tecnologías de comunicación se presentan como el eslabón principal de la eficacia de la comunicación masiva.

También se planteó la necesidad de contrarrestar a las agencias imperialistas con el impulso a las agencias nacionales de noticias. Los medios, según esta propuesta, debían cooperar en la búsqueda y consolidación de una conciencia nacional, al nivel de lo propio, es decir de los grupos oprimidos y, de alguna manera, ayudar a superar las antinomias que la cultura burguesa reproduce y transmite a través de sus mensajes, tales como ideología vs. ciencia, teoría vs. práctica, ciudad vs. campo, oposiciones que legitiman la división de clases.¹¹ Dentro de esta línea, surgieron las reflexiones que llevaron a la formulación, en el marco de la UNESCO, del Nuevo Orden Mundial de la

9. *Ibíd.*

10. *Ibíd.*, p. 102.

11. *Ibíd.*, p. 125.

Información y la Comunicación, NOMIC, que comenzó a cuestionar la vigencia de las teorías dominantes acerca de la comunicación y la penetración cultural de que los países de América Latina eran objeto. Este largo debate puso en discusión las diversas visiones acerca del rol de la comunicación y de los medios masivos en nuestras sociedades, poniendo en claro que eran instrumentos clave en los procesos de transculturación, que a su vez reforzaban la llamada «neocolonización» y la dependencia cultural fundamentalmente entre naciones pero también entre clases.

En este mismo esquema se inscribe el perfil de receptor como ser aislado, individual y carente de solidaridad, desvinculado del acontecer social e histórico y, por tanto, de las luchas y sus reivindicaciones. Según esta formulación, al otorgar a los medios de comunicación un poder excesivo, es que se construye este perfil de receptor pasivo y no únicamente desde el pensamiento de la burguesía.

Es en este contexto que se inscribieron propuestas de concientización y de educación, como la de Paulo Freire y el proyecto de alfabetización de adultos a finales de los años sesenta y de «educación para el desarrollo» a comienzos de los setenta, concebida en términos de la UNESCO, como aquella educación para la comprensión, la paz y la cooperación internacional y como una educación relativa a los derechos del hombre y las libertades fundamentales.

La paulatina transformación de los medios de comunicación fue acorde a la transformación y construcción de la nueva sociedad y del ascenso de las clases populares al poder.

La lucha de clases se expresaba en todas las instancias de la comunicación, incluso dentro de los materiales gráficos de comunicación (el cómic y la telenovela), cuyos contenidos resultaban funcionales al sistema de dominación. La comunicación entonces, en sus múltiples manifestaciones, reflejó constantemente la relación de dominación y subordinación que se daba de manera permanente en todas las esferas de la vida social. Un ejemplo de ello se manifiesta en el análisis del «Pato Donald», la tira cómica que según los analistas evidencia el más profundo ánimo de penetración, manipulación y dominación cultural y la imposición disimulada del sistema capitalista.

En este sentido, crear una nueva cultura se planteó como una demanda a fin de liberar el habla de las masas, haciendo que ellas expresen su experiencia social.

2. LO POPULAR COMO CULTURA DE LOS OPRIMIDOS

Por mucho tiempo lo popular se ha inscrito en la concepción de cultura de los oprimidos, cuya acción debía orientarse a una toma de conciencia de estos sectores. Lo hicieron principalmente los movimientos de izquierda, reflexionando y actuando en la producción y difusión de lo que hasta hace poco se creía monopolio de las transnacionales: el llamado «imaginario de masa».¹²

Paulo Freire destaca dos características de la cultura oprimida: el fatalismo, que contrario a lo que se plantea en el esquema del cambio social, se define ahora como una situación histórica y sociológica y no como un trazo esencial de la forma de ser del pueblo; y la autodesvalorización, otra característica de los oprimidos que resulta de la introyección que hacen de la visión que de ellos tienen los opresores.¹³

Concebir lo popular como cultura de los oprimidos lleva inmediatamente a poner en discusión la cuestión del control cultural, por el cual entendemos a la capacidad de decisión que un grupo tiene sobre los elementos culturales de otro. La capacidad de decisión es una capacidad social y es un fenómeno cultural en tanto las decisiones se toman no en el vacío sino en el seno de un sistema cultural que incluye valores, conocimientos, experiencias, habilidades y capacidades preexistentes; el control cultural, por ello, no es absoluto ni abstracto, es histórico.¹⁴

La imposición de una cultura, según esta visión, se manifestaba claramente en el sistema educativo y en los medios de comunicación, puesto que es a través de estos procesos que se incorporaban elementos culturales a una persona o grupo. En este enfoque no se tolera la diferencia ni la cultura propia, sino que una subsume a otra. La clase dominante y la subalterna forman parte de una sola sociedad, de un mismo sistema sociocultural, pero la clase subalterna es marginada de la toma de decisiones sobre elementos culturales; las relaciones entre ambas están determinadas por el poder. Desde una posición interesante Guillermo Bonfil señala que la clase subalterna, aquí definida como la cultura de los oprimidos, no posee una cultura diferente, sino que participa de la cultura general de la sociedad de que forma parte, pero lo hace en un nivel distinto, ya que presenta desniveles culturales correspondien-

12. Jesús Martín-Barbero, «Apuntes para una historia de las matrices culturales de la massmediación», *Primer Foro Internacional de Comunicación*, Lima, 1982, p. 1.

13. Paulo Freire, *Pedagogía del oprimido*, Montevideo, Tierra Nueva, 1970, p. 63.

14. Guillermo Bonfil Batalla, *Pensar nuestra cultura*, México, Alianza, 1991, p. 49.

tes a posiciones sociales jerarquizadas; pero sí posee una cultura propia en tanto mantienen y ejerce capacidad de decisión sobre un cierto conjunto de elementos culturales. Es entonces una cultura o si se prefiere una subcultura de clase, que no es «otra» cultura sino una alternativa posible para esa misma sociedad.¹⁵

Bajtín fue el primero en reflexionar sobre la represión y exclusión contra la cultura popular, tratando de recuperar las señas de identidad de esta cultura reprimida, e identificando los intereses y mecanismos que producen dicha exclusión y represión de lo popular.¹⁶

La represión a las culturas populares arranca de la destrucción económica y política de su cuadro de vida, pero se realiza a través de una multiplicidad de mecanismos que van desde el control de la sexualidad, por medio de la desvalorización de las imágenes del cuerpo, hasta la inculcación de un sentimiento de culpabilidad, inferioridad y la universalización de un principio de obediencia.¹⁷

Esta «verticalidad» expresada en formas únicas de socialización constituye una amenaza para las culturas populares, que no dejan de existir –pues existen en tanto se relacionan y diferencian de otras– pero sí son reprimidas. Esta represión se da mediante mecanismos diversos y muchas veces simultáneos, desde los programas de control de la sexualidad, hasta los simulacros de respeto a la diversidad y la diferencia, aludiendo así al relativismo cultural, según el cual, existen culturas diferentes y ante ello, el respeto es la única opción, pasando por alto que muchas de las diferencias provienen de la desigual apropiación de bienes culturales. Es precisamente a partir de esta desigualdad que se van a configurar las culturas populares.

Por todo ello, lo popular se ha inscrito hasta este momento en el marco de la vieja cultura, pero al mismo tiempo en el marco de la rebeldía. Desde la racionalidad de los ilustrados, esa cultura estaría conformada por mitos, prejuicios, ignorancia y superstición, pero también cargada de un sentido histórico no menos importante.

Es a partir de «lo masivo» que se ha gestado lo popular, invirtiendo incluso su sentido, puesto que el sentido de clase que tuvo siempre lo popular se vio reducido al transformarse en cultura de masas. Pese a ello, algunos críticos cuestionan el planteamiento, señalando que lo masivo no es algo completamente exterior a lo popular, que lo corrompe o contamina, sino que hay ciertos elementos de lo masivo ya inscritos en lo popular.

15. *Ibíd.*, p. 56.

16. M. Bajtín, *La cultura popular en la edad media y el Renacimiento*, Barcelona, 1974.

17. Jesús Martín-Barbero, «Apuntes para una historia de las matrices culturales de la massmediación», *op. cit.*, pp. 5-6.

En este sentido no habría por qué presuponer una oposición rotunda entre lo masivo y lo popular, al contrario podríamos encontrar espacios comunes de convivencia, como las emisiones de radio u otro medio a públicos que conforman nuevas identidades, por nuevos y muy particulares referentes e intereses, que encuentran en el medio masivo su más importante espacio de convivencia e interacción.

3. UNA ALTERNATIVA: LA COMUNICACIÓN COMO PRÁCTICA LIBERADORA

Transformar la realidad en favor de los desposeídos se planteó como la nueva consigna de la comunicación, por lo que ésta se constituye en práctica liberadora.

Paulo Freire fue, si no el primero, quizás el más sólido en abordar esta problemática desde la educación y la pedagogía, apuntando desde ella al diálogo y la democracia participativa en contraposición al poder hegemónico. Postuló una pedagogía del oprimido y no para él, una pedagogía enraizada en la vida de las «subculturas» y a partir de ellas, para lo cual la alfabetización fue uno de los caminos más importantes, bajo la premisa de que alfabetizar era concientizar y a través de ello el pueblo se prepararía para la lucha y para la acción.¹⁸

La educación entonces apareció como un proceso determinante de cambio y de liberación de los sectores oprimidos, tendente a promover su participación en la convivencia colectiva; educación generada en el diálogo y cuyos temas emergían de la realidad de los oprimidos. Solo propiciando la participación de los pobres y otros grupos subordinados es que se podrían modificar las relaciones dominantes y de poder.

La comunicación –a través del diálogo y la palabra– era considerada también un instrumento de liberación. Cabe, sin embargo, destacar la diferencia entre extensión y comunicación; la primera es transferencia e invasión, mientras que comunicación es la coparticipación de sujetos en el acto de conocer, que a la vez supone una interacción dialógica entre dichos sujetos, fundada en el amor.¹⁹ Es sin duda una concepción profunda pero criticada por ser inaplicable en los medios masivos de comunicación.

Estos planteamientos cuestionaron el trabajo difusionista que muchos desarrollistas emprendieron tomando modelos norteamericanos; de manera

18. Paulo Freire, *op. cit.*, pp. 9-10.

19. Vinicio Artur de Lima, «As ideias de Paulo Freire», Sao Paulo, Paz e terra, 1984, p. 60.

que la nueva propuesta de comunicación, en contraste a la de extensión, se expandió rápidamente a la mayoría de países en América Latina, ligando así la práctica de comunicación popular a los procesos que permitieran la liberalización de la palabra más que a los medios masivos, sin que ello signifique que los medios masivos se mantuvieran al margen de estas prácticas comunicativas.

Para Paulo Freire, la pedagogía se planteaba como una acción política y operativa y de ahí su vinculación con «lo popular» como cultura de los oprimidos, consecuencia de las luchas históricas que se estaban librando.²⁰

Podría sostenerse que se trataba de una teoría del cambio, que consideraba a la persona como el eje y agente crítico en el proceso de liberación y en el cual la teoría y el lenguaje se constituían como lugar de lucha y de posibilidades que daban sentido a la experiencia y orientación política a la acción.²¹ La lucha del oprimido solo tenía sentido en tanto sea recuperación de su humanidad y no se convirtiera en potencial opresor. La superación de la contradicción opresores-oprimidos solo podía ser realizada por estos últimos y suponía la desaparición de los primeros en tanto clase que oprime.²²

Según Ernani Fiori, esta propuesta indicaba que toda comunicación es transformación, que no existe sin una intencionalidad de un sujeto y de un objeto intencionado.²³ Esta praxis implicaba una dimensión finalista orientada por valores dinámicos. Así existirán acciones masificadoras o dominadoras y acciones desmasificadoras o liberadoras.

Pese a los cuestionamientos de invalidez hacia estos planteamientos, condenándolos de restringidos o pasados de moda, o sosteniendo que la escuela ya no tiene capacidad para cambiar las desigualdades; la propuesta de diálogo como instrumento pedagógico y la interacción entre sujetos como fuente de conocimiento no ha sido desechada y, al contrario, estas ideas fueron retomadas durante las últimas décadas.

Fue la moda posmoderna, no obstante, la que sostuvo siempre que la libertad, la emancipación colectiva y la posibilidad de fraternidad universal son ilusiones, metarrelatos, abstracciones sin sentido y resultado de una modernidad caduca.²⁴ Otros advierten el peligro de la conciencia crítica al señalar que puede conducir al desorden y la anarquía.

20. Henry Giroux, en *Cuadernos de pedagogía*, No. 265, enero 1998, p. 42.

21. *Ibíd.*, p. 44.

22. Paulo Freire, *op. cit.*, p. 56.

23. Ernani Fiori, y otros, *Educación liberadora; bases antropológicas y pedagógicas*, Buenos Aires, Espacio, 1992, p. 22.

24. Jaime Botey y Ramón Flecha, en *Cuadernos de pedagogía*, No. 265, *op. cit.*, p. 53.

La explotación y el antagonismo de clases fue la directriz que definió la necesidad de nuevas prácticas de comunicación y educación ante la imposición de la clase dominante que reforzaba su cultura e impedía que el pueblo se descubriera a sí mismo. La educación popular se presentó entonces como una de las condiciones y a la vez opciones para romper con este círculo de opresión.

La educación popular se manifestaba en dos tendencias: una culturalista o pedagógica, que en cierto modo se abstrae de las condiciones de explotación que el pueblo vive; y otra clasista que precisamente parte de estas condiciones para iniciar y profundizar el proceso educativo.²⁵

Es la tendencia clasista la que desarrolló este enfoque de la educación popular, estrechamente ligada a la comunicación popular. Esta visión exigía un profundo conocimiento de la realidad y planteaba que la relación entre los sujetos: asesor y grupo, promotor y pobladores, profesional y obreros o campesinos (se evidencia nuevamente la tendencia clasista del planteamiento) debía fundarse en el diálogo y en una dinámica de comunicación horizontal.

El enfoque de clase se manifestaba en todos los tópicos de este planteamiento. Así, el proceso de aprendizaje en el marco de la educación popular presentaba como exigencias, en primer lugar, responder a los intereses de clase de quien aprende, luego ser útil a quienes aprenden y estimular a quienes aprenden.²⁶ La dimensión de clase también fue introducida por Freire al señalar que los sectarios de derecha eran quienes pretendían frenar el proceso de liberación a través de la domesticación y que la educación popular trabajaba para que las clases explotadas tomaran conciencia de su situación, la interpretaran correctamente y plantearan una acción organizada para cambiarla.²⁷

4. PRÁCTICAS Y PRODUCCIÓN DE COMUNICACIÓN POPULAR DESDE EL ESQUEMA DOMINACIÓN/SUBORDINACIÓN

La producción bibliográfica en América Latina

Una amplia bibliografía se ha producido en América Latina acerca de la comunicación popular. Así CIESPAL, una institución que trabaja netamen-

25. Enrique y Trudy Schulze, *Método y técnicas para la educación popular*, Lima, Tarea, 1979, p. 4.

26. *Ibíd.*, p. 11.

27. *Ibíd.*

te en el ámbito de comunicación, recopiló las producciones bibliográficas entre los años 1970 y 1983 que se refieren concreta y directamente al tema de la comunicación popular,²⁸ aunque existen también recopilaciones de los temas cultura popular y educación popular que se vinculan con nuestro tema pero no directamente.²⁹

En lo que se refiere concretamente a comunicación popular, se registraron 217 producciones bibliográficas que tratan el tema. De ellas, 86 corresponden a documentos teóricos y 64 a experiencias realizadas en América Latina, habiendo muy pocos documentos que muestran técnicas alternativas, y también hay un número significativo de documentos que combinan la teoría con la difusión de experiencias.

La sistematización de estos documentos permite determinar a cuál de las categorías siguientes pertenecen: comunitario-popular, alternativo-participatorio, democrático-liberadora, o resistencia. De acuerdo a ello, la mayoría de las producciones (78 en total) responde a la categoría alternativo-participatorio, es decir que se propone un modelo de comunicación antagónico al sistema social o modelo dominante, y luego (47) pertenecen a la categoría de comunitario-popular, es decir que hacen referencia a aquellas experiencias surgidas desde los propios sectores populares. También hay un número considerable que combina ambas, pero es insignificante el número de producciones que responde a las otras dos categorías de democrático-liberadora y de resistencia.

También se pudo determinar los tipos de metodología empleada en las distintas experiencias, es decir los procesos desarrollados con los sectores populares para la ejecución de los proyectos. Así, se distingue dos metodologías: planificación-investigación-acción, y la capacitación-autogestión. La mayoría, el 60 por ciento aproximadamente, responde a capacitación-autogestión, y solo algunas combinan ambas metodologías.

En cuanto a los sectores a que se refieren los estudios, la mayor parte de ellos abarca el sector rural-campesino, siendo menor el número que abarca al sector urbano-marginal. Sin embargo, aquí hay un número significativo de investigaciones que toman en cuenta a los dos sectores juntos. Ello refleja cómo la concepción de sector popular aún permanecía en estos años muy asociada al sector campesino.

28. *Comunicación popular en América Latina: resúmenes bibliográficos*, No. 1, Quito, CIESPAL, 1986.

29. Existe una sistematización de los temas de educación popular y cultura popular, los mismos que se vinculan con la comunicación popular. Sin embargo, no se tomó en cuenta más que los temas estrictamente referidos a la comunicación popular.

Pero tal vez más que estas clasificaciones, sea importante destacar que la mayoría de estos documentos aún definen la comunicación popular desde un discurso político y de clase, asociado a lo que significa dar voz y participación a sectores empobrecidos y marginados, privados de acceso a medios de poder como pueden ser los medios masivos de comunicación.

También hay una fuerte reacción a los medios masivos, percibiendo en ellos una amenaza por su supuesta vinculación con el imperialismo, y en los minimedios la opción para el cambio. Se censura mucho la masividad de las audiencias, el imperialismo cultural, la penetración extranjera, y todo ello se inscribe a su vez en el contexto histórico y político de la época.

Todo este proceso se nutrió con los insumos de un núcleo ideológico en el que se combinaba de modo ecléctico el marxismo latinoamericano, la teología de la liberación, la educación liberadora, la teoría de la dependencia y otros sistemas de ideas.³⁰ Además fueron los sectores intelectuales una vanguardia muy importante para consolidar estas posiciones.

En las instituciones de comunicación del Ecuador

CIESPAL

El propio CIESPAL parece haber desarrollado esta concepción y no haberla abandonado hasta hoy, lo cual se hace evidente desde la presentación de sus materiales impresos, al señalar que el material «deja entrever un recorrido histórico, no de simples aportes teóricos, sino de esfuerzos operativos de movilización y organización política de diversos sectores **dominados** para superar la **hegemonía** de grupos minoritarios dominantes que buscan manejar la historia, apropiarse de la cultura popular, inyectar elementos de información masiva en los códigos sociales, alterar el universo lingüístico, simbólico y las formas de organización».³¹

Esta institución enfatiza que toda experiencia de comunicación alternativa debe entenderse al interior de un proceso social, contradictorio, dialéctico, de hegemonía-subordinación,³² y que una sólida base cultural es requisito para la transformación, ya que la vulnerabilidad de una cultura está en su identidad débil, oscura, penetrada desde los polos de difusión hegemónicos.³³ Asimismo, asegura no haber cambiado de posición ni de concepción so-

30. Raúl Borja, *Comunicación popular y pueblos indígenas del Ecuador*, Quito, Abya-Yala, 1998, p. 95.

31. *Comunicación popular en América Latina: resúmenes bibliográficos*, No. 1, *op. cit.*, p. 10.

32. *Ibíd.*, p. 17.

33. *Ibíd.*, p. 18.

bre la comunicación popular, al indicar que siempre fue el mismo espíritu el que orientó la labor institucional, acorde con la corriente latinoamericana de crítica a la cultura de los medios masivos y al imperialismo cultural y en busca de canales de participación para los sectores marginados.³⁴

Por otro lado, aún se concibe a los sectores populares como eminentemente pobres, es decir desde el nivel socioeconómico, y se sostiene que la comunicación alternativa popular exige actitudes antiautoritarias y la cohesión social de los sectores populares más pobres.³⁵ Aquí diferenciamos tres maneras de comprender la noción de «pobre»; primero, únicamente a partir de las desventajas y carencias que supone vivir en el área rural; segundo, a partir de los bajos ingresos que caracterizan principalmente a los obreros proletarios; y finalmente desde una apreciación mesiánica, que concibe al pobre como aquel marginado de oportunidades de participación política, social y económica. Con distintos matices, CIESPAL se ubicó principalmente en la primera perspectiva.

También la clase social constituye una entrada para la mayoría de los discursos sobre comunicación popular: «en la comunicación popular conviene estudiar la articulación de las experiencias con los sectores explotados, identificados como clase social dentro del macrosistema de relaciones sociales de producción».³⁶

Y asimismo, todavía no se encuentra puntos de conciliación entre la comunicación popular y los medios masivos de comunicación, pues se afirma que la fuerza de los mass media directa o indirectamente lleva consigo anti-valores como el consumismo, la apariencia, la superficialidad y esta escala axiológica obnubila y entorpece toda capacidad crítica.³⁷

Finalmente, se puede apreciar algunas contradicciones entre concepción y práctica. CIESPAL integra en su definición de sectores populares a los obreros y grupos suburbanos, sin embargo, en la práctica y en sus estudios la orientación es marcada hacia grupos rurales campesinos. Quizás esta contradicción se deba a que la institución hasta antes de implementar el proyecto de cabinas radiofónicas, solo fue un referente académico y no práctico.

En cuanto a proyectos, dos experiencias relevantes de comunicación popular desarrolladas por CIESPAL fueron el proyecto de cabinas radiofónicas en zonas rurales y marginales de Cotopaxi y el proyecto de Comunicación para la salud en áreas marginales del Ecuador.

34. Estos argumentos corresponden a declaraciones de Ana López, del Departamento de Investigación de CIESPAL, en entrevista personal, mayo de 1999.

35. *Comunicación popular en América Latina: resúmenes bibliográficos*, No. 1, *op. cit.*, p. 21.

36. *Ibíd.*, p. 25.

37. *Ibíd.*, p. 21.

El proyecto de cabinas radiofónicas en zonas rurales y marginales de Cotopaxi se inició en 1980 por el impulso de la Iglesia de Cotopaxi y el movimiento campesino emergente, y con la cooperación de la Organización de Estados Americanos, OEA. En este proyecto se desarrollaron talleres de comunicación popular en varias localidades de provincias aledañas, a partir de los cuales los campesinos aprendieron a apropiarse de ciertas técnicas y destrezas de comunicación. El proyecto de cabinas radiofónicas fue impulsado por el sacerdote Javier Herrán y radio Latacunga; se instalaron dichas cabinas donadas por instituciones de la región y CIESPAL se dedicó a la capacitación en la parte técnica y comunicacional.

El segundo proyecto, de comunicación para la salud en áreas marginales del Ecuador, es el resultado de un convenio con la Organización Panamericana de la Salud, OPS, y empezó en junio de 1999. El proyecto abarcó cuatro provincias: Los Ríos, Esmeraldas, Chimborazo, y Morona Santiago, y se definieron dos fases, investigación y capacitación. El trabajo consistió en la capacitación a líderes campesinos en técnicas y métodos de comunicación popular, a fin de que se convirtieran en promotores de salud y contribuyeran a la disminución de los altos índices de enfermedades.

*La Asociación Latinoamericana
de Educación Radiofónica, ALER³⁸*

Esta institución inició sus actividades en 1972, como asociación que aglutinaba a 18 radios de América Latina comprometidas con la causa de la educación popular.

Su actividad inicial se desarrolló en medio de dos corrientes, que a la vez podríamos ubicar dentro de este paradigma más amplio: una impulsada por la iglesia católica que al percibir dos polos sociales que no se beneficiaban equitativamente del desarrollo propuso incorporar al polo marginal a través de la promoción popular; y la otra corriente que se inscribía en la dualidad dependencia/liberación, que hablaba desde el pensamiento marxista de los excluidos, pero no en el afán de incorporarlos sino de cambiar y transformar toda la sociedad.

La institución orientó su actividad a la capacitación en técnicas radiofónicas, así como a la educación, en principio formal, para alfabetizar a campesinos y hacer escuchar las demandas de sectores definidos como populares, que a la vez identificaban a las grandes mayorías que no tenían influencia en

38. La mayor parte de los argumentos que aquí aparecen corresponde a versiones del director de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER, Vicente Martínez, en entrevista personal, mayo 1999.

la toma de decisiones. Se manejó el término popular como sinónimo de campesinos, indígenas, obreros, sectores suburbanos; apreciándose claramente una concepción de lo popular a partir de un enfoque netamente clasista, percepción vigente en ALER hasta principios de los años ochenta.

Dentro de la misma línea, ALER manifestó en un principio comportamientos de resistencia a la adopción de tecnologías; existían sin embargo razones de fondo para ello, ya que la adopción de tecnologías tiene implicaciones culturales muy profundas, cambios en las relaciones de trabajo, en las formas de conocimiento, en las percepciones de mundo etc.

Todavía en la actualidad, hay criterios personales dentro de la institución que se mantienen en esta perspectiva de trabajo, y ello se expresa a la hora de definir audiencias, contenidos, formatos, y la adopción o no de tecnologías. Desde lo institucional han habido giros interesantes que serán remitidos en el próximo capítulo.

El CEDEP

El Centro de Educación Popular, CEDEP, desde su creación en 1978, fue uno de los más entusiastas dentro de este enfoque; en un principio únicamente con producción audiovisual e impresa, luego con la incursión en la radio. Esta institución estuvo unida por unos años al Centro de Estudios y Difusión Social, CEDIS, con el cual trabajó de manera conjunta en acciones de comunicación popular desde una clara perspectiva de reivindicación clasista; el CEDEP con énfasis en sectores urbano populares y el CEDIS más orientado al área rural.

Los proyectos del CEDEP en diferentes provincias, sobre todo de la Sierra, se denominaban «de concientización». Y cuando incursionó en la comunicación masiva, tanto la producción radiofónica como el vídeo dejaban ver el eje político-ideológico que identificaba a sus contenidos y formatos, caracterizados por el lenguaje de denuncia, personajes y temáticas que marcaban las diferencias y conflictos de clase, entendida ésta en principio solo en la dialéctica de opresor y oprimido, luego recién en el planteamiento marxista, en que el proletariado es un instrumento político.

Otras instituciones

Cabe destacar que otras instituciones como el FEPP, CAAP, CESA, cuyo eje de trabajo era el desarrollo agrario, como se indicó en el capítulo I, tenían como matriz a la CEDOC y FENOC, y nacieron en un contexto marcado por el decaimiento del sindicalismo tradicional de derecha, la irrupción del sindicalismo de izquierda y en el contexto de la Reforma Agraria.

En el ámbito estricto de la comunicación social, aparecieron algunas instituciones comprometidas con la causa popular;³⁹ entre ellas la cadena educativa del Instituto Radiofónico Fe y Alegría, IRFEYAL, creada en 1974 en Guayaquil y con tendencia católica, que orientó su trabajo a la alfabetización de campesinos e indígenas y a motivar en ellos la lucha por una distribución más equitativa de la tierra.

También las Escuelas Radiofónicas Populares del Ecuador, ERPE, desarrollaron su programación desde los años sesenta en esta misma línea, principalmente en la alfabetización de indígenas y campesinos.

El Sistema de Educación Radiofónica Bicultural Shuar, relacionado con la obra misionera, comenzó a operar en 1972 en la conformación de escuelas radiofónicas.

Encuentros

Solo con el fin de ejemplificar, mencionaré algunos encuentros —generalmente llevados a cabo en el ámbito latinoamericano— que abordaron el tema de la comunicación popular, en cuyos documentos y declaraciones se refleja la concepción sobre esta comunicación, sus procesos y sus actores, inscritos en el paradigma dominación/subordinación.

Así ocurre en el *Primer Seminario Latinoamericano sobre Comunicación Participatoria*, realizado en Quito en 1978,⁴⁰ donde la discusión se orientó a establecer consensos acerca de términos y conceptos vinculados a esta comunicación, como participación, acceso, autogestión, y también se reflexiona acerca de que el pueblo debe ejercer el poder de tomar decisiones dentro de las empresas de comunicación.

También el documento del *Seminario Latinoamericano Comunicación y Pluralismo, alternativas para la década*,⁴¹ realizado por el Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, ILET, en 1983, discutió en torno a temas similares, pero con más énfasis en los protagonistas de estos procesos y los espacios en que se desarrollan. También sus planteamientos coinciden aun con una comunicación que debe cambiar el sistema cultural dominante a favor de los marginados.

En el *Seminario Internacional La Comunicación Popular Educativa, balance y perspectivas en América Latina*, realizado en Quito en 1983,⁴² se

39. Algunos de los criterios que aparecen en esta parte fueron tomados del libro de Raúl Borja, *Comunicación y pueblos indígenas del Ecuador*, Quito, Abya-Yala, 1998.

40. *Comunicación popular en América Latina: resúmenes bibliográficos*, No. 1, *op. cit.*, p. 80.

41. *Ibíd.*, p. 89.

42. *Ibíd.*, p. 118.

enfaticó en la importancia de la práctica y su correspondencia con la teoría; destacando el rol de los medios tradicionales de comunicación, en técnicas de búsqueda de información, como asambleas comunitarias y en la responsabilidad de las organizaciones para no reproducir esquemas autoritarios de organización.

La memoria del *Seminario Taller sobre comunicación en población*, realizado en Quito, en 1982,⁴³ sostiene que con la organización y participación del pueblo se encontrarán formas alternativas de comunicación baratas, dinámicas, cómodas, creativas y eficaces para liberar a la comunicación de la opulencia de la gran prensa, cine, televisión y la gran radio. También en dicho seminario se analizó cómo el poder de los medios está en manos de los sectores dominantes.

Y en el *Primer Festival de Radiofonía educativa*, realizado en Quito en 1984, por CIESPAL y Radio Nederland⁴⁴ se abordó el tema de los radios populares, entendiendo aún a la radio popular como un centro que está en el área rural, que cubre una superficie muy pequeña y llega a una población muy reducida; asimismo, en este encuentro se planteó la necesidad de que sean las clases populares las que tengan acceso al medio y a participar en él.

Todos estos encuentros orientaron sus discusiones a diferentes temáticas, pero con los mismos ejes: la tensa relación de los sectores populares con aquellos que no lo son, lo cual marca una relación de clases en la mayoría de los casos, pero eminentemente de dominación/subordinación. Hay un distanciamiento radical entre la comunicación popular, sus métodos y procedimientos y la comunicación masiva.

Si bien lo popular estaba definido desde la clase social, también lo económico fue una entrada clave para las discusiones. Desde esta perspectiva, los sectores populares eran siempre pobres y generalmente campesinos.

Así, este paradigma de la comunicación se consolidó desde la concepción de una comunicación que transmitía mensajes con carga ideológica, desde la concepción de un sector popular en términos de clase subordinada, y desde prácticas reivindicativas de comunicación.

Este enfoque calzó perfectamente en el contexto de América Latina y el Ecuador, afectado por el marxismo, la Guerra Fría, la emergencia de las izquierdas y el contagio de la Revolución Cubana. Todo esto creaba el escenario propicio para pensar en un primer momento en una comunicación dominante, culpable de los males de la clase subordinada, y luego en una comunicación capaz de reivindicar a esta clase oprimida.

43. *Ibíd.*, pp. 138-139.

44. *Primer Festival de Radiofonía educativa*, Quito, CIESPAL, colección Monografías, 1984, p. 86.

La politización de la sociedad y la lucha de clases, que construyeron un perfil de sujeto solo en función a la dimensión ideológica y de clase, pronto dejó de ser la piedra angular para los estudios y las interpretaciones sociales, cuando la polarización de la sociedad disminuyó y cuando las izquierdas cayeron junto al Muro de Berlín (1989).

Así, se comenzó a recuperar a un sujeto con múltiples facetas que van más allá de la ideología y toman fuerza nuevas dimensiones de análisis que estudiaremos en el capítulo siguiente.

CAPÍTULO III

La comunicación popular alternativa desde las mediaciones sociales y culturales

1. LA COMUNICACIÓN COMO PROCESO DE HIBRIDACIONES

El apogeo de las tendencias estructuralista y funcionalista se vio fuertemente cuestionado por su reduccionismo teórico y su limitación en el momento de realizar estudios de los procesos comunicativos. Este cuestionamiento dio lugar a la incorporación de nuevas unidades de análisis: la persona, su experiencia cotidiana, el entorno, las relaciones intersubjetivas, etc. En la comprensión de que la comunicación tiene una dimensión subjetiva, es necesario que los análisis en materia de comunicación sean abordados de manera cualitativa y como procesos sociales complejos.

La comunicación se constituye en un proceso de interacción simbólica, por lo que los análisis de comunicación empiezan a tomar en cuenta los sistemas de símbolos, las significaciones más allá de la ideología, y las conexiones existentes entre culturas, y que dan lugar a una dinámica de transformación permanente.

Las llamadas mediaciones aparecen y empiezan a tomar fuerza, de manera que acertadamente Eliseo Verón, en la búsqueda de una nueva definición de medio de comunicación, se refiere a la definición de Regis Debray que define al medio de comunicación como el conjunto técnico y socialmente determinado de instrumentos de transmisión y de circulación simbólicas, concepto que va más allá de su definición meramente tecnológica, puesto que una tecnología por sí misma no determina prácticas sociales de producción y de consumo.¹

En ese enfoque, que surge a mediados de los años ochenta y con mayor fuerza en los noventa, se inscriben los planteamientos de Jesús Martín-Barbero, que abre paso al análisis de las mediaciones, es decir que son las instituciones, organizaciones y sujetos, las temporalidades sociales y las diversas matrices culturales los lugares desde donde los medios (antes tecnologías) se

1. Eliseo Verón, «Esquema para el análisis de la mediatización», en revista *Diálogos de la comunicación*, No. 48, Lima, 1997, p. 12.

constituyen como medios de comunicación y desde los cuales se construyen sentidos.²

Las mediaciones constituyen así las articulaciones que se dan entre los medios de comunicación, los emisores y los receptores; los procesos de emisión y recepción aparecen entonces mediados por aspectos provenientes de fuentes internas y externas al sujeto: instituciones, organizaciones, relaciones, ideas, repertorios, referentes culturales, etc. que se convierten en fuentes de significación. Este concepto permite así comprender la actual mediatización de la sociedad, entendiendo por mediatización aquel proceso en el que entraron las sociedades posindustriales, resultado de la emergencia de los medios masivos de comunicación, sistemas multimedia, de programas hipertextuales, internet, etc.,³ y donde la producción proveniente de estos espacios así como el consumo ciudadano están determinados por las más diversas prácticas; de manera que los medios actúan como instituciones y los actores son actores individuales, distintos unos de otros, pero cuyas relaciones son determinadas por el colectivo.

También Umberto Eco planteó el concepto de «apropiación» que viene a redefinir a la recepción, ya no como respuesta programada sino como proceso en que los agentes sociales, individuales o colectivos, actúan de manera diferencial frente a los signos y discursos que circulan socialmente.⁴

Al concebir la recepción en términos de apropiación y no de simple transferencia, es importante destacar que en las apropiaciones intervienen otros procesos que tienen que ver con las subjetividades, sensibilidades, la vida cotidiana, y los referentes identitarios.

Ahora aparece un receptor activo, protagonista, capaz de elegir y de resistir, sobre el cual han trabajado muchos estudios etnológicos que reflejan el paso de un estadio casi vegetativo de receptor pasivo a un estadio posmoderno en el que el receptor es ingenioso, amigo de la publicidad y se va dotando de una capacidad de elección, de resistencia, de una cultura de reflejos y motivaciones, de estilos de vida, y deseos de ser manipulado, corrompido y, por qué no, seducido.⁵

Así no es posible una definición de receptor fuera de un proceso de mediación, incluso cuando se intenta un acercamiento con él para conocerlo,

2. Jesús Martín-Barbero desarrolla de manera muy profunda este tema en su libro *De los medios a las mediaciones*, 1991.
3. Este término fue trabajado y definido por E. Verón, «Esquema para el análisis de la mediatización», en revista *Diálogos de la comunicación*, No. 48, Lima, 1997, pp. 9-17.
4. Gonzalo Abril, *Teoría general de la información, datos, relatos y mitos*, Madrid, Cátedra, 1997, p. 15.
5. Jean Paul La France, «La televisión y su público, un contrato en proceso de renegociación permanente», en revista *Telos*, No. 39, Madrid, 1997, p. 15.

no será suficiente un instrumento cuantitativo, sino indagar los niveles más profundos de la persona y su entorno que pueden incidir en la recepción y apropiación.

Para comprender mejor la mediación en la recepción, señalamos seis premisas acerca del tema:⁶

- La recepción es un proceso necesariamente mediado.
- Es una interacción con el género, el mensaje, la cultura, las instituciones, etc.
- La exposición a los medios es necesaria pero no suficiente, en todo caso importa la manera de exponerse.
- Los miembros del público son siempre agentes sociales que actúan y seleccionan mensajes de acuerdo a sus roles.
- La comunicación se produce en el momento de la recepción, no de la emisión.
- El público se va haciendo y de distintas maneras, en base a múltiples aprendizajes.

Pero es pertinente cuestionar qué hace el receptor con esos mensajes, qué fabrica con esa información y esas imágenes, puesto que la recepción no se limita al momento de interactuar con los mensajes, sino que trasciende esa situación al fusionarse con las prácticas cotidianas. Al analizar los hábitos de consumo, Michel de Certeau se refiere a estas formas de consumo como *hacer con* y propone un modelo para comprender esas formas de apropiación. Se refiere a las estrategias y tácticas para precisar el sentido de las relaciones de fuerza entre las instituciones productoras y los receptores consumidores; siendo la estrategia el cálculo que realizan estas instituciones desde un lugar propio y táctica será la acción calculada que determina la ausencia de un lugar propio, así la táctica debe jugar con el terreno que la estrategia le impone.⁷

Por otro lado, la investigación sobre la comunicación se instala ya como campo interdisciplinario en el que confluyen otras áreas del saber, pues al abordar la comunicación como objeto de estudio, se recurre también a otras ramas, así como indirectamente al abordar otras ramas se estudia la comunicación también, produciéndose así un encuentro con los estudios de la cultura.

La comunicación ya no es un campo de estudio que debe inscribirse en una teoría, la complejidad comienza a ser evidente y la rigidez de los paradigmas empieza a tambalear. Asistimos a una epistemología en la que se realizan

6. Mercedes Charles y Guillermo Orozco, «El proceso de la recepción y la educación para los medios», en Aparici Roberto, y otros, *La revolución de los medios audiovisuales*, Madrid, De la Torre, 1993, pp. 202 y ss.

7. Citado por Jean Paul La France, *op. cit.*, p. 18.

nuevas lecturas, desde lugares interdisciplinarios que construyen objetos de conocimiento más complejos y tienden a explicaciones más completas.

Si hasta entonces la comunicación fue un proceso en que era posible prever una respuesta determinada, la incorporación de elementos culturales, políticos y sociales hace que este proceso se vuelva complejo, no estático, y que deba interpretarse la comunicación a partir incluso de las zonas más desconocidas del sujeto.

Abordando las categorías del proceso de comunicación que utilizamos para el análisis de las concepciones y prácticas comunicativas en los distintos paradigmas, el emisor aquí no es el poder o un grupo hegemónico; o bien podría serlo pero afectado por implicaciones sociales y culturales. Ahora asistimos a un contexto de permanentes relaciones sociales e interculturales, que si bien deja ver grandes desigualdades en el intercambio, ya no es pertinente explicarlas en términos de dominación o imperialismo.

El mensaje, dentro de este esquema, es estudiado con la incorporación de nuevos instrumentos, como los análisis culturoológicos y sociológicos, dejando atrás al análisis de contenido manifiesto y otras técnicas cuantitativas. Asimismo, las sociologías interpretativas se constituyen en eje o entrada clave para el estudio de mensajes y procesos de comunicación.

El receptor (a quién) es todo individuo capaz de producir sentido y desarrollar procedimientos de interpretación incluso simbólicos. La recepción se inscribe así en el marco de los estudios culturales, pues el receptor se desenvuelve en un contexto más amplio, en que intervienen la cultura, las relaciones sociales, las subjetividades, etc.

Con respecto al canal (tecnologías) dentro de esta línea, los medios de comunicación se presentan como realidades existentes y no se los aborda ni desde la fetichización ni como todopoderosos. De alguna manera se relativiza el poder de los medios y se piensa en ellos más desde su institucionalidad que desde lo tecnológico propiamente dicho, pues se desenvuelven dentro de las más amplias relaciones políticas y económicas, prácticas profesionales y un sistema de organización concreto; al mismo tiempo esta institucionalidad se encuentra mediada por elementos sociales y culturales y como instituciones mantienen relaciones con otras instituciones y con los actores individuales.

Los efectos son quizás el elemento más difícil de definir dentro del esquema de las mediaciones sociales y culturales o del camino hacia este nuevo paradigma. Si todo el proceso de comunicación (desde emisor y receptor) está determinado por elementos de la cultura, por una serie de mezclas, hibridaciones, incluso resistencias, los efectos van también en esa línea, es decir hibridaciones, producciones simbólicas y nuevas y complejas formas de interacción, que pueden ser individuales o colectivas.

2. LO POPULAR COMO MATRIZ CULTURAL⁸

Para abordar este punto, partimos de la concepción de cultura popular. El primer término –cultura– se ha restringido las más de las veces para designar las obras y prácticas de grupos «selectos», que tienen acceso a ciertos bienes simbólicos; en este sentido resulta difícil vincular este término con la noción de popular. Y luego se tendió a la distinción entre cultura «alta» y la «baja» y entre culturas «dominantes» y «subalternas».

Herder, en el siglo XVIII, fue el primero en utilizar la expresión «cultura popular» y se singulariza con Arnim y los hermanos Grimm, al designar canciones, mitos, leyendas, danzas, refranes, adivinanzas, objetos artesanales, costumbres populares, y religiones populares.⁹

Por mucho tiempo cobró fuerza el mito de que lo popular evoca automáticamente a lo rural, campesino, lo natural y lo simple. Ante ello, la ciudad aparecía como lo artificial y complejo, negadora de lo popular, a lo que se suma la fatalidad de la industria cultural. Decir urbano era antinomia de lo popular.¹⁰

Otra forma de pensar lo popular fue relacionarlo con lo infantil, lo ingenuo y con lo cultural y políticamente inmaduro. Esta línea negó por varios años la posibilidad de vincular a los medios de comunicación con lo popular, por ejemplo, negó la posibilidad del interés estético en el cine, que al ser popular tenía que responder a la elementalidad.¹¹

Y otro modo fue también identificar lo popular con una resistencia intrínseca y espontánea de lo subalterno en oposición a lo hegemónico.

Frente a estas concepciones y sesgos conceptuales acerca de lo popular, ahora es oportuno señalar que lo popular no comprende únicamente las culturas indígenas o campesinas, sino toda la gama de mestizajes y las configuraciones de la cultura urbana.

Surge entonces un enfoque nuevo que contempla una serie de cruces culturales. Entonces aquella división entre lo culto y lo popular, lo masivo y la alta cultura y entre el pueblo y las masas, ya no tiene razón de ser y es de algún modo superada con la presencia de las mediaciones sociales y culturales.

8. Se entenderá este término en el sentido de que lo popular constituye una categoría que se configura a partir de un eje central (la dimensión cultural) y todas sus relaciones e implicaciones.

9. Gonzalo Abril, *op. cit.*, p. 186.

10. Jesús Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones, comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona, G. Gili, 1991, p. 209.

11. *Ibíd.*, p. 210.

La cultura se constituirá en la matriz a partir de la cual se configura lo popular, cuyos referentes y ejes ya no son los elementos estáticos de «lo subalterno», el mal gusto o el pueblo, sino la cultura como proceso de producción, formación y transformación permanente, que incide en la apropiación que de los bienes simbólicos hacen las masas.

Lo popular se configura entonces como ese lugar desde el que se hace posible históricamente abarcar y comprender el sentido que adquieren los procesos de comunicación y nos hallamos en proceso de construcción de un nuevo modelo de análisis que coloca a la cultura como mediación social y teórica de la comunicación con lo popular.¹²

De esta manera, lo popular ya no existe más como cultura incontaminada (o contaminada solo por la dominación de las élites), y solo los viejos populistas podrían creer en la hipotética «pureza» de las culturas populares, por eso la cuestión de las culturas populares y de su siempre relativa autonomía pasa por los elementos que entran en cada momento de la mezcla. En consecuencia, la cultura popular no tiene un paradigma pasado al cual remitirse; así como las culturas letradas no vuelven a sus clásicos sino a través de procesos de transformación, deformación e ironía, las culturas populares no pueden pensar sus orígenes sino desde el presente.¹³

Gramsci hizo una lectura interesante de lo popular, con su concepto de hegemonía.¹⁴ Él piensa el proceso de dominación no como imposición desde fuera, sino como un proceso en que una clase hegemoniza en la medida en que reconoce intereses que también reconocen como suyos las clases subalternas. Así Gramsci liga el concepto de cultura popular con subalternidad, proceso en el que la cultura es fragmentaria, inorgánica y degradadora, pero también con una particular tenacidad, una espontánea capacidad de adherirse a las condiciones materiales de la vida y sus cambios.

Cirece, refiriéndose a la concepción gramsciana de lo popular, hace coincidir a este concepto como uso y no origen, hecho y no esencia, posición relacional y no sustancia.¹⁵

Con respecto a los medios masivos, si bien el cine y la radio nacieron como medios populares en sí mismos (al permitir el acceso de los no letrados), la prensa de masa, como señala Martín-Barbero, también tuvo un papel importante al otorgar ciudadanía a las masas populares, puesto que empezó a incorporar modos de vida y lucha del pueblo.

12. Jesús Martín-Barbero, *Procesos de comunicación y matrices de cultura, itinerario para salir de la razón dualista*, México, G. Gili, p. 128.

13. Beatriz Sarlo, *Escenas de la vida posmoderna*, Buenos Aires, Ariel, pp. 128-129.

14. Jesús Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*, op. cit., p. 85.

15. *Ibíd.*

En los momentos de auge del populismo, lo masivo designaba la presencia de las masas en la ciudad, con explosiva carga social, aunque gran ambigüedad política. En los años del «desarrollismo», lo masivo pasó solo a designar los medios de homogeneización y control de masas; los medios constituían lugares de simulación y desactivación de las relaciones;¹⁶ se tendió a usarlos como transmisores de innovaciones, en lo cual la TV y la radio tuvieron un rol importante; esta última fue un medio privilegiado para el proyecto modernizador que en la radio se presentó como proyecto educativo.

Pero cuando lo cultural entró en escena, los públicos se diversificaron y surgieron en la práctica nuevos criterios de programación que dieron lugar a que se especializaran las radios y ahí sí se incorporó a sectores cultural y socialmente bien diferenciados.

Lo popular desde el consumo

A partir de los años sesenta la cultura popular fue afectada por la industria cultural que le impuso como parámetros modelos que tomaba del mercado transnacional. La propuesta fue el consumo y la irrupción tecnológica.

También Montsivais realizó una lectura importante acerca de lo popular-urbano, lectura que corresponde a la «dinámica de los usos», la manera y los métodos en que colectividades sin poder político ni representación social asimilan los ofrecimientos a su alcance, sexualizan el melodrama, se divierten y conmueven sin modificarse ideológicamente, vivifican a su modo su cotidianidad y tradiciones.¹⁷ Esta perspectiva nos obligó a abordar no solo los medios de comunicación sino a desplazarnos a los lugares donde se producen estas dinámicas, como el barrio, o podríamos aquí retomar los aportes de Bajtín acerca de la plaza pública, como espacio de socialización e intercambio de bienes simbólicos.

El consumo tampoco resultó ser tan enemigo de lo popular. En este sentido Martín-Barbero señalará que no se trata de solo medir la distancia entre los medios de comunicación y sus efectos, sino de construir un análisis integral del consumo, entendido como el conjunto de procesos sociales de apropiación de los productos, reflexión que debe tomar en cuenta las prácticas cotidianas.¹⁸

El consumo ahora trasciende la lógica de producción y de mercado y se instala más bien en términos de consumo cultural, vinculado estrechamen-

16. *Ibíd.*, p. 195.

17. *Ibíd.*, p. 213.

18. *Ibíd.*, p. 231.

te a la ciudadanía y a la configuración de identidades; cada vez más nos definimos y reconocemos como sujetos y ciudadanos en función de lo que consumimos y no tanto por los referentes tradicionales de identidad y ciudadanía. Asimismo, entendemos al consumo como un conjunto de prácticas culturales y simbólicas por las que nos apropiamos de algo, y donde lo popular halla espacio para su reproducción.

Lo popular desde lo masivo

Mucho se piensa lo masivo como algo puramente exterior que parasita y contamina lo popular.¹⁹ Eso se entiende cuando se hace dos tipos de lectura de lo popular: desde los folcloristas que pretenden preservar lo auténtico, cuyo paradigma continúa siendo el rural y para quienes todo cambio es desintegrador de esta cultura; y desde la concepción de dominación social, que concibe la producción de los sectores populares en términos de reacción a la clase dominante.²⁰

Ninguno de estos dos enfoques toma en cuenta la historia, así como ninguno toma en cuenta que lo masivo constituye una nueva forma de socialidad. De ahí que pensar lo popular desde lo masivo no implica necesariamente alienación o manipulación, sino nuevas condiciones de existencia y de relaciones.

A tiempo que la cultura de masas puede, por un lado, expresar las identidades, deseos y experiencias de los sujetos sociales, por otro, puede ser también reflejo de un orden social que nos impone sus productos. La cultura de masas será a la vez diversidad y espacio de homogeneización. Esta aparente contradicción podrá entenderse más claramente en el momento de abordar el punto de las mediaciones sociales y culturales, donde las apropiaciones de los productos culturales se dan en medio de juegos de poder, de resistencias y del dilema entre lo global y el énfasis en los particularismos.

La espectacularización del ritual es uno de los componentes clave de la cultura de masas. Esta espectacularización pone en evidencia también la espectacularización de la cultura de masas, que lleva a definir al espectador como un espectador «seducido» por aquel goce y fascinación.

Se tiende entonces a desechar y superar las viejas teorías de la manipulación, de la inercia e indiferencia de la masa, como efecto de la acción del poder, sino que esas son características propias de la masa. Baudrillard seña-

19. *Ibíd.*, p. 247.

20. *Ibíd.*

lará que la indiferencia política, la pasividad y su silencio es el modo de actividad de la masa.²¹

Cabe aquí aclarar que industria cultural es distinta a cultura de masas; la primera se refiere a la producción y a los productos para el consumo de la masa, mientras que la segunda hace referencia a las formas culturales propias de estos sectores, a veces llamados masa e identificados con lo popular.

3. HACIA UNA NUEVA COMUNICACIÓN POPULAR ALTERNATIVA DESDE LAS MEDIACIONES SOCIALES Y DE LA CULTURA

Son pocas las investigaciones y prácticas de comunicación que trabajan cabalmente la ruptura de los paradigmas de comunicación; la mayoría traducen y responden aún a una teoría única, cerrada, y que no toma en cuenta los contextos cambiantes de la sociedad y de la comunicación.

Hasta aquí y hasta hace poco las cosas se presentaban con impresionante claridad. De un lado, la reducción de los procesos de comunicación a su dimensión pragmático-técnica: neutralidad ideológica, causalidad extrahistórica, efectos sociales benéficos, es decir que expandían la cultura hacia los grupos más marginados. Del otro lado (marxista) se reducían los procesos de comunicación a la dimensión ideológica negativa a partir de la cual los medios de comunicación eran instrumentos de reproducción ideológica de la clase dominante.²²

Como reacción a las teorías estructuralista y funcionalista que han dominado durante largo tiempo la escena sociológica, se han ido afirmando gestiones que consagran otras unidades de análisis, como la persona, el grupo, las relaciones intersubjetivas y la experiencia en la vida cotidiana.²³

Es en este sentido que empieza a abordarse el tema de las mediaciones sociales y culturales también en el terreno de la comunicación. El análisis de contenido manifiesto y técnicas cuantitativas perdieron relevancia por su incapacidad de explicar la dimensión subjetiva del proceso de comunicación y se insiste ahora en el análisis de los acontecimientos, de lo cotidiano y del contexto.

21. *Ibíd.*, p. 69.

22. Jesús Martín-Barbero, *Procesos de comunicación y matrices de cultura, itinerario para salir de la razón dualista*, *op. cit.*, p. 35.

23. Armand y Michele Mattelart, *op. cit.*, p. 89.

Se rehabilitó al destinatario en su capacidad de producir sentido y desarrollar procedimientos de interpretación.²⁴ Así comenzaron a alcanzar especial relevancia la etnometodología y otras sociologías interpretativas, según las cuales el mundo social se interpreta de construcciones y categorías de sentido común. Así también cobra importancia el interaccionismo simbólico, que destaca la naturaleza simbólica de la vida social, y apunta al análisis de los sistemas simbólicos en busca de significaciones.

La rehabilitación del sujeto en la recepción puso en primer plano la existencia de matrices y formas culturales distintas a la hegemónica, como son los sectores populares. Este fenómeno habla a la vez de un movimiento en la sociedad: la interrogación sobre el rol de la sociedad civil, de la ciudadanía en la construcción cotidiana, y sobre la actividad del receptor en su relación con los medios de comunicación.²⁵

El poder de los emisores (y también de los medios de comunicación) quedó relativizado, y el poder de sentido cayó en manos del receptor-consumidor, pues es quien fabrica nuevos espacios a partir de la apropiación de los bienes simbólicos, sin que ello signifique que no exista intercambio desigual.

A partir de ello la recepción se inscribe en el marco de los estudios culturales, cuyo enfoque atiende tanto al mensaje como al público y busca explicar las pautas de preferencia de los medios en base a la comprensión de la auténtica experiencia de la gente, sosteniendo que las estructuras globales de la sociedad y las circunstancias históricas tienen una importancia esencial para comprender el funcionamiento de los medios de comunicación.²⁶

Se fue construyendo así el camino hacia la superación de la concepción purista de lo popular como lugar de la participación y del diálogo, para asumirlo con sus contradicciones y sus diferencias, con sus formas de complicidad y sus diversos niveles de conciencia política.²⁷ De esta manera, la comunicación popular se reconoce como una práctica de intercambio cultural y simbólico entre actores sociales de las más diversas características culturales, y cuyo proceso de recepción se define más bien como apropiación determinada por estas diferencias. La comunicación popular será alternativa en tanto estas matrices de diferencias conformen un proyecto que rompa con la rigidez de las anteriores concepciones y prácticas comunicativas.

24. *Ibíd.*, p. 91.

25. Jesús Martín-Barbero y Armando Silva (compiladores), *Proyectar la comunicación*, Bogotá, Instituto de estudios sobre culturas y comunicación, 1997, p. 9.

26. Gonzalo Abril, *op. cit.*, p. 202.

27. Jesús Martín-Barbero, *Procesos de comunicación y matrices de cultura, itinerario para salir de la razón dualista*, *op. cit.*, p. 204.

En la mayoría de las sociedades actuales se dan procesos de apropiación y reapropiación, entre resistencias y mimetismos, y surgen nuevos conceptos como mestizaje, criollaje o hibridación, que expresan la complejidad en que nos desenvolvemos.

También emergen las «comunidades imaginarias» que comparten, más que cogniciones o modos de interpretar, ciertas sensibilidades, estilos rituales, repertorios iconográficos, pautas proxémicas y vocabularios experienciales característicos. Estas comunidades imaginarias, son las llamadas «nuevas tribus» o «tribus urbanas»²⁸ contemporáneas, es decir subculturas massmediadas, cuyos estilos, rituales y signos de identidad proceden de fuentes mediáticas.

Las mediaciones

Benjamin fue quizás el primero en plantear el criterio de las mediaciones. Para él pensar la experiencia es el modo de acceder a lo que irrumpe en la historia con las masas y la técnica. «No se puede entender lo que pasa culturalmente en las masas sin atender su experiencia, pues a diferencia de lo que pasa en la cultura culta, para la cual la clave está en la obra, para esta última se halla en la percepción y el uso».²⁹

Entonces se deja ya de ver a los medios de comunicación como simples tecnologías o artefactos, y se los concibe más bien desde el conjunto de implicaciones y mediaciones dadas por el ámbito de lo social y de la cultura. Los medios son así espacios sociales en los que la mediación tecnológica se fusiona con la mediación simbólica, social y cultural.

Por mucho tiempo se sostuvo la validez de teorías acerca de la influencia de los medios de comunicación; primero la teoría hipodérmica, según la cual los medios tendrían una afectación directa, automática y en términos de estímulo-respuesta sobre las audiencias; la teoría de flujos comunicativos en dos etapas, que rescata el papel de los líderes de opinión en el proceso de establecer los efectos que puede causar la comunicación sobre las audiencias; y ya en las últimas décadas se empezó a cuestionar con más fuerza el impacto directo de los medios de comunicación. A partir de este último período, se comenzó a situar la acción de los medios en la óptica de la mediación, y al respecto se establece cuatro supuestos básicos:³⁰

28. Gonzalo Abril, *op. cit.*, p. 56.

29. Jesús Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones, comunicación, cultura y hegemonía*, *op. cit.*, p. 57.

30. Gonzalo Abril, *op. cit.*, p. 109

- Su acción no es meramente instrumental, es decir los medios no son solo técnicas de reproducción o difusión.
- Los medios son agentes culturales y agentes de socialización; mediar significa poner en relación distintos órdenes de significación o de experiencia.
- El análisis de la actividad de los medios exige atender a contextos más amplios: las significaciones, instituciones, redes sociales y culturales intermediáticas.
- La massmediación no es una operación transparente, la invisibilidad del medio ha de considerarse como algo constitutivo de la operación mediática.

Dentro de este esquema se comenzó a vincular los procesos culturales a las prácticas comunicativas y a éstas con los movimientos sociales. Lo popular dejó de ser la oposición a lo culto, sino que se constituye día a día en un proceso de producción, reproducción y transformaciones, mezclas, cruces y conexiones que afectan la producción cultural.

Pero si lo popular no se define por sus contenidos, sino por ser la cultura de ciertos sectores y si estos sectores se definen a su vez por su relación con otros sectores, en esa relación podría residir la condición definitoria de lo popular.³¹ En estos términos, sin duda nuevamente se trata de una relación dominación/subordinación y los sectores populares serían los subordinados. Ello podría llevarnos a poner en duda la existencia de lo popular, si la única manera de pensar el concepto es dentro del esquema de dominación/subordinación, dentro del cual nació tal concepción. Pareciera que los argumentos son escasos y que estamos determinados a pensar lo popular únicamente desde esa dualidad, ya que resulta difícil despojarse de ciertos presupuestos teóricos, cuya rigidez al parecer aún no superamos.

4. LAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN POPULAR DESDE EL ESQUEMA DE LAS MEDIACIONES SOCIALES Y CULTURALES

La vigencia mayor de este enfoque de la comunicación data de esta última década, caracterizada sí por una producción bibliográfica más o menos amplia, de autores como Jesús Martín-Barbero, Néstor García Canclini, Beatriz Sarlo, Renato Ortiz, y otros latinoamericanos que profundizaron en la reflexión sobre esta tendencia.

31. Guillermo Bonfil Batalla, *op. cit.*, p. 60

Sin embargo, la producción parece haberse quedado en los libros, en las reflexiones y en la teoría. A los planificadores y a quienes trabajan directamente con la implementación de proyectos comunicacionales aún les cuesta asumir el cambio de paradigma y prefieren mantenerse en la comodidad de los viejos planteamientos. Aún se les hace difícil despojarse de concepciones fundamentalistas acerca de lo popular y de los sectores caracterizados como tales, así como de la influencia automática de los procesos de comunicación en los comportamientos y prácticas. Entonces lo que aquí se percibe es una ruptura entre la teoría y la práctica, entre las propuestas y las respuestas.

Los espacios de reflexión son ahora mucho más amplios; es quizás cuando más fácil se plantea la posibilidad de discutir sobre estos temas, prueba de ello es el sinnúmero de encuentros y seminarios que se realizan tomando ya en cuenta la entrada sociológica y cultural; a ello contribuye el énfasis actual en la interdisciplinariedad de las ciencias sociales. Sin embargo, incluso en esos espacios de reflexión, el abordaje de la comunicación –popular– desde las mediaciones sociales y culturales se da a medias, debido, entre otras cosas, a que responde más a la comunicación en general que a la comunicación con la especificidad de popular, resultando a veces forzados los planteamientos.

Dos encuentros internacionales organizados por instituciones de comunicación ecuatorianas sirven para ejemplificar esta tentativa –a medias o parcial– de dar un nuevo giro a la reflexión sobre comunicación popular.

El *Encuentro Latinoamericano de Medios de Comunicación Alternativa y Popular*, realizado en Quito en 1993, donde la democratización de la comunicación fue el eje de las discusiones, introduce algunos cambios, pese a lo retórico de sus planteamientos y a la dificultad de hacer operativas las estrategias. Incorpora por ejemplo como actores en el ámbito de lo popular a movimientos sociales y populares, grupos de mujeres, de jóvenes, etc. dando un giro importante porque hasta hace poco los actores de lo popular eran únicamente los pobres, los obreros y los campesinos, sin tomar en cuenta otras entradas como el carácter de género, generacional o, el factor étnico. Además su denuncia no se manifiesta a una clase dominante, sino a un sistema político económico que excluye de sus beneficios a la mayoría. Por otro lado, no expresa una reacción y negación tan radical a los medios masivos, al contrario se plantea la comunicación alternativa popular desde estos medios.

El otro de los encuentros es el *Foro Internacional sobre Comunicación y Ciudadanía* realizado en El Salvador, en el cual se convocó a representantes de varios sectores sociales como mujeres, jóvenes, indígenas, derechos humanos, iglesia, etc. a fin de reflexionar acerca de la comunicación, los desafíos de la época actual y, fundamentalmente, establecer un punto de encuentro entre los más diversos estamentos sociales para articular propuestas y

acciones en favor de la democratización de la comunicación. Este foro tuvo un carácter de autoconvocatoria, sin embargo, la participación fue relativa, al parecer fruto del desgaste de este tipo de encuentros cuando lo que les caracteriza es la retórica, y la declaración de nobles intenciones sin trascendencia alguna.

Lo que hasta aquí puede percibirse es que sí existe una reorientación en los planteamientos de la comunicación popular que toma en cuenta las matrices sociales y culturales, pero que las reflexiones teóricas no han trascendido en la praxis y que las instancias de discusión y reflexión experimentan una devaluación notable, bajo poder de convocatoria y baja credibilidad, precisamente por no generar repercusión alguna en la realidad social.

En el ámbito ecuatoriano y abordando más de cerca la práctica comunicacional, un ejemplo importante, por su carácter de medio masivo, es la radio, que introdujo nuevas propuestas desde esta nueva óptica de la comunicación popular. En realidad la mayor parte de estos medios no nacieron bajo esta perspectiva, más bien experimentaron cambios trascendentales en su quehacer comunicativo y social que les llevó a introducir su práctica a este paradigma y proyectarla desde él.

Las radios afiliadas a la Coordinadora de Radios Populares, CORAPE, ahora abordan su actividad involucradas con la tendencia a la globalización de la comunicación. A través del internet sus asociadas pueden acceder a cualquier periódico de América Latina, difundir en sus programas hechos que acontecen en todo el mundo, pero también difundir hacia afuera las particularidades y rasgos locales. Sin embargo, su concepción acerca de los sectores populares parece no haber sido superada.

El Centro de Educación Popular, CEDEP, a través de radio La Luna, también manifestó un giro en su concepción y práctica de la comunicación popular. Radio La Luna se define como un medio plural porque a ella confluyen todas las voces, donde se discute las ideas, generando debate y opinión ciudadana. La institución considera que su programación se inscribe en la línea popular, superando las concepciones que mantienen algunas instituciones de que populares son únicamente los sectores necesitados.

La Luna abre todos los canales a la participación del público y ahí radica su carácter plural, en permitir la participación de todos y no únicamente de los sectores pobres o marginados. Además considera los gustos y el goce como factores clave para la definición de su público y su programación como «populares». De esta manera La Luna va más allá de la concepción de los sectores populares solo desde la cuestión de clase, la posición socioeconómica o el carácter geográfico; así su práctica comunicativa será popular en tanto sea ciudadana y democrática y en tanto permita la confluencia de particulares que establecen intereses comunes.

La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER, pese a que nació en un contexto de la comunicación que corresponde al paradigma dominación/subordinación, fue una de las instituciones que más recreó y reorientó su concepción y práctica comunicativas. Quizás ello se deba a que es una asociación que va construyendo su pensamiento sobre comunicación popular a partir de las prácticas y de la lectura de la realidad.

La comunicación popular que emprendió ALER, volcada principalmente a la educación³² y en la cual la radio fue su instrumento principal, en un principio entendió lo popular como aquel sector conformado por sujetos marginados, desde una concepción eminentemente clasista. Luego, cuando se planteó que la radio debía ser masiva, la institución propuso una radio abierta a todos, pero dentro de la ambigüedad que el término «todos» sugiere.

Desde principios de los años ochenta se planteó que la radio debía ser abierta a todos los sectores pero desde los intereses de las mayorías populares. Apareció entonces la radio portadora de una identidad, la cual debía llegar a todos los sectores (incluyendo los de poder) e incorporar como audiencias a las mujeres, niños, jóvenes, sectores informales, trabajadores de servicios, etc.

Esta concepción de popular alude al carácter de pueblo, entendido como un espacio amplio, donde es difícil establecer límites, pero que se caracteriza por compartir intereses y necesidades comunes con los indios, los niños, las mujeres, los trabajadores informales, y otros más, y donde no caben quienes no tengan intereses comunes.

Vemos aquí cómo el carácter de popular adquiere otro matiz, quizás intermedio, pues si bien asume la existencia de diferencias culturales, plantea la noción de «intereses compartidos» como algo definitorio de lo popular. Esta noción podría ser fuertemente cuestionada con el argumento de que si consideramos como válida la existencia de sujetos diversos, diversidad dada por las múltiples entradas culturales que determinan sus diferencias, mal podríamos pretender que existan intereses comunes entre ellos.

En lo que a las prácticas se refiere, ALER adoptó de lleno las tecnologías de comunicación. Con especial cuidado en los posibles factores de resistencia dentro de las afiliadas y considerando las implicaciones y modificaciones culturales que la tecnología trae consigo, implementó tecnología satelital y un sistema de redes para transmitir de manera conjunta a América Latina.

La producción de investigación en comunicación fue amplia hasta 1995 y puede apreciarse un giro en las aproximaciones a la comunicación popular alternativa, en un principio netamente «clasista» y también, aunque en

32. La línea educativa es el eje de trabajo de ALER, sin embargo desarrolla sus actividades también en torno a otras líneas como la información, evangelización y entretenimiento.

menor medida, concibiendo a ésta como instrumento de modernización; y últimamente con un nuevo enfoque que se evidencia principalmente en los estudios de recepción, y que incorpora nuevas audiencias y nuevos elementos culturales que determinan la apropiación.

Este entonces parece ser el enfoque en que ahora se instala la comunicación popular, donde la cultura aparece como mediación social y teórica y se supera las nociones tradicionales de lo popular.

Asistimos a la recuperación del sujeto capaz de actualizar distintas mediaciones sociales y culturales desde su condición de ciudadano, que trasciende la dimensión ideológica y de clase. Se vincula, asimismo, lo popular con lo masivo y con el consumo y se pone en primer plano la existencia de formas y expresiones culturales distintas a la hegemónica.

De esta manera la comunicación se torna plural y acorde con las demandas ciudadanas que expresan la más amplia diversidad.

CAPÍTULO IV

Los fenómenos y los actores sociales: su relación con la comunicación

1. ALGUNOS ELEMENTOS DE LA REALIDAD DE AMÉRICA LATINA

América Latina se caracteriza por ser una región de grandes similitudes entre sus países y a la vez grandes contrastes, diferencias que se manifiestan tanto entre las naciones como en la realidad interna de cada país.

La diversidad cultural en América Latina es un hecho que no responde solo a una decisión activa de cada cultura, sino también a fenómenos de resistencia que desde fuera se perciben como pasividad. El tradicionalismo atribuido a muchas comunidades de cultura diferente a la «dominante», y señalado con frecuencia como obstáculo para el desarrollo y la modernización, puede ser también entendido desde la perspectiva contraria, es decir como una respuesta de los grupos subalternos a la imposición cultural, con la cual se busca preservar espacios de cultura propia, aunque ese propósito no se exprese a nivel consciente.¹

El contraste rural-urbano es otra de las manifestaciones de la diversidad en el interior de las sociedades de América Latina; poco se ha estudiado acerca de estas diferencias, a más de estudios aislados sobre experiencias puntuales.

El mundo campesino recibió atención privilegiada en la década de los años setenta por parte de sociólogos, antropólogos y economistas. La cuestión campesina era tema de debate en el ámbito académico y político latinoamericano.²

En el Ecuador se destaca la labor que en aquellos años cumplió la CESA y la creación casi paralela del departamento de Antropología en la Universidad Católica del Ecuador y el primer posgrado en sociología rural, coordinado por ésta y el Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, CLACSO. Estos se constituyeron en espacios de reflexión, generadores de un nuevo pensamiento comprometido con el movimiento campesino: la Federación Nacio-

1. Guillermo Bonfil Batalla, *op. cit.*, p. 48.

2. *Ibíd.*, p. 34.

nal de Organizaciones Campesinas, FENOC, la Federación Ecuatoriana de Indios, FEI, y el movimiento Ecuarrunari. Es en este marco y en estos espacios de reflexión que más tarde surgieron otras organizaciones no gubernamentales que se vincularon a la comunicación popular.

En el contexto latinoamericano, la Revolución Cubana de 1959 replicó en todo el continente disminuyendo –al menos teóricamente– la marginalidad del campo.

Al mismo tiempo, mientras la mayoría de los países adoptó como estrategia de desarrollo la política de sustitución de importaciones, sobrevinieron las crisis económicas, luego períodos coincidentes de dictaduras militares, las luchas populares, para luego generalizarse la democracia y actualmente la democracia neoliberal.

Todo esto también tiene implicaciones con el avance de las ciencias sociales, las tendencias del desarrollo y con el ámbito académico de la comunicación.

El cuadro de la siguiente página intenta establecer la relación entre estas variables y cada uno de los paradigmas de comunicación que hemos abordado.

El contexto de la comunicación

El marco de referencia señalado anteriormente, es decir la emergencia de organizaciones campesinas e indígenas, como la matriz FENOC-CEDOC, en estrecha relación con los espacios institucionales de debate que empezaban a gestarse, fue el marco en el que nacieron varias instituciones comunicativas, que asumieron un compromiso de clase con estos sectores.

Asimismo, el contexto revolucionario latinoamericano de las décadas de los años sesenta y setenta, marcado por la Revolución Cubana, la guerrilla centroamericana y también por la presencia de regímenes dictatoriales en la mayoría de los países, es el que delinea inicialmente las prácticas comunicativas populares, que se caracterizaron por responder siempre al contexto inmediato, emprendiendo una fuerte y reaccionaria lucha contra un sistema opresor, por la reivindicación de una clase oprimida que debía acceder al poder.

El contexto actual, diverso y disperso, marcó también una nueva dinámica en la actividad comunicacional en América Latina y en el Ecuador. El cambio fue paulatino y fruto de largos procesos de experiencias y reflexiones. La actual dinámica de comunicación de la mayoría de las instituciones responde a un contexto masivo en el que a la vez interactúan particulares sectores que configuran audiencias específicas, un contexto de comunicación competitivo y en el cual la tecnología resulta fundamental para competir con cali-

RELACION ENTRE LOS PARADIGMAS DE COMUNICACIÓN Y LAS TENDENCIAS DE DESARROLLO, ACTORES POPULARES, DINÁMICA INSTITUCIONAL Y ÁMBITO ACADÉMICO DEL CONTEXTO LATINOAMERICANO					
<i>Paradigma Comunica- ción</i>	<i>Contexto América Latina</i>	<i>Tendencias de desarrollo</i>	<i>Actores populares</i>	<i>Dinámica institucional</i>	<i>Ámbito académico</i>
Cambio so- cial	Desarrollis- mo Alianza para el Progreso	Moderniza- ción	Campesino	Proyectos de transfor- mación y transferen- cia tecnoló- gica	Desarrollo Adopción del cambio Medios de comunica- ción agentes de cambio
Domina- ción/subor- dinación	Rev. Cuba- na Teología de la Libera- ción	Teoría de la dependencia	Clase popu- lar definida como subal- terna subor- dinada u oprimida	Proyectos de concien- tización en la lógica de la lucha de clases	Marxismo Teología de la liberación pedagogía de Paulo Freire Medios de comunica- ción instru- mentos de dominación o liberación
Mediacion- es sociales y culturales	Democracia Respeto a la diversidad cultural	Desarrollo democrático a partir de la recupera- ción del su- jeto	Sujeto cul- turalmente diferenciado	Tolerancia apertura Incursión en la lógica de mercado	Estudios culturales, cultura ur- bana Intercultura- lidad en tér- minos de di- ferencia
Elaboración: Martha Dubravcic.					

dad. Estas actividades responden también a una realidad menos politizada, no por ello menos conflictiva, donde la representatividad ciudadana no está tanto en las instancias políticas formales, sino en otras formas y agrupaciones donde confluyen intereses comunes.

Asimismo, ante la aparente incompatibilidad de los medios masivos con las prácticas populares, varias instituciones empezaron a preguntarse si no puede acaso haber comunicación popular competitiva o más aún rentable; si no puede haber comunicación popular desde los gustos y el goce de las audiencias y no únicamente desde sus angustias; o si no puede haber comunicación popular desde la trama compleja de los mestizajes y lo urbano y no solo desde lo campesino e indígena. Ello contribuyó también a cambiar la concepción y práctica acerca de la comunicación popular.

2. LOS FENÓMENOS URBANOS: LA TENDENCIA CRECIENTE A LA CONCENTRACIÓN URBANA

A partir de las últimas décadas, la mayoría de los países latinoamericanos experimentaron una tendencia cada vez mayor a la concentración de su población en las ciudades, dando lugar así a una proporcionalidad inversa a la que se daba en décadas anteriores, en que la mayor parte de la población de estos países era rural.

Pero el fenómeno de la concentración urbana tiene implicaciones más profundas que incluyen la magia y el misterio que las poblaciones rurales buscan descubrir en la ciudad, y al mismo tiempo, la oportunidad de vivir mejor en el confort urbano, a la vez que nuevos planteamientos modernizadores ofrecen nuevos territorios, no precisamente geográficos y no siempre el lugar de origen, donde expresar su ciudadanía y donde hallar satisfacción para sus necesidades.

Algunas apreciaciones señalan que así como gran parte de los ecuatorianos ha perdido la fe en su país –razón por la cual viven en Nueva York más de 400 000 ecuatorianos y en España una cifra quien sabe mayor– así también algunos ya han perdido la fe en que la comunidad rural sea el sitio de sobrevivencia y de reproducción social más adecuado.

Por ello, en este caso ya no hablamos de migración, que puede comprender los alejamientos temporales y eventuales del lugar de origen a otras comunidades incluso rurales. Aquí hablamos de concentración urbana, porque es el poblador rural quien desaloja su comunidad de origen para convertirse en «citadino». Así la unidad familiar experimenta cambios, ya que al trasla-

darse el núcleo familiar a un centro urbano, debe experimentar procesos de adaptación y de apropiación a nuevos referentes del contexto urbano.

Los elevados índices de pobreza principalmente en el sector rural del Ecuador pueden ayudar a comprender el fenómeno migratorio del campo hacia las ciudades. Por otro lado, la agricultura se encuentra en un fuerte estancamiento. Desde 1964, con la Reforma Agraria, la población rural entró en un irreversible proceso de parcelación de tierras que la mantiene en constante crisis de producción, consumo y empleo, lo cual le ha obligado a tomar estrategias de sobrevivencia como la migración.³

Ante esta crisis del sector campesino y su concentración progresiva en las ciudades, se dio el crecimiento acelerado del sector informal urbano, sector que se desenvuelve en medio de grandes riesgos por la inseguridad del trabajo callejero. Al mismo tiempo esta situación ha dado lugar a la cada vez mayor incorporación de menores de edad a la población económicamente activa.

Si bien se piensa en la migración como un mecanismo de sobrevivencia, también podríamos aseverar la pluricausalidad de ella, incluyendo la búsqueda de nuevas experiencias y la relación con el mundo moderno, en cuya decisión toma parte incluso el sistema de valores.

También debe considerarse otras condiciones que afectan en la decisión de migrar; una de ellas es el papel que desempeñan los medios de comunicación, que muestran como atractivos aquellos referentes eminentemente urbanos. Otra determinante es el contacto con amigos, parientes o conocidos que migraron y se encuentran establecidos ya en centros urbanos, aunque las redes sociales y la influencia de amigos y parientes es menor en relación a lo que acontece con la migración internacional.

En principio, el traslado de familias rurales a la ciudad implicaba que una vez en la ciudad se tendía a prolongar y conservar ciertos referentes culturales como la lengua, a concentrarse juntas en un territorio cercano las familias de igual procedencia étnica, a agrupar a sus niños en una misma escuela, asistir a una misma iglesia, etc. Sin embargo, actualmente la migración no se desenvuelve tanto en este sistema de redes sociales y los migrantes se enfrentan cada día a una serie de difíciles intercambios e interacciones entre culturas, lo cual en muchos casos sirvió de bandera a la «bondadosa» interculturalidad, tolerancia cultural, unidad en la diversidad y un sinfín de metáforas que se han construido al respecto.

3. Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC. Datos expuestos por Mauricio García, *Una agenda para combatir la pobreza*, Quito, Fundación Esquel / UNICEF, 1996, p. 35.

Las culturas urbanas son una mezcla dinámica, un espacio barrido por los vientos de los mass media; hibridación, mestizaje, reciclaje, mezcla, son las palabras que se usan para describir este fenómeno.⁴

El contexto de la comunicación

La mayor parte de las instituciones que trabajaron el tema de la comunicación popular, destacamos entre ellas el CEDEP, desde mediados de la década de los años ochenta empezaron a abandonar su quehacer eminentemente rural debido a varias razones, entre ellas a que los propios miembros se perciben a sí mismos como pertenecientes a una cultura urbana, a que se supera la idea de que lo popular incumbe única y exclusivamente al ámbito rural, a que se configura una amplia cultura popular urbana, y a que la tendencia a la industrialización desplaza a una considerable población campesina a las ciudades.

Así la práctica comunicativa popular, en principio orientada únicamente al área rural, dio un giro e integra como audiencia y sujetos de su práctica a una población principalmente urbana y a la diversidad de actores que emergen en esta cultura.

3. LA GLOBALIZACIÓN DE LA CULTURA

El origen económico del término globalización y su casi inmediata extensión al ámbito de lo cultural obliga a hacer algunas precisiones acerca del término y de su similitud –en muchos casos confusa– con otros. Transnacionalización, internacionalización, mundialización, integración internacional, incluso aldea global, son algunas de las acepciones que se han utilizado para referir un fenómeno común, con algunas diferencias de fondo.

Así, al menos estableceremos la diferenciación entre los dos términos utilizados con más frecuencia cuando se pretende hablar de este fenómeno: globalización y mundialización. La globalización se define como un proceso básicamente económico, donde flujos de capitales circulan libremente; y la mundialización se define como un proceso más amplio que trasciende lo estrictamente económico, un proceso seguido por el sistema capitalista desde que empezó a consolidarse hace más de 500 años.⁵ Sería entonces un proce-

4. Beatriz Sarlo, *Escenas de la vida posmoderna*, Buenos Aires, Ariel, 1994, p. 109.

5. José María Tortosa, «Globalización y diferencias culturales», en *Globalización, mito y realidad*, Quito, ILDIS, 1998, p. 79.

so de expansión ininterrumpida, que tiene implicaciones económicas, sociales, políticas y culturales.

Sin embargo, resulta aún ambiguo hablar de la globalización,⁶ por una serie de contradicciones que el propio fenómeno conlleva;⁷ como por ejemplo que la globalización sea un fenómeno reciente cuando en realidad data desde la conquista de los españoles; que la globalización esté beneficiando a todos los sectores, regiones, naciones por igual o que genere profundas interdependencias entre regiones, naciones, localidades, familias y personas, cuando en realidad son los tres bloques económicos (Estados Unidos de Norteamérica, Europa Occidental y Japón-Sudeste Asiático) los ejes de decisión y en torno a los cuales gira el mundo. Otra contradicción es el argumento de que el Estado nación pierde vigencia y soberanía, aquí se cuestiona de qué soberanía se habla cuando en el mundo solo Gran Bretaña y Estados Unidos de Norteamérica han tenido soberanía desde el principio de su historia. Y asimismo, se presentan como falacias los argumentos de que las economías regionales desaparecen con la globalización y que a los países pequeños económicamente no les queda otra alternativa que integrarse a esta dinámica. Finalmente, se presenta otra falacia al señalar que la globalización universaliza los patrones de consumo, comportamiento y culturales de la humanidad, puesto que las diferencias en la calidad de vida continúan siendo heterogéneas, y aunque las aspiraciones y preferencias se universalicen, de ninguna manera los patrones de consumo y de gasto.

Por ello, al referirnos a la globalización no podríamos hacerlo en otros términos más que como una tendencia y no un fenómeno acabado, una época o un momento de la historia.

Si bien el fenómeno de la globalización nace en el ámbito de lo económico, la vigencia de un mercado mundial y sus tendencias homogeneizadoras tiene implicaciones polémicas en el terreno de la cultura, desvalorizando o volviendo masivos a ciertos productos culturales.

Sin embargo, si tenemos en cuenta que es el momento de la historia en el que más hablamos sobre heterogeneidad cultural, debiéramos preguntarnos ¿cómo pensar actualmente en la heterogeneidad cultural en un mundo cada vez más interconectado y que aparentemente busca ser homogéneo?

Beatriz Sarlo señala al respecto que el único obstáculo eficaz para la homogeneización cultural son las desigualdades económicas: todos los deseos

6. Pese a las precisiones realizadas sobre el término globalización, continuaremos utilizando este término en los aspectos más amplios, que nos permitan incluso abarcar el espacio social y cultural.
7. Estas contradicciones fueron expuestas y argumentadas como «falacias de la globalización» por Jürgen Schuldt, en *Globalización, mito y realidad*, Quito, ILDIS, 1998, pp. 9-38.

tienden a parecerse, pero no todos los deseos tienen la misma oportunidad de realizarse. Sin embargo, aquí destacamos también que actualmente se considera lo cultural como un factor de conflicto aún más determinante que el ideológico o el económico.⁸

Si bien la tendencia general es a la interconexión a partir de la irrupción de las nuevas tecnologías, existen otros fenómenos socioeconómicos y políticos que sustentan tendencias de diversificación cultural;⁹ desigualdades, discriminación, concentración del poder político y económico en pocas manos son algunas de las situaciones que han dado lugar a la emergencia cada vez más fuerte de particularismos. Un ejemplo claro de cómo estas dos tendencias conviven y confluyen es la programación televisiva, tan fragmentada y para públicos tan específicos, y a la vez capaz de llegar a todas partes del planeta, donde ya no se puede concebir la existencia de culturas aisladas.

Pero no coincidiré con muchos autores para quienes hablar de homogeneidad cultural conduce a pensar en una armónica convivencia, ello sencillamente no sucede, pues cuando un elemento se incorpora a una nueva cultura hay una alteración más o menos profunda en ambas.

Ante esta situación parecerían presentarse tres alternativas:¹⁰ la primera, es la integración complaciente, en que cada país asimila mecánicamente las tendencias imperantes en la globalización, renunciando a todo perfil propio y extraviando su historia; la segunda, es el atrincheramiento, en que el país se cierra cultural y comercialmente al intercambio cultural; el tercer camino es movilizar la propia identidad y cultura para abrirse al mundo. Esta última hipótesis –para algunos inviable– plantea que el esfuerzo de desarrollo de los países de la región no puede prescindir de los principales rasgos culturales de nuestras sociedades, pues aunque nos desenvolvemos en una corriente de flujos mundial, ésta se segrega en función de referentes sociales y culturales concretos, a veces locales.

En el Ecuador, parecen presentarse a la vez huellas de múltiples manifestaciones de diversidad y rasgos de las más profundas tendencias a la homogeneización. La diversidad se expresa en la mayoría de las manifestaciones populares, rituales religiosos, cultos, fiestas populares, actitudes y comportamientos de reciprocidad y solidaridad. Y a la vez que surgen nuevos actores en el escenario contemporáneo, la preocupación por la cotidianidad, sus ma-

8. Beatriz Sarlo, *op. cit.*, p. 116.

9. Margarita Zires, «Tendencias de convergencia y divergencia cultural en América Latina», en revista *Diálogos de la comunicación*, No. 48, Lima, 1997, p. 71.

10. Fernando Calderón, y otros, *Esa esquiva modernidad; ciudadanía, desarrollo y cultura en América Latina y el Caribe*, Caracas, UNESCO / Nueva Sociedad, 1996, p. 12.

nifestaciones y lenguajes se convierte en una de las principales entradas para los análisis sociales, que toman en cuenta estas diferencias.

La tendencia a la homogeneización, muchas veces negadora de la diversidad, se expresa en la supuesta existencia de una cultura nacional basada en una irreal unidad y homogeneidad de la sociedad ecuatoriana, articulada política y socialmente por un Estado unitario; en una concepción patrimonialista de la cultura, orientada hacia la preservación y recuperación de productos culturales del pasado; en una vinculación del campo cultural al de las «bellas artes»; en una concepción que privilegia los objetos sobre las prácticas y procesos; y en una asimilación de la acción cultural como espacio subsidiario de la educación.¹¹

Así, podemos ser testigos de que el Ecuador, como la mayoría de los países de América Latina, vive y construye una globalización «a su manera», de acuerdo a su contexto a sus particularidades, creando y recreando el proceso.

El contexto de la comunicación

En la comunicación se presenta un marcado énfasis en los particularismos que aparecen como manifestaciones de resistencia a esta homogeneización y este intento de absorberlo todo bajo un mismo paraguas cultural.

Los flujos informativos y las tecnologías llevan a acceder desde todas partes a bienes simbólicos y culturales, pero a la vez convoca a audiencias concretas y actores tan particulares que contrarrestan esta realidad «aparentemente» globalizada.

Podríamos así, pensar en una globalización relativa, si el término cabe, puesto que se asume desde la comunicación la tendencia al movimiento de incuantificables flujos de información a través de las nuevas tecnologías de comunicación, a la circulación global de ideas, referentes identitarios y de repertorios culturales; y al mismo tiempo hay tanta oferta como audiencias cuyos particularismos son cada vez más reconocidos.

11. La mayoría de estos argumentos fueron tomados de la exposición de Jaime Astudillo Romero, «Globalización y diversidad», en *Globalización, mito y realidad*, Quito, ILDIS, 1998, pp. 39-55.

4. LA IRRUPCIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA COMUNICACIÓN

En las últimas décadas se han gestado los adelantos más increíbles en materia de tecnologías de comunicación, respecto a las cuales desde un principio existieron posiciones encontradas, principalmente en lo relacionado a si son o no determinantes en los procesos comunicativos y en el dilema de dar mayor peso al aspecto técnico o al social.

Alrededor de los años cincuenta y sesenta, con Marshall McLuhan, y su tesis sobre la aldea global, se dio mayor protagonismo a las tecnologías, luego se redujo su valor; y posteriormente se apuntó a una especie de equilibrio. A partir de los años ochenta nuevamente las tecnologías se convirtieron en piezas clave; nadie puede negar que nos desenvolvemos en una «sociedad de la información», «sociedad mediática», u otras denominaciones similares, a la vez que es en este período que se consolida el paradigma que da mayor importancia a las mediaciones sociales y culturales.

Se atribuye a las tecnologías de comunicación la masificación cada vez mayor del público y de los mensajes comunicativos. Sin embargo, hay quienes sostienen lo contrario, es decir que las tecnologías más bien van a debilitar el modelo masivo de comunicación, puesto que ponen fin a la imposición de una programación homogénea como si se tratara de un solo público.

Lo cierto es que las tecnologías de comunicación están transformando la economía del tiempo.¹² La facilidad de transmitir información y viajar de un espacio a otro permite acceder a culturas y contextos diferentes; el viaje de los mensajes en tiempos ínfimos, y la comunicación incluso simultánea evidencia la ruptura de la barrera tiempo. Tecnologías como la TV cable y vía satélite, el CD rom, el multimedia, el periódico y libro electrónicos, permiten el acceso a bancos de datos por computadora que proporcionan grandes cantidades de información, las cuales por supuesto tienen incidencia en el conocimiento y la cultura. Asimismo, el correo electrónico, videotexto, facsímil, satélites y redes digitales integradas, tele y audioconferencias, o las computadoras que transforman la voz humana en texto, envían información en tiempo y costos mínimos.

La irrupción de estas tecnologías ha atenuado la línea divisoria entre el espacio público y el privado. Así también han proliferado las comunidades electrónicas, cuyo espacio de interacción es precisamente el electrónico y es

12. Jesús Martín-Barbero, *Procesos de comunicación y matrices de cultura, itinerario para salir de la razón dualista*, op. cit., p. 186.

allí donde sus miembros encuentran y comparten referentes identitarios y las respuestas a sus necesidades de cohesión e interacción.

Sin embargo, polémicas discusiones cuestionan la presencia de las tecnologías como amenaza a los valores y cultura nacionales y como agentes que enfatizan las contradicciones entre Norte y Sur. Además que se incrementan los niveles de analfabetismo tecnológico, con sus consecuencias regresivas en materia de estratificación social.¹³

También se argumenta que las tecnologías de comunicación transforman la realidad en simulación, que se da la virtualización de la realidad y que ésta se torna únicamente en una realidad construida.

Pese a estas contradicciones, hay quienes señalan que el intento de desvinculación de estos países del tren microelectrónico resultaría contraproducente e incluso irrealizable. El informe McBride de la UNESCO señala que el uso de las nuevas tecnologías representa un estribo importante para promover el desarrollo económico y social.¹⁴

Para la mayoría ya se torna evidente un nuevo orden global, gracias a las redes de comunicación que hacen el planeta cada vez más pequeño, dando vigencia a la llamada «aldea global». Se plantea que las transformaciones tecnológicas tornan obsoleta la preocupación por las identidades locales, y que si existe tal cosa como identidades latinoamericanas, la dinámica de apertura y penetración tecnológica la condenan a una disolución.¹⁵

Una de las discusiones más frecuentes en torno a este tema es la posibilidad o no de seguir hablando de estados nacionales, con soberanía y fronteras definidas, y la posibilidad de hablar y plantear políticas nacionales en materia de comunicación y cultura. El primer aspecto aparece como conflictivo porque ahora más que nunca nos vemos limitados a la hora de demarcar desde y hasta dónde conformamos una nación, si al interior del Estado aparecen múltiples nacionalidades definidas por el carácter cultural diverso. El segundo componente tampoco escapa al problema, si generalmente las políticas se han propuesto e implementado desde una posición que busca precautelar el patrimonio nacional y exaltar lo autóctono como la más elevada expresión de lo nacional. Y aquí nos preguntamos de qué nación hablamos en materia comunicacional, de qué patrimonio y de qué carácter de lo autóctono podemos hablar si no existe algo puro en términos de cultura.

Pese a estas dificultades, parecen prevalecer las posiciones que señalan que existe un amplio consenso entre los políticos y científicos de que el

13. Fernando Calderón, y otros, *op. cit.*, p. 95.

14. Peter Schenkel, «Comunicación, ciencias y nuevas tecnologías», en *Comunicación para el Desarrollo*, Lima, Instituto para América Latina, IPAL, 1987, p. 207.

15. Fernando Calderón, y otros, *op. cit.*, p. 82.

país que no realiza los máximos esfuerzos para dominar las nuevas tecnologías, se quedará atrás y deberá sentarse en el banco de los países menos desarrollados a partir de este siglo.¹⁶

América Latina y el Ecuador se encuentran ya inmersos en la dinámica de las nuevas tecnologías de comunicación; y si bien su avance es relativo en relación a otros países, la incidencia es muy significativa.

En más de cuarenta años de vida de la televisión ecuatoriana, desde 1959 cuando el primer canal de televisión apareció en el país y hasta la fecha, el número de canales creció de modo alarmante. Actualmente existen más de 20 estaciones de televisión entre regionales y nacionales, a ello se suma dos compañías operadoras de TV cable, con 46 canales y más de 150 000 suscriptores en las principales ciudades.¹⁷ A ello se añade el creciente acceso de la población a este medio, puesto que si hasta 1993 el número de aparatos de TV por habitante era de 8,6 podríamos estimar que ahora alcanza a más de 10 aparatos por habitante.¹⁸

Asimismo, más de 700 frecuencias de radio se instalaron en el espectro radiofónico del país, con ofertas de las más diversas y al mismo tiempo sin cambiar radicalmente su discurso inicial, de compañía y distracción hogareñas. Y apareció también la computadora y un poco más tarde la red internet, una de las más poderosas en la ruptura del espacio y el tiempo y que permite modalidades diversas como el computador-televisor que hace posible una dinámica interactiva.

Aquí nos preguntamos cómo incide esta creciente tecnologización en las reflexiones y prácticas de comunicación popular en América Latina o cuál es el grado de tecnificación de la comunicación popular. Existen dos posiciones: aquellas que conciben que la comunicación popular para ser más popular debe mantenerse al margen de las tecnologías de punta y desenvolverse con tecnologías artesanales; y aquellas otras –que cada vez son más– que sostienen que la única manera de alcanzar mayor calidad y eficacia en la comunicación popular es mediante la adopción de tecnologías.

El carácter institucional de los medios es el que define cuál de estas dos posiciones adoptar, pero puede afirmarse que gran parte de las instituciones ya empezaron a optar por la tecnologización de la comunicación popular.

Los medios, antes solo tecnologías, aparecen ahora como espacios centrales de la producción cultural en competencia con otros ámbitos de pro-

16. *Ibíd.*, p. 208.

17. José Laso, «La televisión en Ecuador», en revista *Hoy, testigo de la historia*, Quito, 1997, p. 144.

18. Raúl Borja, *op. cit.*, p. 29.

ducción ideológica,¹⁹ con el agregado de que ahora la competencia del receptor es reconocida, como es reconocido el propio receptor en tanto sujeto activo que pone en juego múltiples elementos de su experiencia social. Sin embargo, ello dio lugar al énfasis cada vez mayor en la autonomía del receptor, produciéndose así lo que María Cristina Mata llamó la «naturalización del público», porque los ejes de configuración del público son ahora sus sentidos, sus hábitos, gustos, quehaceres, cotidianidades, opiniones, expectativas, etc.²⁰

Pero cuando se introduce el análisis en el terreno del poder, que todo lo cruza, surge la necesidad de desnaturalizar los públicos y revelar su carácter de contruidos por los medios de comunicación cuyo poder es evidente a la hora de constituir el horizonte del espectador, es decir a la hora de afirmar que el público tiene acceso a la realidad a través de los medios masivos. Ello no implica retornar a las concepciones de manipulación de los medios, los públicos pueden ser activos, pero no hay que confundir esa participación con un poder efectivo.

El contexto de la comunicación

Quienes trabajan la comunicación popular atraviesan aun muchos problemas, principalmente económicos, que impiden la adopción de nuevas tecnologías de información. Pese a ello, la mayoría ya está consciente de que la tecnología es ahora la única manera no solo de integrarnos sino de competir con calidad y llegar mejor a la audiencia.

Con algunas resistencias, la comunicación popular comenzó ya a concebir como totalmente conciliable la tecnología de punta con la comunicación de y para sectores populares. El asumir esta posición implica de suyo rebatir otras dos, primero, la idea de que lo popular incluye solo a sectores ignorantes y pobres; y segundo, la identificación de la comunicación popular con la comunicación artesanal, casera y de corto alcance.

También se asume la irrupción tecnológica desde la complejidad de las relaciones sociales. La tecnología altera y transforma estas relaciones, las percepciones del mundo, las relaciones laborales, es decir afecta la propia configuración de la persona como tal y como sujeto de acción. Poco a poco se asume que la tecnología ha contribuido a la transformación de las personas y audiencias, a consolidar o fragmentar intereses, prácticas, etc. y también se tiene el convencimiento de que la comunicación popular debe salir de la marginalidad tecnológica, porque solo así podrá ser más popular y más democrática.

19. María Cristina Mata, «Interrogaciones sobre el consumo mediático», en *Nueva Sociedad*, No. 140, Caracas, 1995, p. 93.

20. *Ibid.*, p. 94.

5. EFECTOS DE LOS FENÓMENOS SOCIALES (URBANIZACIÓN, GLOBALIZACIÓN DE LA CULTURA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS)

Desterritorialización

El territorio constituye el espacio donde habitamos, es lugar de la experiencia y también el espacio donde se configura la identidad. Pero si los espacios o territorios tradicionales ya no ofrecen opciones de identidad, se tiende a la búsqueda de otros espacios –no siempre geográficos– para consolidarla, representarla y manifestarla.

El caso de los jóvenes constituye un ejemplo claro. Si bien la escuela les permite el desenvolvimiento en los parámetros tradicionales, ellos tienen una serie de potencialidades que deben ser expresadas creativamente y buscan por ejemplo en el rock, un espacio para ello. Al respecto, Renato Ortiz dirá que la conducta de un estado particular de jóvenes solo puede ser entendida cuando se sitúa en el horizonte de la mundialización, camisetas, tenis, pantalones jeans, ídolos de rock, referencias desterritorializadoras que son parte de un léxico, de una memoria juvenil «internacional-popular» que acerca a las personas sin importar su nacionalidad o etnia.²¹

El rock es uno de los campos que mejor representa los procesos de hibridación cultural y la creación de un espacio nuevo y distinto; es una de las más interesantes expresiones urbano populares y de mayor preferencia en culturas híbridas como la latinoamericana; se dice que trata de llenar un vacío de significaciones sociales que las expresiones musicales tradicionales no alcanzan a cubrir, y ha dejado de ser la expresión de un movimiento para convertirse en un nuevo espacio público donde confluyen varios y diversos sectores.²²

Así, el espacio eminentemente físico pierde relevancia para dar paso a nuevos espacios, a territorios distintos abrumados hoy por el entrecruce de los medios de comunicación, la espectacularización de los acontecimientos, y por el poder de seducción de modas y músicas.

La traslación del espacio físico a otros, denominados en algunos casos espacio imaginario e incluso espacio electrónico (el caso de los medios de comunicación masivos), obedece a la legitimidad cada vez mayor que alcanzan

21. Renato Ortiz, «Modernidad mundo e identidades», en revista *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, México, 1998, p. 104.

22. Adrián Acosta, «El rock: ¿movimiento social o nuevo espacio público?», en *Ecuador Debate*, No. 42, Quito, Centro Andino de Acción Popular, CAAP, 1997, p. 224.

estas nuevas instancias, lo cual parece estar determinado más por la fascinación que por otra cosa.

Es en el espacio urbano donde surgen y emergen con fuerza aquellas identidades «desterritorializadas». El fenómeno de la llamada globalización ha dado lugar no solo a la fusión de territorios y a la desaparición de fronteras, sino a la pérdida de vigencia de los territorios antes muy bien definidos como por ejemplo el de la nación.

Las nuevas tecnologías de comunicación también contribuyeron a ello, generando un nuevo espacio en que conviven lo local y lo global. No es casual entonces la discusión actual sobre las comunidades electrónicas, definidas como «el conjunto de relaciones sociales unidas por un interés común o circunstancias compartidas»,²³ que además se supone buscan aglutinar a miembros de comunidades virtuales que quieren relacionarse a nivel global con almas afines, para obtener compañerismo, erotismo, espacios lúdicos, información o apoyo social. En muchos casos hay organizaciones que adquieren fuerza social por su presencia en el espacio electrónico.

El contexto de la comunicación

La actividad comunicativa involucra automáticamente este tema, pues los medios de comunicación se presentan como un espacio sin territorio geográfico que propicia encuentros y confluencias de gustos, identidades, prácticas, actitudes y experiencias cotidianas.

Si entendemos la comunicación –popular en este caso– desde esta perspectiva, podemos analizar que todos estos aspectos que confluyen en este nuevo espacio, van más allá de la pertenencia a un lugar determinado o la pertenencia a una clase; estos aspectos responden más bien a matrices culturales.

Revitalización de los particularismos

La cuestión de las identidades ha sido abordada desde diferentes enfoques y con mucho más énfasis durante esta última década.

En un momento dado se dijo que todas las identidades se manifestaban en la contradicción Norte-Sur; el primero como ámbito cultural poseedor de la verdad y el segundo como ámbito subcultural, asociado automáticamente con lo subordinado que se vincula a su vez al folclore, lo típico y lo autóctono. En otro momento, la cuestión de identidad se entendió exclusivamente

23. Susana Finquielevich, «Comunidades electrónicas», en revista *Telos*, No. 50, Madrid, 1997, p. 63.

desde el carácter de lo nacional, y más aún relacionada intrínsecamente al aspecto de la etnicidad.

Hoy en día las culturas particulares experimentan una revitalización de su identidad, en parte como manifestación de rechazo al nuevo modelo económico, la tendencia neoliberal que rige en la mayoría de nuestros países y que, según sostienen estas culturas, no hace más que enfatizar las desigualdades y discriminaciones sociales, económicas, culturales, de género y generacionales.

Una mirada al contexto actual de América Latina pone en evidencia la importancia que ahora adquieren los nuevos movimientos sociales como reivindicación de la diversidad, pero más quizás de la particularidad.

La tendencia mundial a la globalización en términos económicos y culturales se ha tornado al parecer en una amenaza para estos grupos particulares que ante estos fenómenos temen desaparecer. La noción de espacio se vio alterada y las fronteras de las naciones ya no tienen capacidad de controlar los movimientos de identidad existentes en su seno.

Todo lo anterior parece debelar que nos desenvolvemos en un terreno de contradicciones y es que la sola idea de la revitalización de los particularismos contiene de suyo la contradicción, en un momento de la historia en que se tiende a diluir las diferencias. Tal vez dicha contradicción podría explicarse más claramente en términos de resistencia.

Lo que sí parece ser cierto es que la identidad latinoamericana no puede ser redefinida en términos ontológicos; es una compleja historia de producción de nuevos sentidos históricos que parten de legítimas y múltiples herencias de racionalidad.²⁴

Las comunidades tribales

La necesidad de reencontrar el sentido a la vida, de sentir y manifestar la identidad ante la amenaza que supone la avalancha informativa y el nuevo orden tendente a la globalización-mundialización, ha dado lugar a la emergencia de tribalismos o comunidades tribales, que tratan de retomar prácticas de comunicación e interacción comunitaria, estrechar los lazos afectivos, familiares y fraternales, y se oponen con prácticas simbólicas a la estricta racionalidad de occidente.

Estas nuevas comunidades desarrollan prácticas como el relato (mito) que actualiza las identidades culturales, y más aun los relatos colectivos; se

24. Aníbal Quijano, «Modernidad, identidad y utopía en América Latina», en *Imágenes desconocidas, la modernidad en la encrucijada posmoderna*, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, CLACSO, 1988, p. 25.

tornan así en mecanismos para contrarrestar ese malestar, angustia, falta de sentido y amenazas.

Walzer, quien utiliza el término «tribu» para referirse a estas comunidades particulares, visualiza la existencia de un puente entre dos significados aparentemente inconciliables, el de los particularismos tradicionales «tribales» versus el universalismo moderno. En su opinión, el «tribalismo» debe estar incluido en el universalismo, por ser un elemento común a toda especie humana; el no excluir las diferencias, sino incorporarlas como parte de un proceso abierto y de acopio de diversas memorias colectivas, no opone forzosamente las identidades particulares a los procesos más globales de modernización.²⁵

El contexto de la comunicación

En este contexto, la comunicación no puede permanecer ajena a estos sectores, organizados cada vez menos por referentes tradicionales y cada vez más por los particularismos. Al contrario, desde este nuevo enfoque de la comunicación, resulta oportuno su incorporación como nuevas audiencias que expresan demandas e intereses también concretos. De esta manera, los grupos de mujeres, jóvenes, grupos étnicos, religiosos, sectores informales, etc. que resisten la tendencia homogeneizadora se configuran como nuevos actores, si no nuevos al menos dentro de una nueva dinámica.

Estos grupos demandan participación y reconocimiento a sus derechos particulares, lo cual ha conducido a algunas de las instituciones de comunicación a adoptar la pluralidad como eje de su quehacer y la construcción de ciudadanía como objetivo importante.

Fragilidad de las monoidentidades

Existen distintos planteamientos acerca de las identidades, muchos de ellos esencialistas que han limitado sus concepciones a factores muy puntuales, sin tomar en cuenta la complejidad que implica el tema.

Una de las tradicionales concepciones acerca de la identidad (aún en singular) es aquella que la asocia automáticamente con lo nacional, argumentando por ejemplo que nuestros países deben generar una cohesión social, económica, política e ideológica, capaz de resistir los efectos negativos de la modernización y simultáneamente producir una cultura nacional que transforme las diferencias étnicas, religiosas y regionales en aspectos de identidad del

25. Michael Walzer, «La rinascita della tribu», citado por Fernando Calderón, y otros, *Esa esqui-va modernidad, desarrollo, ciudadanía y cultura en América Latina*, op. cit., p. 35.

país.²⁶ Esta concepción percibe que bajo el paraguas de lo nacional confluyen elementos como lengua y territorio; mientras hoy en día hay otros referentes identitarios que no se puede dejar de lado, tales como la raza, el género, la edad, los gustos, etc.

Otro de los planteamientos sustancialistas que actualmente tiene mucha vigencia es el de la identidad asociada únicamente a la etnicidad, en la cual sí confluyen elementos culturales pero únicamente en tanto crucen de alguna manera con el origen.

Bajo estos primeros esquemas se realizó gran parte de los ensayos y teorizaciones sobre la identidad en el contexto latinoamericano. Pero la rigidez con que hasta entonces se abordó el tema ha sufrido una serie de mutaciones que hacen posible hablar hoy de identidades (en plural) y entenderlas desde diferentes entradas.

Ahora la identidad ya no es algo estático y preexistente, que se encuentra solo en ciertos referentes, que se pierde y se recupera, que se conserva y se precautela del contacto con lo foráneo. La identidad es un constructo permanente que se crea y recrea de manera continua y en el espacio de lo cotidiano.

Es válido recuperar aquí la apreciación de Miquel de Moragas para quien la identidad cultural es permeable a la influencia pero contraria a la dominación. La concepción que aquí defendemos de identidad incluye y reclama el diálogo entre identidades culturales; no rechaza en modo alguno la influencia; lo que sí rechaza es la imposición de algunas culturas particulares (dominantes) como culturas universales.²⁷

El componente cultural se convierte en eje para la comprensión de procesos sociales, pero no se queda ahí, sino que ahora se deberá definir como lo intercultural capaz de cruzar todos los ámbitos. Así el mestizaje se convierte en un evento cotidiano y para todos los actores; no hay identidades que resistan en estado puro más de unas horas ante la fuerza de estímulos que provienen de todas partes.²⁸

Aquellas monoidentidades, por tanto tiempo vigentes en la teoría y en el corazón de la mayoría de nosotros, ahora se disuelven para dar paso a nuevos espacios donde se generan. Así por ejemplo, aparecen las llamadas «comunidades electrónicas», a las que han dado origen las nuevas tecnologías de

26. Carlos Ivich Villegas, *Claque murer pour ainsidire, tout l'univers*, París, CCI, 1986, p. 186, citado por Armando Silva, *Imaginario urbanos, cultura y comunicación urbana*, op. cit., p. 49.

27. Miquel de Moragas Spá, «Identidad cultural y políticas culturales en Europa», en Luis Nuñez y Beatriz Solís (compiladores), *Comunicación identidad e integración en América Latina*, México, Universidad Iberoamericana, 1994, p. 86.

28. Fernando Calderón, y otros, op. cit., p. 92.

comunicación y sobre cuyas implicaciones ya reflexionamos aunque sea someramente.

Toda esta transformación y reacomodación de enfoques, sin embargo, ha sido posible con la reorientación del modelo económico y la expansión de la industria cultural, la contribución de las tecnologías y la conquista de nuevos mercados.

Renato Ortiz señala como válida la sugerencia de Levi Strauss, de que la identidad no es una esencia, sino algo «virtual», un movimiento conceptual que nos hace pensar en términos de relaciones producidas.²⁹ El propio Ortiz definirá luego la identidad como una construcción simbólica que se hace en relación con un referente.

Para Martín-Barbero se plantea un nuevo problema que lleva a cuestionar desde dónde pensar la identidad; señala que mientras desde el centro la cuestión es cómo convivir con la diversidad o cómo hacerla convivible, desde la periferia la cuestión es otra; cómo no perderse, no disolverse en la marea que la globalización empuja y amenaza la pluralidad de sus culturas.³⁰

El contexto de la comunicación en el dilema de la «identidad única»

La defensa y revitalización de la identidad campesina y de clase ha sido lo que por mucho tiempo ha guiado la acción comunicacional popular en nuestros países y especialmente en el Ecuador.

Pero así como cayeron los paradigmas ideológicos, así como se debilitó el poder del Estado nacional, parecen también haberse debilitado los referentes de identidad. Aquellas identidades tan rígidas, pero válidas por mucho tiempo, experimentan una fragilidad y muchas veces se diluyen, lo que puso como desafío el asumir las identidades como fenómeno constructivista, es decir no estático, en que afectadas por elementos culturales se transforman y recrean permanentemente.

Desde este punto de vista las audiencias están en permanente transformación y las actividades comunicativas institucionales, con serias dificultades, tuvieron que adecuarse a ello. La comunicación popular no se orienta únicamente a consolidar esa identidad de clase, o aquella campesina, sino que son otras y distintas identidades las que la comunicación popular va abordar y va contribuir a crear, recrear, producir y reproducir.

29. Citado por Philip Schlesinger y Nancy Morris, «Fronteras culturales: identidad y comunicación en América Latina», en *Estudios sobre las culturas*, México, 1998, p. 75.

30. *Ibíd.*, p. 88.

6. LA REORIENTACIÓN DEL MODELO ECONÓMICO

Múltiples parecen ser los factores para que la mayoría de los países de América Latina hayan reorientado su modelo económico y ahora se adecuen cada vez más a las reglas del mercado mundial.

La aparente ineficacia de los sistemas políticos de izquierda, la devaluación del modelo de sustitución de importaciones, más la condición de marginalidad en la que nos desenvolvemos hacen referencia a algunos de estos causales, entre otros muchos.

A ello se suma los fenómenos de corrupción, deuda externa, fuga de capitales, narcotráfico, que hacen que nuestros países hayan buscado salidas opcionales a la caída del modelo anterior.

No es casual entonces que una corriente homogénea en este sentido se extienda por toda América Latina y el lenguaje común de nuestros gobiernos sea hoy la apertura a mercados internacionales, la inversión extranjera, las privatizaciones, capitalizaciones y la incursión de trans y multinacionales.

En el Ecuador y en la mayoría de los países latinoamericanos, las políticas de promoción de exportaciones y ajuste estructural buscaron mejorar la competitividad internacional, mostrándose atractivos en la disponibilidad de mano de obra barata no calificada y en los recursos naturales. No obstante, estas ventajas resultan cada vez menos atractivas para los países desarrollados, debido a la creciente tecnologización de la producción y la decreciente demanda de materias primas y bienes primarios; a ello se suma las dificultades que tienen nuestras industrias para competir en el escenario internacional.

Fue en 1981, durante el gobierno de Osvaldo Hurtado, que en el Ecuador se iniciaron los programas de estabilización macroeconómica y ajuste estructural y profundizados aun más desde 1988. Pese a ello, la estabilización macroeconómica es todavía parcial, y persisten importantes desequilibrios.³¹

Actualmente la crisis económica se ha profundizado y, además de razones históricas y estructurales, puede atribuirse las causas a una serie de factores: el desequilibrio comercial del Ecuador derivado del descenso del precio del petróleo, el servicio a la deuda externa estimada en 16 mil millones de dólares y una interna estimada en 2,5 mil millones de dólares y la onda especulativa desatada por un dispendioso manejo de los recursos monetarios del

31. Carlos Larrea, *Pobreza y políticas sociales en el Ecuador, una agenda alternativa*, Fundación Esquel / UNICEF, Quito, 1996.

país.³² A estas razones debemos sin duda añadir una que es causa fundamental de la actual crisis y es el colapso del sistema financiero que dio lugar al cierre de cerca de 30 instituciones financieras entre 1999 y 2001.

Los límites de los resultados obtenidos en términos de estabilización son claros si observamos que la inflación superó el 90 por ciento anual en el año 2000, así como el elevado déficit fiscal, pese a las medidas de reducción de subsidios, alza de precios en los combustibles.

El costo social de la crisis y el ajuste

El elevado costo social de las políticas de ajuste puede observarse en distintas dimensiones, como pobreza, distribución del ingreso y de la tierra, salarios, empleo y acceso a servicios sociales.

Según cifras estimativas, la pobreza afecta a más del 60 por ciento de la población nacional. Las cifras para los sectores rurales son asimismo alarmantes.

Según el Banco Mundial, la concentración en la tenencia de la tierra en el Ecuador no ha disminuido significativamente en los últimos 40 años, pese a las reformas agrarias de 1964 y 1973.³³

La política de dolarización, implementada por el gobierno de Jamil Mahuad, solo profundizó aun más la crisis económica y social de país. Los precios ascendieron de manera impresionante, jamás comparable con el poder adquisitivo de la mayoría de ciudadanos, que se quedó estancado en niveles extremadamente bajos.

En síntesis, esta situación deja ver que el país se encuentra en una posición desfavorable en el contexto latinoamericano. Las políticas de ajuste y la crisis han agravado esta situación y han profundizado las desigualdades, sin haber logrado, hasta el momento, sus objetivos económicos y sociales.

La dimensión cultural del ajuste

La incorporación de la mayor parte de las economías a una economía global o a una economía abierta supone una «homogeneización» de las relaciones sociales en los diferentes países, tanto a nivel interno como internacional.³⁴

32. René Báez, «La crisis financiera internacional, el capítulo ecuatoriano», *Cuadernos de economía*, No. 1, Quito, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Economía, 1999, pp. 1-2.

33. Carlos Larrea, *op. cit.*

34. Roque Espinosa, *Capitalismo, homogeneización y pobreza*, Quito, Universidad Andina Simón Bolívar, 1999, p. 3.

Desde el discurso neoliberal se establece una distinción clara y radical entre los pobres y los no pobres, dándose la homogeneización al interior de cada uno de estos sectores. Sin embargo, esta pretendida homogeneización, a punto de crear un universo de los pobres y tratarlos estadística y cuantitativamente, se basa en el no reconocimiento de una dimensión muy importante y a la vez compleja como es la cultural.

Las relaciones culturales, las formas tradicionales, los estilos de vida, las formas cotidianas de reproducción social y sus referentes simbólicos, las prácticas y formas de pensamiento, sentimiento y reconocimiento ya no pueden pues seguir siendo autónomas respecto de las relaciones económicas capitalistas dominantes.³⁵ Existe una dimensión más compleja en la producción y reproducción de ciertos grupos sociales, pues se reproducen en base a referentes no precisamente económicos. Es decir se pueden reproducir porque disponen de un «capital cultural» particular que lo posibilita.³⁶

Por otro lado, esa división tan simple en dos polos que vienen a ser los pobres y los no pobres resulta insuficiente, si tomamos en cuenta que existen instancias intermedias determinadas no solo por la mediana capacidad económica, sino incluso por la etnología y la cultura; los llamados mestizajes e hibridaciones que crean y recrean referentes sociales y culturales que hacen posible su permanencia y reproducción.

Como el discurso del ajuste supone disminuir los índices de pobreza, como camino hacia el desarrollo, ello puede incidir en la negación de ciertas formas de vida, técnicas agrícolas, de construcción, medicinales, prácticas tradicionales, rituales o religiosas de estos sectores a nombre de «sacarlos del círculo de la pobreza», tal como se trabajó dentro del esquema del cambio social.

En este sentido, la dimensión cultural del ajuste económico implica comprender que la pobreza no es simplemente una condición económica, pasajera y transitoria mientras seamos países subdesarrollados, sino que tiene implicaciones culturales y sociales profundas.

El contexto de la comunicación

La reorientación del modelo económico ha afectado profundamente el funcionamiento y financiamiento de las instituciones de comunicación popular.

En un contexto en el que predomina el libre mercado y el país atraviesa por una de las más profundas crisis, se redujeron significativamente los

35. *Ibíd.*, p. 10.

36. *Ibíd.*, p. 15.

subsidios a proyectos de comunicación y diferentes instituciones se vieron afectadas.

La reorientación del modelo económico ha conducido a las instituciones de comunicación a replantear su dinámica interna, sencillamente porque el modelo anterior de subsidios y autogestión, sin rentabilidad, resulta ahora inviable.

7. ALGUNOS ELEMENTOS DE LA REALIDAD POLÍTICA Y SOCIAL DEL ECUADOR

El país experimentó un prolongado período de crecimiento económico a inicios de los años ochenta, pero pese a ello sus condiciones sociales han continuado siendo precarias, particularmente en términos de satisfacción de las necesidades básicas, distribución del ingreso y la propiedad, y empleo.³⁷ Pero como resultado del auge bananero (1948-1965), de la política de industrialización sustitutiva, y del «boom» petrolero (1972-1982), el crecimiento económico del Ecuador fue uno de los más altos de Latinoamérica, produciéndose así una de las transformaciones económicas y sociales más importantes de la historia.

Desde la perspectiva de los sectores populares, sin embargo, los avances fueron más limitados; pese a los importantes logros en educación, salud, electrificación rural e infraestructura, que se produjeron principalmente durante el auge petrolero, éstos no fueron suficientes, tomando en cuenta el acelerado crecimiento de estos sectores y sus demandas.

Numerosos estudios nacionales e internacionales pusieron en evidencia que las condiciones sociales de vida en el Ecuador continúan siendo precarias, situación que ahondó las demandas de sectores populares, principalmente en materia de empleo.

Los elevados niveles de concentración del ingreso y la tierra, que se encuentran entre los mayores de América Latina y el mundo, configuran los problemas sociales más agudos del país, los mismos que han dado lugar a la cada vez más marcada diferencia entre los distintos sectores.

A estas desigualdades se suman además otras formas de discriminación, principalmente étnica, por la que la población indígena y otras minorías han sido tradicionalmente excluidas de las instancias de participación social y política, y se hallan particularmente afectadas por la pobreza. También se ma-

37. Carlos Larrea, *op. cit.*

nifiestan desigualdades de género, así como en el aspecto generacional y en la dualidad campo-ciudad.

Cuando como salida a la crisis se planteó el ajuste económico, Ecuador nuevamente se vio sumido en el conflicto, por las reacciones de oposición de parte de sectores medios y populares, y la reacción de sectores particulares de las clases dominantes que se han visto perjudicados por la liberalización económica, la apertura de importaciones y la reducida protección a la producción nacional.

Esta situación ha desencadenado un persistente y permanente conflicto político, el cual fue particularmente visible en el régimen de Febres Cordero (1984-1988). Ningún gobierno desde 1981 logró consolidar una mayoría estable en el congreso, lo cual refleja el grado de contradicciones en el terreno político nacional.

Por otro lado, la caída del Muro de Berlín (1989) marcó un hecho que trasciende las políticas del mundo, de América Latina y del Ecuador. Pero las implicaciones políticas que tiene la caída del muro resultan más complejas, puesto que las organizaciones no gubernamentales, las instituciones que trabajaban en esta línea deben readecuarse y replantear su posición y su práctica ante una nueva cultura que nace, marcada por la tecnología, el debilitamiento de los estados nacionales y la liberalización de mercados. Así en el Ecuador se produjo un giro en los conflictos sociales que a partir de entonces adquirieron otro matiz, otros objetivos y otros móviles.

En este contexto, se aprecia un giro también en el tipo de conflictos en comparación a dos o tres décadas atrás, en que el objeto del conflicto era eminentemente político y de cuestionamiento al sistema estatal en tanto sistema ideológico, mientras que en la actualidad el objeto de los conflictos es de frontal rechazo a medidas económicas y sociales del Estado que acentúan las desigualdades. Se evidencia también un giro en las formas de manifestar la protesta; en el primer caso se lo hacía mediante la lucha e incluso la revolución armada, en el segundo momento, mediante las manifestaciones callejeras, huelgas, etc. Y mientras los protagonistas del conflicto eran en el primer caso jóvenes de clase media con tendencias políticas e ideológicas radicales, en el segundo caso los nuevos protagonistas son los indígenas, campesinos, trabajadores de los sectores de servicios, trabajadores informales y grupos urbano marginales.³⁸

38. Si bien se realiza aquí una separación entre los protagonistas de los dos momentos mencionados, aclaramos que esta diferenciación radical se efectúa con fines de una mejor comprensión, pero que en realidad, pueden haber matices, protagonistas que se mueven entre uno y otro momento; además, incluso desde finales de los años ochenta pueden distinguirse varios otros momentos, por ejemplo, por un tiempo el protagonismo de los conflictos sociales lo

Mientras una profunda politización e ideologización junto a un espíritu de lucha reaccionaria y a la vez revolucionaria al sistema era lo que sostenía y motivaba el conflicto en los años setenta, ya desde mitades de los ochenta el problema es generado por disconformidades ante la desigualdad económica y social. Así parece ser que la fragmentación social surge, entre otras cosas, de las deterioradas condiciones de vivienda, salud, alimentación y educación.

Actualmente la crisis social no se refleja únicamente en los indicadores de salud, educación y alimentación, sino también en parámetros tales como delincuencia, corrupción y atropello a los Derechos Humanos. Con todo ello se presentan cada vez mayores signos y manifestaciones de que el sistema político y la institucionalidad del Estado tienden a perder legitimidad, en parte también por la crisis de legitimidad que experimentan los partidos políticos que cada vez representan menos los intereses ciudadanos.

El contexto de la comunicación

La coyuntura política y social del país hace que la comunicación deba atender prioritariamente a sectores que demandan carencias inmediatas; a sectores particulares que requieren de ese reconocimiento.

La presencia de conflictos sociales como la delincuencia, la inseguridad ciudadana y el hambre hace que éstas sean las prioridades a nivel de contenidos y audiencias, y que éstos sean los temas que generen debate. Asimismo las nuevas manifestaciones de protesta y la manera cómo los actores ahora aparecen en escena –menos confrontados y polarizados por la lucha– constituyen insumos importantes de la programación.

Estos aspectos serán abordados con mayor sistematicidad en los apartados siguientes de nuevas demandas, nuevos comportamientos y nuevas audiencias.

8. TRANSFORMACIÓN DE LOS ACTORES SOCIALES Y EMERGENCIA DE NUEVOS ACTORES EN EL CONTEXTO ECUATORIANO

La consolidación del Estado moderno en Ecuador, allá por la década de los años setenta, marcó una cuestión de fondo en las relaciones entre el Estado y la sociedad civil.

Un primer aspecto para el surgimiento de nuevos actores y la conformación de movimientos sociales populares es la evidente incapacidad del Estado para satisfacer las demandas de algunos sectores y la pérdida de legitimidad de éste y otras instancias formales de representación democrática.

Otro factor determinante fue su fuerte orientación centralizadora a nivel administrativo, burocrático y de recursos, lo cual genera fuertes tensiones en las relaciones con los demás estamentos sociales.

Pero la comprensión de la cuestión requiere remitirnos a la concepción misma de los actores y de los tipos de actores. Partiendo de lo que sostiene Alain Touraine,³⁹ al desenvolvemos en una sociedad asimétrica, existen dos formas de constituir la experiencia social: una en que unos sujetos tienen capacidad de subsumir a otros, donde los sujetos son agentes ciegos reproductores de roles y dominados por una voluntad ajena; y una de exterioridad,⁴⁰ donde se expresa la voluntad propia, se es consciente de esa asimetría, lo que conduce a la acción y se recupera la posibilidad de constituirse como sujetos libres y de emancipación.

Ahora bien, no se trata aquí de dos posiciones fijas, sino mutables, cuyo desplazamiento no es precisamente físico, sino más bien ontológico, es decir que nos permite estar dentro de una relación y a la vez situarnos fuera de ella.

Como partimos de que las relaciones en la sociedad son asimétricas, siempre hay un subalterno, que se configura como sujeto popular. Y se entenderá lo popular como aquello que pertenece al pueblo como sujeto, configuración que ocurre en momentos cuando se da la confluencia de todos los particulares subalternos. Sin embargo, la condición de subalternidad implica de suyo fragmentación y dispersión.

En esta asimetría que caracteriza a las relaciones sociales, la ciudadanía aparece estrechamente ligada al reconocimiento del otro. Aparece aquí la noción conflictiva del «otro» distinto de sí, que en muchos casos se traduce

39. Esta referencia fue proporcionada por Mario Unda, sociólogo, profesor universitario y miembro del Centro de Investigaciones Ciudad. Entrevista personal, mayo 1999.

40. Este término corresponde a Enrique Dussel.

en «negación del otro» por ser diferente. Esta negación se presenta en dos momentos; primero se diferencia al «otro» como distinto de sí mismo, y luego se lo desvaloriza asociándolo con lo bajo, lo ignorante, lo insignificante.⁴¹

Pareciera, sin embargo, que con la negación, la mayoría de las veces traducida en exclusión y discriminación, el campo de lo popular emerge con más fuerza.

La lucha de las izquierdas en los procesos de democratización constituyó la prioridad de los llamados movimientos sociales y movimientos populares. Pero la caída del socialismo de Europa del este y la desintegración de la Unión Soviética esta última década dejaron sin referentes ideológicos a los movimientos populares de América Latina y Ecuador. Con ello, la tendencia neoliberal surge con fuerza y debilita aun más a estos movimientos de base izquierdista, fragmenta y desestructura lo popular.

Sin embargo, ha sido tal vez la fuerza de los hechos sociales, más que la perspectiva teórica la que ha llevado a cambiar de visión en el momento de realizar los análisis. Es entonces cuando aparecen nuevas categorías como la identidad étnica, la raza, el enfoque de género, etc. que ha llevado a reflexionar a los partidos políticos que empezaron a salirse de su dimensión netamente política y a incluir además lo social y cultural, y también llevó a reflexionar a las propias organizaciones sociales que se definen en términos de cultura y ya no de clase social.

En este contexto se produce una revalorización de los movimientos sociales y populares por sobre los partidos políticos, en tanto actores protagónicos.

Tomando en cuenta la conformación, trayectoria y protagonismo en algunos casos de los movimientos sociales y populares, se hará una periodización a partir de los años sesenta.⁴²

a) Desde los años sesenta hasta principios de los setenta

En este período el pueblo aparecía fragmentado, sin constituirse en sujeto, y delegaba al sector estudiantil su representación para protestar.

Si bien las primeras luces de organización se dieron en 1919 y 1944, en la década de los años sesenta la Revolución Cubana influyó radicalmente

41. Más argumentos sobre este tema pueden encontrarse en el texto de Fernando Calderón, Martín Hopenhayn y Ernesto Ottone, *Esa esquiva modernidad, desarrollo, ciudadanía y cultura en América Latina*, Caracas, UNESCO / Nueva Sociedad, 1996.

42. Esta periodización fue establecida por Mario Unda, sociólogo, profesor universitario y miembro del Centro de Investigaciones Ciudad. Entrevista personal, mayo 1999.

en los estudiantes que participaban de algún partido o que formaban nuevos movimientos. Los estudiantes de secundaria se organizaron alrededor de la Federación de Estudiantes Secundarios del Ecuador, y se formó también la Federación de Estudiantes de la Universidad Católica.

El movimiento juvenil-estudiantil emprendió sus acciones, contrarrestando las dictaduras; se integró en los años setenta en torno al Frente Revolucionario Estudiantil, FRE, y luego, siguiendo la Teología de la Liberación, se creó el Movimiento Revolucionario de Izquierda Cristiana, MRIC.

En este período se conformaron también otros movimientos, como el campesino que pese a los intentos de unificación desde los años treinta, se consolidó en el Ecuador recién en la década de los sesenta, con la expedición de la Ley de Reforma Agraria en 1964. Así en 1965 nació la Federación Ecuatoriana de Trabajadores Agropecuarios y en 1968, la Federación Nacional de Organizaciones Campesinas, FENOC, a fin de que el sector campesino tenga un espacio de participación más amplio; a lo que sucedieron organizaciones como la Asociación de Cooperativas Agropecuarias del Ecuador, ACAE, y la Federación Nacional de Campesinos Libres del Ecuador, FENACLE.

Las reivindicaciones campesinas siempre estuvieron en torno a los temas de tierra y territorio, reconocimiento y respeto a su identidad y prácticas culturales, lengua, tradiciones y costumbres.

También las primeras expresiones de participación femenina las encontramos en esta fase, puesto que es durante la década de los sesenta, a raíz del triunfo de la Revolución Cubana, que las mujeres de izquierda lucharon contra la dictadura militar a través de la Unión Revolucionaria de Mujeres del Ecuador.

b) Desde 1970 hasta el retorno a la democracia en 1979

En la fase inicial de este período se mantuvo fuerte la acción del movimiento estudiantil, pero emergieron dos nuevos actores, el movimiento sindical y el movimiento barrial o popular urbano.

El movimiento sindical entre 1970 y 1980 cumplió un papel determinante en la dinámica de los movimientos populares en el Ecuador. Las exportaciones de esa época, dieron lugar al crecimiento de la economía y de la industria, generando también una creciente incorporación de población al trabajo urbano, con lo cual fue consolidándose la organización sindical.

En cuanto al movimiento barrial, la concentración poblacional en el Ecuador dio un giro durante la última década cuando más del 55 por ciento de la población radica en las ciudades, contrario a lo que ocurría hace solo unas décadas en que la mayor concentración de población correspondía al área ru-

ral. La creciente concentración urbana ha dado lugar a la conformación de este movimiento, aunque incipiente.

Durante este período se dio la confluencia del pueblo, es decir que apareció como sujeto en el momento en que ocurrió la «guerra de los cuatro reales» (1977), en protesta al alza del transporte urbano en 40 sucres; aparecieron diversos sectores: sindicatos de base, grupos de mujeres, cristianos, jóvenes, todos diluidos en ese carácter de pueblo.

Este período marcó la caducidad del papel de voluntario del sector estudiantil, y surgieron también otros actores sociales que más tarde alcanzaron gran trascendencia. Es el caso del movimiento indígena, que defiende el pluralismo y el consecuente derecho de cada pueblo y grupo a mantener y desarrollar su propia cultura; entre sus reivindicaciones abarcan demandas de equidad en la distribución de la tierra, y aspectos como la marginación, discriminación, territorio, derechos colectivos, etc.

También es en este período que apareció el movimiento por los Derechos Humanos. En Ecuador los organismos de Derechos Humanos nacieron a mediados de 1978, como respuesta a la masacre del ingenio azucarero Aztra, donde decenas de trabajadores que realizaban una huelga perdieron la vida tras un desalojo policial ordenado por la dictadura militar.⁴³ Así nacieron dos organismos para la defensa de los Derechos Humanos: la Comisión por la Defensa de los Derechos Humanos, CDDH, en la línea de izquierda, y la Comisión Ecuménica de Derechos Humanos, CEDHU, que nació más bien de la iniciativa de la iglesia.

Y en estos años surgieron también otros espacios de participación de la mujer dentro del movimiento obrero, campesino e indígena: La Unión de Mujeres Trabajadoras, la Unión de Organizaciones Femeninas de Pichincha, la Dirigencia de la Mujer de la Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador, y el departamento de la mujer de la Confederación de Trabajadores del Ecuador, entre otras.⁴⁴

c) Los veintidós años de democracia: 1979-2001

En estas dos décadas, es posible distinguir también momentos más cortos:

43. Eduardo Tamayo, *Movimientos sociales, la riqueza de la diversidad*, Quito, Agencia Latinoamericana de Informaciones, ALAI, 1996, p. 147.

44. *Ibíd.*, p. 213.

De 1979-1983, período caracterizado por las continuas huelgas, como protesta a las medidas de corte neoliberal emprendidas por el Estado; así también por las expectativas frustradas que generó el retorno a la democracia.

En este período, el movimiento sindical fue el que liderizó estas protestas. Durante el gobierno de Osvaldo Hurtado, el Frente Unitario de Trabajadores, FUT, ejerció fuertes presiones capaces de afectar las políticas de gobierno, pero desde 1983 empezó su decaimiento y se convirtió solo en un movimiento gremial contestatario a las políticas oficiales.⁴⁵

Apareció también el movimiento afroecuatoriano, cuyo proceso organizativo comenzó cuando surgió la Federación de Trabajadores Agrícolas del Valle del Chota, FETRAVACH. A fines de esta década un grupo de estudiantes del Chota y Esmeraldas fundó en Quito el Centro de Estudios Afroecuatorianos, dirigido al rescate cultural, la memoria colectiva y la tradición oral del pueblo negro.⁴⁶

De 1983-1990, fue un período de significativas fluctuaciones en la consolidación del pueblo como sujeto.

Ya en esta fase se empezó a contrarrestar la actividad sindical. Y en el caso ecuatoriano, Eduardo Tamayo analiza la conducta que han seguido los gobiernos de León Febres Cordero, Rodrigo Borja y Sixto Durán Ballén, que apuntaron en líneas generales a flexibilizar el campo laboral a fin de convertir al país en más atractivo para la inversión extranjera.⁴⁷ El régimen de Febres Cordero (1984-1988) intentó reformar el código del trabajo. Borja (1988-1992) declaró a los sindicatos, especialmente a los públicos, enemigos del Estado, los acusó de ser los responsables de la crisis y tipificó a la dirigencia como absorbente de los fondos del Estado.

En este mismo período surgieron la mayoría de las organizaciones no gubernamentales de mujeres, como el Centro de Promoción y Acción de la Mujer, CEPAM; el Centro de Información y Apoyo de la Mujer, CIAM; el Centro de Acción de la Mujer, CAM; el Taller de Comunicación de la Mujer; Mujeres en Democracia, etc. Estas organizaciones realizaron varios eventos para abordar la problemática de la mujer y formular propuestas, que fueron gestando el movimiento de mujeres los años siguientes.

De 1990-1997, fue una fase en que se produjo la reconstitución de los actores sociales, apareciendo ahora como los más fuertes, el movimiento indígena y el sindical de los sectores públicos.

45. *Ibíd.*, p. 40.

46. *Ibíd.*, p. 173.

47. *Ibíd.*, p. 28.

Este fue también un período de fluctuaciones y fragmentaciones. El régimen de Sixto Durán Ballén (1992-1996) impulsó una reforma constitucional para suprimir el derecho de organización y huelga de los trabajadores públicos, pero su tesis fue frontalmente rechazada en la consulta popular de noviembre de 1995. Ahí pareció evidenciarse un momento de confluencia de los particulares del pueblo y su constitución momentánea como sujeto.

También con la conformación de Pachacutik-Nuevo País, en 1996, pareció nuevamente darse la confluencia y el pueblo apareció por primera vez como sujeto político, pero esta confluencia se vio frustrada al producirse la ruptura entre los dos componentes de este movimiento.

Otro momento importante fue el de la caída del presidente Abdalá Bucaram, en 1997, que significó un nuevo momento de confluencia, posible debido al conflicto que entabló Bucaram de manera simultánea con la mayoría de los sectores de la sociedad.

De 1997-2001, entramos aquí a una etapa de nuevas fragmentaciones, cada sector actúa de manera aislada y fragmentaria, lo que se evidencia pese a intentos de articulación, como fue el movimiento que derrocó al presidente Jamil Mahuad.

En todo este contexto de más de veinte años de vida democrática puede establecerse el surgimiento de algunos nuevos actores sociales y la readequación de otros a las coyunturas. Así podríamos hacer una referencia muy concreta del estado de estos movimientos/actores sociales actualmente.⁴⁸

El *movimiento sindical* se encuentra en declive, debido a que la economía empieza a girar en torno al capital financiero y ya no a la industria; debido a la disminución de requerimiento de mano de obra, a nuevas formas de organización industrial y empresarial, y a la deslegitimación del sector sindical por los gobiernos de turno.

El *movimiento indígena* aparece con mayor protagonismo a partir del levantamiento de 1990, en el que pedía la resolución al conflicto de tierras y el Estado plurinacional. Así los indígenas, que hasta entonces solo habían sido considerados elementos del folclore, asumieron protagonismo social.

No duró mucho este protagonismo, y hoy experimentan una fuerte decadencia, a partir de su participación en el derrocamiento de Mahuad el 21 de enero de 2000, y que se visualiza en la fragmentación interna del movimiento.

El *movimiento campesino*, por mucho tiempo opacado por el movimiento indígena, por fin logró desvincularse y establecer claramente que se

48. Estos argumentos fueron enriquecidos con el aporte de Mario Unda, sociólogo, profesor universitario y miembro del Centro de Investigaciones Ciudad. Entrevista personal, mayo 1999.

trata de dos actores distintos, sin embargo en el momento de rearticularse no logró mucho éxito. El eje de lucha del movimiento campesino fue por mucho tiempo el derecho a tierra y territorio, en las dos últimas décadas el interés se centró más bien en el crédito, la infraestructura, los servicios y la producción.

El *movimiento poblacional*, experimenta una fragmentación. Mucho se identifica a los movimientos barriales con los llamados movimientos poblacionales. Lo cierto es que un movimiento poblacional como tal aún no se ha conformado. Más bien puede hablarse de movilizaciones barriales, luchas locales, que se han dado por causas que tienen que ver principalmente con la ejecución de obras, lucha contra el centralismo y contra políticas económicas del gobierno. La organización barrial se encuentra atravesando una crisis, quizás debido a que la inmediatez y urgencia de los problemas hace que la gente se preocupe más por su supervivencia inmediata y no tanto así por una causa colectiva.

Respecto al *movimiento ambientalista*, pese a la existencia de cada vez más instituciones e instancias de gobierno y no gubernamentales para la protección de la naturaleza y medio ambiente, entre ellas el Comité Ecuatoriano para la Defensa del Medio Ambiente y la Naturaleza, CEDEMA, instancia que agrupa a las demás organizaciones ambientalistas del Ecuador, no puede decirse que el llamado movimiento ambientalista o ecologista constituya un movimiento propiamente dicho; se presenta más bien como una serie de movilizaciones institucionales puntuales, de acción para la defensa de la naturaleza.

El *movimiento de los Derechos Humanos* pasa por un momento de franca consolidación. Durante los últimos años han aparecido nuevos organismos de Derechos Humanos que han diversificado y especializado sus campos de acción, en documentación, problemas jurídicos, denuncias, refugiados y atención psicológica a víctimas de violación de estos derechos. Así por ejemplo tenemos a la Asamblea Permanente por los Derechos Humanos y el Instituto Regional de Derechos Humanos; existen también otras organizaciones que, sin llamarse de derechos humanos, trabajan en ello.

Del *movimiento juvenil* existen esbozos, pues tiende más a su fragmentación. Si hasta los años setenta la tónica de estas organizaciones fue reaccionaria y subversiva contra la dictadura, actualmente, y una vez recuperada la democracia, el movimiento juvenil carece de referentes ideológicos que guíen sus acciones. Con ello, el eje político se ha debilitado y ahora los jóvenes se reúnen en torno a nuevos espacios (el barrio o los medios de comunicación) y las actividades que estos espacios propician.

El *movimiento de mujeres* también sufre una fragmentación, pues se divide en aquellos grupos de clase media y otros de clase popular. Instancias como la Comisión Parlamentaria de los asuntos de la mujer, el niño y la fami-

lia; la Unidad de Planificación de la Mujer del Consejo Nacional de Desarrollo, CONADE; y la Coordinadora Política Nacional de Mujeres, representan a grupos de clase media que generan discusión sobre el tema mujer y han conseguido introducir algunas propuestas de reformas sobre todo en el ámbito legal. Paralelamente también existen organizaciones de mujeres populares que se orientan más bien a mejorar su economía a través de proyectos productivos. Estas dos instancias no han logrado articularse claramente.

Nuevas demandas

El surgimiento de nuevos actores sociales y su presencia en las instituciones y medios de comunicación sin duda ha dado lugar a que ciertas demandas de estos sectores se manifiesten explícitamente. Se reclama en primera instancia un modelo distinto al actual que solo apunta a la modernización, a la privatización, al pago de la deuda externa, la apertura a los mercados y a la inversión extranjera.

En el debate actual aparece lo cultural como eje y factor indispensable para comprender los cambios en demandas y comportamientos. Así como la cultura ahora se convierte en eje de confrontaciones, más que el aspecto económico o ideológico, también la cultura se constituye ahora en dimensión central desde la cual se van a manifestar nuevas demandas.

A partir de la reorientación de la comunicación popular, que redefina lo popular e integra a nuevos sectores y actores, aparecen como nuevas demandas el tema de los derechos del niño y de la mujer, precisamente porque éstos dos ahora se consideran como actores y audiencias importantes dentro de la vida social. El tema de derechos de los jóvenes aparece como demanda pero con menor fuerza puesto que aún existen resistencias a ver en los jóvenes un grupo vulnerable. También se evidencia como demanda la voluntad de integración de estos sectores a la institucionalidad del Estado.

Y desde otra dimensión, el debilitamiento de lo nacional y de las fronteras geográficas demanda la necesidad de tomar en cuenta a las nacionalidades culturales y la consolidación de nuevas identidades. Se empieza a reclamar también el reconocimiento, presencia y acción de ese «otro» diferente, puesto que existe resistencia a aceptar positivamente la verticalidad de una sola cultura.

El contexto de la comunicación

La percepción institucional de que lo cotidiano es lo que interesa a la gente, y ya no así una causa política o ideológica, ha conducido a varias reflexiones sobre la práctica comunicativa.

Ahora se percibe a un ciudadano que busca espacios para gozar, compartir, encontrarse con otras personas de diferentes lugares pero con intereses o afinidades comunes, y los medios de comunicación tienen posibilidades de cubrir estas expectativas. Se asume que la gente expresa demandas diversas en momentos también diversos; quiere rock pero también información; combina gustos con intereses.

Las demandas no solo tienen que ver con reivindicaciones políticas o económicas, sino también culturales, reconocimiento de espacios de acción y participación.

Nuevos comportamientos

Si surgen nuevos actores y nuevos públicos, también nuevos comportamientos se manifiestan a partir de ello. La presencia en espectáculos públicos y espacios de socialización es desplazada por los medios de comunicación, que ofrecen nuevos referentes e inciden en nuevas prácticas.

No puede aquí hablarse radicalmente de una reducción absoluta, o del desplazamiento de unos comportamientos o prácticas a otros, sino de fusiones en y entre ellos. En todo y en cualquier grupo de América Latina hay una síntesis de lo viejo y lo nuevo; ni lo viejo se queda relegado a pieza de museo, ni lo nuevo es rechazado por foráneo.⁴⁹

Hay que referir también que las nuevas demandas y las nuevas audiencias y actores por su carácter de «nuevos» no establecen una ruptura clara, completa y definitiva con sus rasgos y referentes anteriores. Por el contrario, hay que reconocer que las rupturas vienen acompañadas por continuidades del pasado, con «residuos» que resisten obstinadamente; rupturas y residuos se desplazan en el eje de las simultaneidades, dando forma así a una realidad cuyo sentido general se sintetiza en la idea de diversificación y diferenciación creciente de identidades, relaciones, fenómenos, procesos y formas de vida.⁵⁰

Pese a las tensiones en algunos ámbitos, empieza ya a manifestarse un nuevo comportamiento que implica romper la oposición entre tradición y progreso, entre culto y bajo, así como entre objetividad y subjetividad en busca de sus complementariedades e interacciones.

En nuestro contexto inmediato podría visualizarse comportamientos menos politizados. Los ciudadanos y principalmente los jóvenes ahora tienen

49. Xavier Albó, «Nuestra identidad a partir del pluralismo en la base», en *Imágenes desconocidas, la modernidad en la encrucijada posmoderna*, op. cit., p. 38.

50. Benjamín Arditi, «Expansividad de lo social, recodificación de lo público», en *Imágenes desconocidas, la modernidad en la encrucijada posmoderna*, op. cit., p. 162.

menos interés en las luchas por posturas ideológicas; les interesa más el tiempo libre, lo afectivo, la recreación, y ven en los medios de comunicación ya no instrumentos ideologizantes o de lucha, sino instrumentos de distensión, de goce y de encuentro con las experiencias más diversas.

Aún continúa presente un comportamiento que, con matices y causas diferentes, perdura todavía en el más intercultural de los contextos sociales, y es el de la negación del otro, diferente de sí mismo. Esta negación la mayoría de las veces se traduce en exclusión y discriminación, de ahí que si bien es el carácter intercultural el que prima, las diferencias generalmente están determinadas por desigualdades, que a su vez generan permanentes tensiones.

Por otro lado, también se expresan nuevas manifestaciones de rechazo a las tendencias disolventes de lo tradicional, por ello, la fiesta, el ritual de la muerte, el culto al demonio o a los santos, las prácticas agrícolas tradicionales, pero ya en un terreno híbrido, generalmente urbano, constituyen manifestaciones que se resisten al cambio.

Asimismo, ahora el ciudadano tiene que enfrentarse al consumo de nuevos códigos y a su decodificación, a nuevas sensibilidades, nuevos conflictos humanos y nuevos valores, que en realidad no son nuevos sino híbridos. Ello implica que deba reordenar su universo, deba recrearlo y/o adaptarlo a esta nueva realidad.

El contexto de la comunicación

La comunicación popular comenzó a percibir estos nuevos comportamientos en sectores, ahora definidos más por lo cultural y menos por lo político clasista.

Existe mayor participación ciudadana; la gente expresa más libremente lo que piensa y siente y ante esta realidad los medios aparecen, en muchos casos, como una tribuna, donde tanto desde la programación como desde las audiencias confluyen diversos.

Otro comportamiento manifiesto es que la gente se desenvuelve en una dinámica compleja donde cruzan una serie de factores sociales y culturales, por tanto sus respuestas son impredecibles. Esta realidad comienza a ser asumida seriamente por la comunicación popular y los medios masivos, que se reconocen a sí mismos como espacios de intermediación y no así de manipulación ideológica; el receptor es activo y además selectivo.

Nuevas audiencias

La emergencia de nuevos actores sociales, nuevas expectativas y nuevos comportamientos de los actores existentes han configurado nuevas audiencias de los medios de comunicación.

Aquella por mucho tiempo denominada «audiencia general» o en algunos casos solo dividida desde una perspectiva de clase o de dualidad campo-ciudad, ahora se ve fragmentada por entradas culturales y sociológicas, marcadas por nuevas formas de identidad.

Así, al incorporarse masivamente a la población económicamente activa sectores como las mujeres y los niños, al incrementarse el desempleo, el subempleo y las migraciones, se configuran nuevas culturas urbanas y suburbanas, y ante todo nuevas culturas consumidoras y cómplices de los medios de comunicación.

Se segmentan las audiencias, las mismas que ya no conforman ese cuerpo homogéneo de antes, incluso el consumo se personaliza. Entonces como nuevas audiencias aparecen por ejemplo las denominadas «tribus», que viven y conviven con el entorno afectado por lo global.

El contexto de la comunicación frente a nuevas audiencias y sujetos

La comunicación tuvo que asumir como nuevas audiencias a estos nuevos actores (nuevos en el sentido que recién aparecen en escena pública), inmersos en el más amplio contexto de lo diverso, con demandas y comportamientos también diversos.

La visión institucional y las prácticas de comunicación popular empezaron a superar la polarización de sus audiencias como dominados frente a subordinados, o campesinos frente a ciudadanos, planteando más bien un abanico de particularidades en sus audiencias y por tanto intentando llegar con un abanico de ofertas a todas ellas.

9. LOS ANTIGUOS ACTORES DE LO POPULAR

Solo podríamos referirnos a los antiguos actores de lo popular en tanto éstos fluctúen en su movilidad entre el espacio de lo popular y aquel que no lo es.

Lo que ha sido reordenado y replanteado es fundamentalmente el enfoque para abordarlos e incorporarlos a las prácticas de comunicación y lo que se ha superado es la limitación en las percepciones de los actores y de lo popular, en el sentido en que antes las puertas de lo popular solo permitían la entrada de algunos sectores, mientras que ahora permite el ingreso de otros más.

Así, antiguos actores de lo popular son los pobres, proletarios y campesinos, los cuales sin dejar de pertenecer al ámbito denominado «popular», además incorporan ahora a las mujeres, los niños, los jóvenes, los trabajadores informales, los trabajadores de servicios, que, perteneciendo a las más diversas matrices culturales, comparten objetivos e intereses por una vida más digna y que a la vez proponen un proyecto con valores o búsqueda de valores comunes.

Lo fundamental para esta argumentación de que quedan antiguos actores de lo popular y surgen nuevos, es la entrada o el enfoque desde donde se perciben los hechos. Ya no es la clase ni la ideología las que constituyen el eje de comprensión de lo popular, sino la cultura y los aspectos sociales los que ahora se incorporan. Como expresa Frank Priess, «antes se era de izquierda o de derecha, ahora se es ecologista, defensor de los derechos humanos, militante de juntas vecinales y locales, punkero, raperero, new age, o simplemente un desencantado».⁵¹

El contexto de la comunicación en el escenario de los antiguos y nuevos actores sociales

Más que la diferenciación entre nuevos y antiguos actores, la comunicación popular visualiza la traslación de actores a los escenarios de participación, lo que hace aparecer a algunos como nuevos, aunque en realidad sí existían pero, por así decirlo, fuera de escena.

También se manifiesta una traslación de los actores rurales a urbanos y de ciudadanos políticos a ciudadanos consumidores. Sin duda, estos fueron nuevos retos que la comunicación, y particularmente la comunicación popular, debía afrontar superando así la idea limitada que se tenía acerca de lo popular, e incorporando a estos «nuevos» actores tanto en su oferta de programación, como en la caracterización de sus audiencias; considerando que estos dos aspectos van entrelazados en la práctica comunicativa, y que la oferta se estructura en función a los perfiles de audiencia, la misma que a la vez ofrece insumos a la programación para estructurar su oferta.

51. Frank Priess, «La comunicación frente a la expansión de los mercados», en revista *Diálogos de la comunicación*, No. 48, Lima, Felafacs, 1997, p. 23.

CAPÍTULO V

Un caso particular: el Centro de Educación Popular, CEDEP¹

Una de las instituciones que de manera más idónea ha dado este salto cualitativo en la percepción y práctica de la comunicación popular, desde sus antiguas concepciones y roles hasta instalarla en la dimensión de las mediaciones sociales y culturales, es el Centro de Educación Popular, CEDEP.

De ahí que intento introducirme en un breve análisis de cómo la institución experimentó estos cambios, y a partir de ello, intentaré articular una definición de la nueva concepción y práctica de la comunicación popular en las instituciones del Ecuador.

La elección de esta institución sin duda es arbitraria, pero al mismo tiempo obedece a que es una de las que con mayor eficacia experimentó los saltos cualitativos (ruptura de paradigmas conceptuales y lectura de nuevas demandas y comportamientos de los actores sociales), que le llevaron a una redefinición de su concepción y práctica de la comunicación popular. El CEDEP sin duda constituye un referente para otras instituciones de comunicación popular en el Ecuador, por ser de las que con mayor eficacia pudo traducir estas lecturas a su quehacer profesional. Cabe sin duda aclarar que el análisis institucional del CEDEP, en muchos de los casos, se limita hasta 1999.

1. EL CENTRO DE EDUCACIÓN POPULAR: SU ORIGEN, SUS PLANTEAMIENTOS Y SU CONTEXTO

El Centro de Educación Popular, CEDEP, empezó a trabajar en 1972, aún de manera no institucionalizada. En este contexto el grupo de trabajo compartía muchas experiencias con el Centro Andino de Acción Popular, CAAP, con cuyos miembros además compartían una tendencia ideológica y la

1. Muchos de los datos y argumentos expuestos aquí fueron obtenidos gracias al testimonio de Luis Dávila, Diego Landázuri y Ataulfo Tobar, mientras desempeñaban sus actividades en el CEDEP, y a quienes agradezco profundamente.

pertenencia a una matriz sindical, entonces muy sólida: la CEDOC y la FENOC, ahora FENOCIN.

Cuando en 1978 el grupo de trabajo se distanció del CAAP, que había abandonado la matriz sindical, se pensó en la institucionalización y se creó formalmente dos organizaciones, el Centro de Educación Popular, CEDEP, con la misión de trabajar en educación en áreas rurales y el Centro de Estudios y Difusión Social, CEDIS, que tenía a su cargo la investigación específicamente en el campo académico. Ambas organizaciones tenían objetivos e intereses comunes, formas de trabajo similares y las mismas personas formaban parte de una y de otra; era en realidad una sola institución con dos razones y dos nombres.

A partir de entonces la institución empezó a trabajar, principalmente en el área de educación y capacitación, en un contexto marcado por el auge del movimiento sindical y campesino, y en un intento de responder a los intereses inmediatos de estos sectores. Así la capacitación tenía como uno de sus ejes de trabajo fundamentales a la Reforma Agraria. Aunque en estas actividades se confundía la acción política, sindical y de desarrollo, era parte de una revolución y una transformación. Dentro de esta perspectiva se privilegió el trabajo «micro», con causas muy puntuales y a la vez aisladas.

El trabajo del CEDEP/CEDIS se desarrolló en principio como el de una organización no gubernamental dedicada a la ejecución de proyectos de desarrollo social en comunidades y con organizaciones populares, principalmente en el área rural, como en el Valle del Chota y algunas regiones de la provincia Cotopaxi.

La actividad de la institución entre 1978 y 1983 se orientó principalmente a la educación popular, a través de talleres de «concientización», cursos sobre la realidad nacional, y la producción y difusión de algunos materiales impresos, entre los que se destaca el boletín semanal *Punto de Vista*, que se imprimía bajo responsabilidad legal del CEDIS y contemplaba información social, política y económica.

Todo el trabajo intentaba asumir la propuesta de educación liberadora de Paulo Freire, que en el momento se presentó como innovadora y se enmarcaba dentro del esquema dominación/subordinación.

A ello contribuía el contexto social y político que caracterizaba al país, cuando la cuestión radical de clase parecía ser la entrada al análisis de todo proceso social y la fórmula de interpretación más válida; cuando estaban muy vigentes los planteamientos de los obispos reunidos en Puebla y en Medellín, donde plantearon como prioridad la opción por los pobres, cuando la guerrilla en Centroamérica alcanzaba mayor auge, así como la organización sindical y las tendencias izquierdistas en todo el territorio de América Latina.

Lo popular no era otra cosa que un proyecto político que pretendía mover estructuras y consolidar estados distintos, de modo que la comunicación y los medios de comunicación definidos como populares se adscribían, reconociéndolo o no, a un proyecto socialista.

Por mucho tiempo se concibió, dentro de la institución, a la comunicación como un componente dentro de un gran proyecto, por ejemplo, dentro de los proyectos de cultivo o capacitación agrícola, construcción de casas comunales, del proyecto educativo para evitar la migración, proyectos de diagnósticos participativos, etc. La comunicación era entonces un componente que cruzaba de manera transversal cada uno de los proyectos, pero no constituía un componente en sí mismo.

Uno de los factores decisivos para que el CEDEP asumiera la comunicación masiva dentro de su práctica comunicativa fue el hecho de que sus miembros comenzaron a ser críticos de sí mismos, ante la evidencia de que los proyectos de educación popular no daban los resultados esperados, al menos no en cuanto a contribuir a la creación de una «conciencia ciudadana». Ejemplo de ello fue el trabajo realizado en el Valle del Chota, cuando luego de las elecciones que dieron el triunfo a León Febres Cordero (1984), los pobladores celebraron esa victoria, pese al trabajo de información, orientación y supuesta «concientización» que el CEDEP realizó en el Chota contra la candidatura de Febres Cordero, que por supuesto contradecía los objetivos de la lucha popular. Asimismo, quienes tuvieron en sus manos la responsabilidad de elaborar el boletín, se involucraron en la comunicación y se dieron cuenta de las potencialidades de la comunicación masiva y que para alcanzar efectividad, ésta no podía mantenerse limitada únicamente a prácticas interpersonales, familiares, de corto alcance y con tecnología artesanal.

El CEDEP inició su trabajo en comunicación masiva el año 1984, experiencia que hasta entonces no se había desarrollado en el Ecuador; así el boletín impreso se convirtió en boletín radial y luego se incursionó en el terreno del vídeo. La institución empezó a producir radio en una cabina, cuyas series, cuñas y dramas, se difundían en 40 emisoras del país.

Todo este trabajo, sin embargo, no abandonó la línea de lucha política y de clase; pero esta lucha no pudo crear nuevas condiciones para resolver los problemas nacionales. Recién desde mitad de la década de los años ochenta disminuyó la radicalidad del planteamiento político y clasista, así como la orientación eminentemente rural del trabajo del CEDEP/CEDIS. Cabe aclarar que ésta fue la tendencia con la que se gestó la institución y en la que se mantuvo casi siempre.

De manera paulatina, el trabajo empezó a experimentar un giro, y surgieron divergencias en primera instancia de concepción, entre quienes se mantenían en una línea radical y quienes abogaban por el cambio, la flexibi-

lidad, y la apertura; también se manifestaron divergencias por liderazgos y por intereses económicos. Ello dio lugar a que los miembros definieran que el CEDEP funcione como institución independiente del CEDIS y viceversa.

El CEDEP continuó trabajando con menos énfasis en la cuestión política y de clase y orientó su trabajo exclusivamente a la producción en las áreas de radio y vídeo, dejando de lado la capacitación y las publicaciones impresas.

Con el éxito alcanzado en las producciones radiales y ante el evidente poco éxito del trabajo «micro», el CEDEP empezó a reflexionar acerca de las potencialidades de este medio de comunicación y de su carácter masivo. Así el sueño de crear una emisora propia, el cual se consolidaría recién en 1996, empezó a principios de los noventa.

Se comenzó también a considerar que la comunicación popular debía salir de la marginalidad técnica y geográfica, que el medio urbano también podía identificarse con lo popular, porque lo popular se desvinculaba ya de lo estrictamente rural, más aún en un contexto en que las ciudades empezaron a requerir más mano de obra, se produjeron masivas migraciones y la población del Ecuador tendía cada vez más a concentrarse en las ciudades.

A ello se sumó que, fruto de un largo proceso de reflexiones y de crítica a realidad, el CEDEP se separó del modelo sindical, político, institucional, y de la matriz campesina: la CEDOC y la FENOCIN, y ello también contribuyó a la reorientación de su concepción y práctica acerca de la comunicación popular.

2. ÁREAS DE ACCIÓN Y PRÁCTICA COMUNICATIVA DEL CEDEP

Son tres las áreas de trabajo que ha definido el Centro de Educación Popular:

Producción radiofónica, que es el área más grande, puesto que entre 1983 y 1996 el CEDEP se especializó en producir con gran ventaja por tratarse de algo inédito en Ecuador.

La producción es un componente importante de ingresos hasta hoy. La Oficina de las Naciones Unidas para la Infancia, UNICEF, y el Instituto Nacional del Niño y la Familia, INNFA, entre otras instituciones, mantuvieron contactos, algunas hasta ahora, con el trabajo del CEDEP, que en todos estos proyectos participó con la parte creativa y tecnológica de la comunicación

masiva, mientras que los objetivos y las temáticas corresponden a las instituciones con las cuales se establecen los convenios.

La producción radiofónica ha experimentado cambios cualitativos importantes. Comenzó con un visible componente ideológico y de denuncia que se aprecia en los contenidos y en los elementos formales. Dentro de esta característica se encuentran la producción de un documental sobre la masacre en el ingenio Aztra, las series «Derechos negados», «María en el país de todo el día» y «La vida de Esperanza Jimbo», que denuncian la violación a los derechos; también referimos a los microprogramas «Deuda externa», «Los males de sociedad mala pinta», o «Trapiche» (musical), cuyas denuncias se refieren más bien al aspecto político.

Luego la producción explotó más aquellos recursos que llegan a la cotidianidad, la sensibilidad y el goce. Se adaptaron obras literarias al lenguaje radiofónico, como por ejemplo «Cuando llueven las palabras», «Encrucijada» y «Corazones cautivos». El noticiero «La Clave» ya no tiene un tinte ideológico o revolucionario, recurre a la creatividad y aborda los temas que más pueden afectar a la ciudadanía; también se aborda la discriminación de la mujer, pero desde una visión real y capaz de generar debate.

Producción en vídeo, es el área que se orienta a producir documentales para otras instituciones gubernamentales y no gubernamentales que no cuentan con tecnología apropiada para ello.

Esta área también ha experimentado cambios en su actividad. En un principio se aprecia que el eje era el matiz político-ideológico, lo cual se expresa por ejemplo en el documental sobre la masacre de Aztra, los cortos de sátiras políticas, el documental sobre el levantamiento indígena de 1990, que aún fue concebido desde una lucha frontal contra un régimen. Posteriormente, se abordaron similares temas, pero con un tratamiento y enfoque diferentes; los personajes aparecen libres de opresión, el lenguaje no necesariamente es elemental, los temas son abordados desde la cotidianidad del ciudadano y se incorporan aspectos como el humor, la estética y el gusto.

Radio La Luna, es otra de las áreas de acción del CEDEP. Ésta nació como radio comercial en 1996 y subsiste de los auspicios publicitarios.

Su principal programa es el noticiero «La Clave», que ocupa el tercer lugar en sintonía en la ciudad de Quito, entre 45 FMs y 40 AMs. Este noticiero constituye un espacio donde se da apertura a la agenda pública, puesto que da cabida a temas como mujer, ecología, Derechos Humanos y otros que normalmente no abordan todas las radioemisoras.

La cuestión de género fue incorporada a la programación de la radio actualmente, ya que por mucho tiempo esta dimensión estuvo olvidada, pese

a que el CEDEP se mantuvo ligado a la actividad del CEPAM (Centro de Educación y Promoción para la Acción de la Mujer). Esta perspectiva cruza principalmente los programas de opinión e informativos. Hasta hace dos años existía un programa denominado «En escena», en el cual todos los martes se abordaba el tema de violencia contra la mujer y temas de ciudadanía. Asimismo se emitía el programa «Hablemos de leyes», y otro en que eran las mujeres quienes relataban y comentaban partidos de fútbol.

3. LA RADIO EN EL CEDEP: ESPECIFICIDAD DEL MEDIO

Radio La Luna nació el 18 de septiembre de 1996 luego de una larga trayectoria del CEDEP en producción radiofónica, y en un momento en que los presupuestos para proyectos de comunicación de parte de organismos de financiamiento internacional se vieron recortados; CEBEMO había salido del país, al igual que CCFD de París y «Pan para el Mundo» se retiraron o disminuyeron significativamente su actividad en Ecuador.

Bilance, organismo holandés de financiamiento internacional, al retirarse del Ecuador dio al CEDEP una última oportunidad de apoyo, solicitando al Centro un proyecto de comunicación rentable, no solo autofinanciable; y es de esta manera que el CEDEP desarrolló un proyecto de radio comercial para clase media. Esta opción no implica desviarse de una comunicación democrática.

Si bien la principal fortaleza de la emisora fue desde un principio la línea informativa, también se dedicó a la producción de radionovelas, a la adaptación de literatura a formatos radiofónicos, y se dio especial cabida a géneros musicales diversos, pensando en la pluralidad de audiencias.

La Luna está afiliada a la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER, y transmite mediante el satélite de esta institución; también estuvo ligada a la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, AMARC, hasta hace pocos años atrás.

La actividad de La Luna pasó por un momento de crisis hasta 1999. La adquisición de la frecuencia se efectuó a un particular, habiendo éste adquirido por concesiones ilegales. Este procedimiento, que no estaba transparente, casi ocasiona a la emisora la pérdida de su frecuencia. Por otro lado, la licencia de la emisora fue en un principio «pública», lo cual impedía que perciba recursos por publicidad. Recién en mayo de 1999, se le otorgó la licencia comercial, que permitió el pase de publicidad para el sustento de la radio.

El carácter comercial de la emisora tiene relación únicamente con la publicidad; ello no ha impedido que la radio se desenvuelva inspirada en la ética y que el carácter plural y democrático estén presentes siempre y en toda la programación.

Financiamiento

Hasta 1995, el CEDEP contaba con un 75 por ciento de subsidio y un 25 por ciento de recursos por ingresos propios (significativo para ser organismo no gubernamental). Hoy en día sucede exactamente a la inversa; se cuenta con el 75 por ciento de recursos propios y un 25 por ciento de subsidio. La dinámica institucional del CEDEP respecto a lo económico también experimentó un giro.

Actualmente el financiamiento del CEDEP procede de la publicidad de La Luna y de la producción radiofónica y de vídeo por convenios institucionales. Organismos internacionales, principalmente la cooperación holandesa han estado siempre vinculados al CEDEP, participando con financiamiento para proyectos diversos, como por ejemplo en el ámbito de ecología.

De este modo, la permanencia institucional está prácticamente garantizada, incluso en caso de perder el 25 por ciento de subsidio, el cual se destina principalmente a proyectos difíciles de financiar, como el de ecología.

La programación

La Luna, emisora de 5 kilovatios de potencia y que llega a las provincias de Imbabura, Pichincha y Cotopaxi, tiene una programación variada en el intento de llegar a la pluralidad de audiencias. Produce más de 30 programas diferentes, lo que la ha ubicado en el primer lugar en el rating de sintonía de la clasificación jefes de familia de clase alta.

De lunes a viernes la programación de la emisora cuenta con la principal producción, el informativo «La Clave», que se emite en tres horarios: de 6h30 a 9h00, de 12h30 a 13h30 y de 18h30 a 19h00. Existen también programas musicales sobre diferentes géneros, rock, salsa, jazz, clásica, música afrolatina, música cubana; un programa ambiental; programas de opinión sobre temas de coyuntura; e incluso programas sobre temas insólitos.

También hasta hace poco, han estado presentes programas sobre identidad, que abordaban temas de historia, y turísticos; una producción sobre temas jurídicos; un programa auspiciado por la embajada de Francia que emitía música francófona y europea. También la programación de la radio tomó en cuenta las preferencias y gustos de la tercera edad, visualizando como audiencia a este sector.

La programación ha dado un giro ya que ahora considera a multiplicidad de audiencias, mejor definidas como «nuevas audiencias». Los jóvenes se constituyen en un sector importante dentro de la ciudadanía y también como audiencia de la radio. Se entiende también al joven motivado ahora por nuevos intereses y cuya identidad se define por nuevos referentes, así brindarle un programa de rock pesado, por ejemplo, resulta propiciar un nuevo espacio –desterritorializado– en que el joven configura o reconfigura su identidad, sus gustos, sus pasiones, etc.

Ofrecer un programa para la tercera edad deja ver cómo este sector de la sociedad se constituye en sujeto y audiencia para la emisora y cómo únicamente integrándolo como tal es un aporte a la democracia.

Contemplar programas de música jazz o clásica, que en otros contextos puede interpretarse como elitista, es una manera de superar la concepción limitada de lo popular, en la que entran solo los pobres y subordinados, e implica abordar lo popular desde una dimensión cultural donde el gusto juega un papel importante. Es superar también la oposición radical entre lo culto y lo vulgar, entre una supuesta alta cultura y una baja. Así como la difusión de música de todos los géneros y de todas partes implica dar prioridad al gusto, entonces también a la subjetividad y cotidianidad del ser humano.

Incorporar un programa jurídico tiene que ver con el abordaje de los derechos y obligaciones. Ahí la perspectiva de ciudadanía es muy trabajada. Las leyes son difundidas, discutidas y aclaradas para todos, tomando en cuenta la pluralidad de sujetos.

Con todo ello nos encontramos ante una nueva dinámica de radioemisora, fruto de la reorientación institucional del CEDEP, que de una radicalidad casi absoluta en sus planteamientos ahora tiene una nueva concepción de lo popular y de la comunicación desde esta perspectiva. Así al redefinir su concepción, el CEDEP ha redefinido también su práctica comunicativa.

La tecnología

El Centro cuenta con tecnología digital de punta, sobre todo para producción en radio se utiliza un sistema pro tools 4.0. Se estima que la inversión en tecnología alcanza aproximadamente USD 270 000.

La radio cuenta con una antena satelital, por la cual se baja las señales de radio Francia, de la BBC de Londres, la Deustch Welle y otras emisoras internacionales.

En vídeo, se mantiene la tecnología betacam, pero con la perspectiva de en el futuro pasar a la digital.

Con esto se evidencia que el CEDEP ha adoptado en sus políticas la utilización de tecnologías de comunicación como una de sus prioridades,

comprendiendo que la eficacia comunicativa está en gran medida determinada por ellas y que una comunicación plural, democrática y ciudadana para ser eficaz no puede permanecer en la marginalidad tecnológica.

4. EL NUEVO CARÁCTER DE LO POPULAR EN EL CEDEP

Con la aclaración de que el único ámbito de análisis será ahora emisora La Luna, puesto que la producción independiente en radio y video no siempre responde a la línea propia de la institución, podríamos decir que el CEDEP ha dado un giro fundamental en la concepción y práctica de la comunicación popular, redefiniendo esta noción.

A la radicalidad de sus planteamientos ideológicos y clasistas, sucedieron hechos y lecciones que condujeron a un largo proceso de reflexión a los miembros del CEDEP, quienes en un momento cuestionaron los frutos conseguidos en más de una década de trabajo, esfuerzos y recursos invertidos y temieron también la posibilidad de una década más de inversión sin resultados.

El nuevo carácter de lo popular, desde el CEDEP, implica la búsqueda de espacios que permitan ampliar la democracia. El objetivo ya no es el cambio del sistema, sino la equidad y la democracia como fin. La radio entra así a abordar temas como derechos y obligaciones ciudadanas, género, jóvenes, etc., cuestiones que trascienden la concepción de clase y tienen más bien que ver con la consolidación de la ciudadanía.

Lo que se busca es establecer un espacio de intermediación entre los ciudadanos y las autoridades locales; asimismo las reivindicaciones sociales de grupos y sectores como mujeres, indígenas y jóvenes son siempre apoyadas por La Luna, porque su atención tiene que ver con la construcción de la ciudadanía; es el ciudadano el que interesa, como tal y como ser humano, capaz de crear condiciones favorables para mejorar su calidad de vida y vivir dignamente.

Finalmente, el carácter de popular en la emisora se manifiesta en la pluralidad de actores sociales que participan en tres niveles: como audiencia, como sujeto de las temáticas y programas tratados, y como participantes directos de los programas (invitados la mayoría de las veces).

5. LOS CONCEPTOS DE PLURALIDAD Y DEMOCRACIA

El CEDEP entiende la pluralidad como aquel sitio donde confluyen todas las voces, donde se debate y discute las ideas, y considera que su programación se inscribe en esta línea, pese a los cuestionamientos de algunas instituciones que mantienen la concepción de que la pluralidad es dar espacio únicamente a los sectores necesitados y no a todos los sectores.

La programación de la radio se caracteriza por no editorializar; es el público quien lo hace, y la radio asume un rol movilizador. La emisora más bien genera debate y las condiciones para que se planteen propuestas o soluciones.

Tres momentos clave donde el carácter de pluralidad de la radio y su acción en favor de la democracia salieron a la luz fueron los sucesos del 5 de febrero de 1997, cuando cayó el presidente Abdalá Bucaram; el 26 de octubre de 1998 cuando se firmó el tratado de paz entre Ecuador y Perú; y el 21 de enero de 2000, cuando ocurrió el derrocamiento del presidente Jamil Mahuad.

En los sucesos del 5 de febrero de 1997 la emisora contextualizó a la población acerca de la situación y le acompañó en el proceso de ir configurando esa opinión pública u opinión ciudadana, que para algunos tuvo una connotación regionalista, para otros la razón era moral; hay para quienes el motivo obedecía más bien a concepciones de estética, y para otros significaba la condena a la violencia contra la mujer ejercida por alguno(s) de los ministros de Estado. Cualquiera de estas razones, para algunos todas ellas, motivaron una acción que no puede definirse de otra manera que como ciudadana, en la cual La Luna estuvo presente en medio de todas esas confluencias.

En los momentos que precedieron a la firma del acuerdo de paz entre Ecuador y Perú, la emisora detectó en principio un fuerte rechazo. Creó debate, contextualizó, animó el tema, creando opinión pública, y semanas más tarde se evidenció que las condiciones estaban dadas, pues la ciudadanía estaba a favor de la firma del acuerdo.

El 21 de enero de 2000, cuando el movimiento indígena y un grupo de militares se aliaron para derrocar al entonces presidente Jamil Mahuad, La Luna también acompañó esos acontecimientos, desde la más amplia pluralidad y una actitud ciudadana que intentó reunir las diversas percepciones ciudadanas sobre lo que acontecía en aquel levantamiento.

Dentro de su concepción democrática, radio La Luna pretende contribuir a la ampliación de la democracia, orientando su labor a fortalecer el concepto y ejercicio de la ciudadanía, y asumiendo la pluralidad y la tolerancia.

No se trata de una campaña explícita, sino de una línea que cruza toda la programación.

6. UNA LECTURA A LAS NUEVAS DEMANDAS DE LOS ACTORES SOCIALES

Las demandas de los actores sociales que hoy aparecen en escena de la sociedad y de los medios masivos se manifiestan en el pedido, explícito o no, de atender a necesidades sociales; en primera instancia, condiciones de pobreza, servicios, protección ciudadana contra la delincuencia, etc. y, en segunda instancia, demandan la atención a aspectos culturales que involucran la cotidianidad del individuo. Estas nuevas demandas se manifiestan puesto que el eje que ahora moviliza a los sujetos no es tanto la tendencia política –al menos no la partidaria–, sino más bien las condiciones de la sociedad que le resultan adversas y las condiciones culturales que le interesa recrear o reproducir.

Esta situación ha llevado al CEDEP a realizar una nueva lectura de las demandas, quizás más real, puesto que actualmente se cuestiona y hasta se pone en duda si sobre las anteriores demandas se hizo una lectura honesta, es decir, si fueron realmente demandas expresadas de la sociedad, o más bien fueron demandas fabricadas por la institución para legitimar la labor institucional en la cual los miembros sí creían apasionadamente.

7. UNA PROPUESTA DIFERENTE

El CEDEP ha reconocido, durante un largo proceso que ha ido transformando su quehacer, que ahora son nuevos actores los que participan en el escenario público. Para algunos no se trata precisamente de nuevos actores, sino de la transformación de los actores existentes. Más explícitamente podríamos hablar de nuevas confluencias entre particulares diferentes, de nuevas dinámicas entre los sujetos de una sociedad asimétrica en que determinados sujetos se reconocen como tales y, al reconocer sus potencialidades de acción, asumen nuevos roles.

Si existen nuevos actores o al menos se evidencia su transformación, ahora son nuevos objetivos y nuevos intereses comunes lo que los mueve, y el CEDEP, que siempre ha sido muy crítico al respecto, no pudo quedarse en

viejos planteamientos; frente a una realidad cambiante y distinta correspondió plantear una propuesta diferente.

Básicamente, esta propuesta se plasma en cuatro ejes que son los que orientan su acción.

- a) Hacer comunicación popular es permitir y propiciar la participación de la pluralidad de actores, pues solo allí encontramos el carácter de pueblo.
- b) La misión principal de la comunicación popular en el CEDEP es propiciar espacios que contribuyan a la consolidación de la democracia y de la ciudadanía. Para ello toma como prioridad de los contenidos radiofónicos los aspectos de interés ciudadano, derechos y obligaciones de todos, aspectos como salud, educación, transporte público, servicios, comercio, intereses de grupos particulares como mujeres, niños, jóvenes, tercera edad, etc.
- c) La comunicación popular del CEDEP supera la concepción de clase, desde la cual se planteaba el cambio del sistema, pero sin crear las condiciones para ello. Ahora se trata de crear debate y las condiciones para proponer y realizar cambios.
- d) Los aspectos sociales y culturales se convierten en la nueva entrada que el CEDEP toma en cuenta para establecer su(s) audiencia(s), de manera que la programación se estructura en un intento de combinar gustos con intereses.

Consideraciones finales

La concepción y práctica comunicativas de las instituciones de comunicación popular alternativa en América Latina, y particularmente en Ecuador, han experimentado una reorientación que pasa por los tres esquemas planteados en este trabajo y que en el desarrollo histórico se superponen: primero, el de la comunicación para el cambio social y la modernización de los pueblos; segundo, el esquema dominación/subordinación que plantea a la comunicación popular como instrumento de liberación ante el sistema opresor; y tercero, el esquema de las mediaciones sociales y culturales que plantea la comunicación popular desde lo diverso, lo híbrido y la complejidad de la cultura.

En primera instancia, dentro del esquema del cambio social, las instituciones realizaban un uso instrumental de la comunicación en proyectos denominados «de desarrollo» que buscaban, a partir de la transformación de las conductas, cambiar las condiciones de subdesarrollo de los sectores populares (identificados principalmente con el campesinado). La concepción de esta comunicación también se manifestó en encuentros y en la producción bibliográfica que estudiaban las características de esta «sub» cultura popular, así como metodologías para el trabajo con ella.

Dentro del esquema dominación/subordinación, la comunicación fue un instrumento político para lograr la reivindicación y participación de la clase subordinada frente a un sistema y clase dominante y opresora. Esto se expresa en las prácticas de comunicación, en la producción bibliográfica y en las luchas políticas, donde la entrada de clase es clara; lo popular era una clase oprimida, por tanto un medio de comunicación para ser más popular debía ser artesanal, localista, comunitario y expresar las denuncias de este sector.

En el esquema de las mediaciones sociales y culturales se percibe una ruptura entre teoría y práctica debido a la dificultad de despojarse de concepciones rígidas de los anteriores dos esquemas. Desde este enfoque la comunicación popular incursiona en el ámbito de lo masivo y en la adopción de nuevas tecnologías, abandonando lo artesanal y lo precario; deja de lado la dimensión clasista de su quehacer y adopta más bien una visión ciudadana; incorpora también a nuevos actores, comprendiéndolos desde su diversidad y la comunicación se define como plural al dar voz a múltiples sectores y no solo a uno.

El salto que dio la comunicación popular obedece en primera instancia a las transformaciones de los actores sociales o, para muchos, emergencia de nuevos actores.

En el contexto ecuatoriano más que hablar de emergencia de nuevos actores, es pertinente referirnos a la transformación de los mismos, a una mayor participación y a una «despolitización», entendida en términos de confrontación ideológica y lucha de clases. Esta transformación lleva a los actores sociales a desarrollar nuevos comportamientos; son más sinceros, más dinámicos, se transparentan las relaciones entre sectores, les interesa mucho más la recreación, la cotidianidad y el goce.

La concepción clasista cae al ser muy limitado el público (únicamente campesinos y proletarios) por lo que ahora se entiende a los actores en plural y en toda su diversidad. Antes eran solo sujetos de una clase social, ahora se los percibe como ciudadanos con derechos y obligaciones y como ciudadanos consumidores.

Los actores sociales hoy en día demandan espacios de participación más amplios para tratar temas como racismo, interculturalidad, Derechos Humanos, libertad de expresión y otros; y demandan también un nuevo tipo de comunicación que se identifique con la apertura, el pluralismo y la democracia, que sea concentradora de opinión de diferentes vertientes y generadora de debate.

Todo esto lleva a abandonar la concepción de clase de lo popular y a redefinir la concepción y práctica de la comunicación desde lo plural, y tomando en cuenta la diversidad cultural como matriz fundamental.

En el Ecuador y como un fenómeno general en América Latina, desde mediados de los años ochenta y más en la década de los noventa, se produjo una serie de fenómenos sociales y políticos que dieron lugar a la emergencia y/o protagonismo de ciertos sectores que son percibidos por la sociedad como actores sociales y por las instituciones y medios de comunicación como audiencias diferenciadas. Estos acontecimientos podrían sistematizarse de la siguiente manera:

- El retorno a la democracia (1979) fue uno de los hechos que permitió la consolidación de sectores de la ciudadanía organizados por objetivos comunes y demandas de participación; es el caso de los indígenas, organizaciones de mujeres, organizaciones de jóvenes, y la devaluación de sectores altamente politizados como los sindicatos, movimiento político estudiantil y otros, cuya participación ahora es más ciudadana y menos política.
- La reorientación del modelo económico desde 1979 a un modelo aperturista fue otro de los fenómenos que determinó el cambio. El elevado índice de desempleo aumenta la desesperanza, la mayor individualidad

genera exclusión y angustia, y ante ello surge la necesidad de organizarse con objetivos comunes hacia algún horizonte de esperanza. Por otro lado, la reorientación del modelo económico afectó también la dinámica institucional de algunas entidades; en el caso de las instituciones de comunicación redujo los subsidios a proyectos, haciendo necesaria la competencia y rentabilidad.

- Las crecientes concentraciones urbanas traen consigo consecuencias antropológicas y sociológicas; cambian los códigos de comportamiento y los referentes por el intercambio y la fusión entre la ciudad y el campo. La ciudad marca más la diferencia entre lo público y lo privado y se constituye en el nuevo espacio donde se cruzan gustos, referentes, sueños, esperanzas y frustraciones, por lo que las instituciones y medios de comunicación empiezan a tomarla como una nueva cultura.
- La llamada «globalización de la cultura», en la cual la irrupción tecnológica aparece como fundamental, ha generado nuevas formas de trabajo, de relacionamiento, de percibir el mundo y la convivencia de lo global y lo local, lo cual afecta a los actores sociales transformándolos hacia su consolidación como sectores «desterritorializados», cuya interconexión es facilitada por las tecnologías de comunicación que rompen las fronteras espaciales. Estos sectores se consolidan en toda su diversidad y demandan el reconocimiento de sus diferencias; construyen su identidad día a día en función a múltiples referentes sociales y culturales, superando así la rigidez de referentes identitarios como el territorio, la etnia o la nación.

Los actores sociales al experimentar tales transformaciones comienzan a ganar mayores espacios de participación y a ser reconocidos por la sociedad y por las instituciones, en este caso instituciones de comunicación popular como el CEDEP, que comienzan a asumir la realidad de una sociedad de sujetos y sectores diferenciados por lo cultural y ya no así por su pertenencia o no a una clase social.

Asimismo, la afectación de la sociedad por la creciente urbanización, globalización y la irrupción de nuevas tecnologías de comunicación, obligaron a la comunicación a reorientar su enfoque; la comunicación debe ser más plural y más ciudadana, y menos política en los términos de antes; para ello la eficacia comunicativa estará determinada por la mayor competitividad, la mayor calidad dada por la tecnología moderna, la masividad, y la recepción (como apropiación) determinada por la interacción con otros y distintos espacios.

La reorientación de la comunicación popular alternativa también obedece a determinantes conceptuales que podemos sistematizar de la siguiente manera:

- La superación de la dualidad entre cultura popular y cultura de élite, donde lo popular es lo primitivo y autóctono; y la emergencia de planteamientos teóricos acerca de lo popular, principalmente la recuperación del sujeto con todas sus particularidades.
- La evolución teórica de la noción de popular, desde su concepción inicial como cultura inferior, luego como clase subordinada y oprimida, hasta entenderla como una matriz cultural híbrida, compleja y diversa, desde y en la cual interactúan los sujetos.
- Los nuevos planteamientos de la educación popular –muy vinculada con la comunicación popular– a partir de la cultura, planteamientos que ponen en crisis los postulados de la educación concientizadora y liberadora, por medio de la comunicación.

Los determinantes conceptuales en relación a la comunicación no se refieren precisamente a ruptura de paradigmas, sino más bien a la mayor vigencia de unos respecto a otros; así quedan atrás los paradigmas informacional, conductista e ideologista, los cuales ponen énfasis en el emisor y en el poder de los medios de comunicación para manipular al receptor; y adquiere mayor vigencia el paradigma de las mediaciones sociales y culturales que pone énfasis en la capacidad del sujeto receptor, crítico, selectivo y afectado por sus referentes culturales, los cuales se construyen y recrean permanentemente.

En el caso del CEDEP, estas transformaciones conceptuales tuvieron incidencia, pero la reorientación de su práctica comunicativa obedece más a las transformaciones de la sociedad que a una lectura de los paradigmas teóricos.

Con todo lo expuesto acerca de la transformación de actores, los fenómenos sociales y las rupturas conceptuales, la reorientación es clara: las audiencias son múltiples, diversas e híbridas; el eje de la comunicación no es el emisor, sino que ésta ocurre únicamente en el momento de la recepción, cuyo sujeto receptor es afectado por dimensiones culturales y cuya definición va más allá de su pertenencia a una clase social. La comunicación puede ser popular y ciudadana siendo masiva, tecnologizada y competitiva.

Considerando los cambios en los paradigmas conceptuales de la comunicación y las transformaciones de la sociedad ecuatoriana y de América Latina, enfrentamos la dificultad de elaborar una nueva definición de la comunicación popular alternativa, pese a la evidente reorientación de ésta. Sin embargo, se podría abordar el problema desde dos puntos de vista.

Desde una visión pesimista, podría decirse que la comunicación popular no existe actualmente y que no queda más que cerrar las puertas, repensar e indagar más la realidad y el contexto para ver lo que pueda pasar en el futuro.

Parece ser que no tenemos andamiaje para elaborar un concepto o comprender una práctica en términos distintos a aquellos en los cuales nació, es decir una comunicación capaz de transformar a una «subcultura» o una comunicación que reivindique a una clase subordinada y oprimida. Parecería que el término popular remitiera automáticamente a ello y que no pudiese indicar otra cosa que la subcultura oprimida, pobre, marginada y anticapitalista.

Actualmente nadie cree en la comunicación popular, ya que quienes la postulaban no pudieron desarrollar conceptos ni metodologías. El error quizás fue concebir lo popular como categoría, cuando debía ser solo una forma de leer la realidad.¹

La noción de lo popular –y la comunicación popular en este caso– no pudo consolidarse como concepto científico y al ser únicamente una noción ideológica creada, en tanto no se use, podría decirse que la noción no existe y tiende a ser reemplazada por otras.

Desde una visión optimista (realista para muchos) la comunicación popular alternativa solo ha sufrido transformaciones y podría definirse actualmente en función a sus nuevos atributos.

La comunicación será popular en tanto sea plural, es decir que represente a múltiples sectores diferenciados culturalmente y no por oposición excluyente.

El concepto de «pueblo pobre» fracasó y se sostiene ahora que ese pueblo tiene derecho a todo, incluso a la diferencia; lo popular ya no representa a un polo que se opone a otro, sino que integra a los dos y busca la intermediación entre ambos.

Ciudadanía es el concepto que empieza a tener mayor relevancia, concepto en el cual derechos y obligaciones son indisociables y donde las interrelaciones entre sujetos son más complejas pero más reales.

La comunicación será popular en tanto propicie espacios que permitan ampliar la democracia, lo cual se refleja al dar participación a actores diversos y al atender las diferentes demandas de estos actores. La reivindicación que busca esta comunicación es la de todos los sectores y sujetos, comprendiendo que todos tienen iguales derechos.

Esta dinámica de participación se da en tres niveles: diversidad de actores como audiencia, como sujetos de las temáticas y contenidos, y como participantes directos.

1. Este argumento y algunos contemplados en esta conclusión fueron inspirados en los criterios de Francisco Rhon, Director del Centro Andino de Acción Popular, CAAP. Entrevista personal, julio 1999.

La comunicación popular en esta perspectiva se desarrolla en la pluralidad y en la comprensión de la lógica posmoderna de que los sujetos no son estáticos, así como no lo son sus referentes, sueños y expectativas, y si los sujetos no son inmóviles, sus identidades tampoco lo serán.

La comunicación popular así continúa existiendo, solo que son muy significativas sus transformaciones. Probablemente siga transformándose y pronto sea necesario repensarla y redefinirla nuevamente, pero sin asumir su desaparición.

Bibliografía

- Abril, Gonzalo. *Teoría general de la información, datos, relatos y ritos*, Madrid, Cátedra, 1997.
- Acosta, Adrián. «El rock: ¿movimiento social o nuevo espacio público?», en *Ecuador Debate*, No. 42, Quito, Centro Andino de Acción Popular, CAAP, 1997.
- Ayala Mora, Enrique. *Leonidas Proaño, la opción política de un profeta*, Quito, El Conejo, 1989.
- Báez, René. «La crisis financiera internacional», *Cuadernos de economía*, No. 1, Quito, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Facultad de Economía, 1999.
- Báez, René, y otros. *Ecuador pasado y presente*, Quito, FBT Cía. Ltda., 1995.
- Beltrán, Luis Ramiro. «Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: una evaluación al cabo de cuarenta años», discurso de apertura en la inauguración de la *IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo*, organizada por el Instituto para América Latina, Lima, 1993.
- Bonfil, Guillermo. *Pensar nuestra cultura*, México, Alianza, 1995.
- Borja, Raúl. *Comunicación social y pueblos indígenas en el Ecuador*, Quito, Abya-Yala, 1998.
- Calderón, Fernando, y otros. *Esa esquivia modernidad, desarrollo ciudadanía y cultura en América Latina y el Caribe*, Caracas, UNESCO / Nueva Sociedad, 1996.
- Carpio Benalcázar, Patricio. *Entre pueblos y metrópolis: la migración internacional en comunidades austroandinas en el Ecuador*, Cuenca, Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales, ILDIS / Abya-Yala, 1992.
- Casas Pérez, María de la Luz. «Reflexiones sobre políticas y medios de comunicación al final de una era», en revista *Diálogos de la comunicación*, No. 48, Lima, Felafacs, octubre 1997.
- Charles, Mercedes; Orozco, Guillermo. «El proceso de recepción y la educación para los medios», en Aparici Roberto, y otros, *La revolución de los medios audiovisuales*, Madrid, De la Torre, 1993.
- Comunicación popular en América Latina: resúmenes bibliográficos*, No. 1, Quito, CIESPAL, 1986.
- Dávila, Luis. «Comunicación comunitaria en Ecuador», documento ponencia para el *Seminario Radio y cultura*, Quito, 1997.
- — — «Las vertientes de la radio», documento ponencia para el *Seminario Radio y cultura*, Quito, 1997.
- De Lima, Vinicio Artur. *Comunicacao e cultura: as ideias de Paulo Freire*, Sao Paulo, Paz e Terra, 1984.

- De Moragas, Miquel. «Las ciencias de la comunicación en la sociedad de la información», en revista *Diálogos de la comunicación*, No. 49, Lima, Felafacs, 1997.
- Espinosa, Roque. «Capitalismo, homogeneización y pobreza», documento inédito, Quito, Universidad Andina Simón Bolívar, 1999.
- Finkelievich, Susana. «Las comunidades electrónicas, nuevos actores en el escenario local», en revista *Telos*, No. 50, Madrid, 1997.
- Fiori, Ernani, y otros. *Educación Liberadora: prácticas antropológicas y pedagógicas*, Buenos Aires, Espacio, 1992.
- Freire, Paulo. *Pedagogía del oprimido*, Montevideo, Tierra Nueva, 1970.
- García Canclini, Néstor. *Culturas híbridas, estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo, 1989.
- — — *Ideología cultura y poder, cursos y conferencias*, Buenos Aires, Universidad de Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, 1995.
- — — *Consumidores y ciudadanos, conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo, 1995.
- — — «Culturas en globalización», *Seminario de estudios de la cultura*, Caracas, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, CLACSO / Nueva Sociedad, 1996.
- García Canclini, Néstor; Roncagliolo, Rafael (editores). *Cultura transnacional y culturas populares*, Lima, Instituto para América Latina, 1988.
- Goicochea, Pedro (editor). *Pequeñas pantallas para la democracia*, Lima, Instituto para América Latina, 1992.
- «Homenaje a Paulo Freire. Una pedagogía que estimula el diálogo y la democracia participativa», en *Cuadernos de pedagogía*, No. 265, Barcelona, Praxis, 1998.
- La France, Jean Paul. «La televisión y su público, un contrato en proceso de renegociación permanente», en revista *Telos*, No. 39, Madrid, 1995.
- Laso, José. «La televisión en Ecuador», en revista *Hoy testigo de la historia*, Quito, 1997.
- Martín-Barbero, Jesús. «Apuntes para una historia de las matrices culturales de la massmediación», *Primer foro internacional de la comunicación social «comunicación y poder»*, Lima, 1982.
- — — *Procesos de comunicación y matrices de cultura, itinerario para salir de la razón dualista*, México, G. Gili, 1987.
- — — *De los medios a las mediaciones, comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona, G. Gili, 1991.
- — — «Globalización, comunicación y descentramiento cultural», en revista *Diálogos de la comunicación*, No. 50, Lima, Felafacs, octubre 1997.
- — — *La comunicación desde la cultura: crisis de lo nacional y emergencia de lo popular*, (fotocopias).
- Martín-Barbero, Jesús; Silva, Armando (compiladores). *Proyectar la comunicación*, Bogotá, Instituto de Estudios sobre culturas y comunicación / TM Editores, 1997.
- Mata, María Cristina. «Interrogaciones sobre el consumo mediático», en revista *Nueva Sociedad*, No. 140, Caracas, diciembre 1995.

- Mattelart, Armand. *La comunicación masiva en el proceso de liberación*, Buenos Aires, Siglo XXI, 1976.
- — — «Utopías y realidades del vínculo global; para una crítica al tecnoglobalismo», en revista *Diálogos de la comunicación*, No. 50, Lima, Felafacs, octubre 1997.
- Mattelart, Armand y Michele. *Historia de las teorías de la comunicación*, Barcelona, Paidós, 1997.
- Núñez, Luis; Solís, Beatriz (compiladores). *Comunicación, identidad e integración latinoamericana*, México, Universidad Iberoamericana / Felafacs, 1994.
- Ojeda, Lautaro. «Ni lo privado ni lo estatal: lo público», en *Ecuador Debate*, No. 24, Quito, Centro Andino de Acción Popular, CAAP, 1991.
- Ortiz, Renato. «Modernidad, mundo e identidades», en revista *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, No. 5, México, Colima, 1997.
- Piscitelli, Alejandro. «¿Hay vida después de la televisión?: cuerpo, virtualidad y antipodas en la era digital», en revista *Nueva Sociedad*, No. 140, Caracas, diciembre 1995.
- Pries, Frank. «La comunicación frente a los mercados, la comunicación pública», en revista *Diálogos de la comunicación*, No. 48, Lima, Felafacs, octubre 1997.
- Protzel, Javier. «Auge de la globalización y crisis de la universalidad», en revista *Diálogos de la comunicación*, No. 50, Lima, Felafacs, octubre 1997.
- Reguillo, Rossana. «El oráculo de la ciudad: creencias prácticas y geografías simbólicas ¿una agenda comunicativa?», en revista *Diálogos de la comunicación*, No. 49, Lima, Felafacs, 1997.
- Rogers, Everet. *La modernización entre los campesinos*, México, Fondo de Cultura Económica, 1973.
- Rompiendo el silencio. Memoria del encuentro latinoamericano de medios de comunicación alternativa y popular*, Quito, ALAI, ALER, CERIGUA, 1993.
- Rorty, Richard. *Contingencia, ironía y solidaridad*, Barcelona, Paidós, 1991.
- Sánchez Parga, José. *Globalización, gobernabilidad y cultura*, Quito, Abya-Yala, 1997.
- Sarlo, Beatriz. *Escenas de la vida posmoderna*, Buenos Aires, Ariel, 1994.
- Schlesinger, Philip; Morris, Nancy. «Fronteras culturales: identidad y comunicación en América latina», en revista *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, No. 5, México, Colima, 1997.
- Schuldt, Jürgen, y otros. *Globalización, mito y realidad*, Quito, Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales / Friedrich Ebert Stiftung / Tramasocial, 1998.
- Schulze, Enrique y Trudy. *Método y técnicas para la educación popular*, Cuadernos de capacitación popular, 1979.
- Silva, Armando. *Imaginarios urbanos cultura y comunicación urbana*, Bogotá, Tercer Mundo Editores, 1997.
- Tamayo, Eduardo. *Movimientos sociales, la riqueza de la diversidad*, Quito, Agencia Latinoamericana de Informaciones, 1996.
- Touraine, Alain. *Actores sociales y sistemas políticos en América Latina*, Santiago de Chile, PREALC / Organización Internacional del Trabajo, 1987.

- Un nuevo horizonte teórico para la radio popular en América Latina*, Quito, Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER, 1996.
- «Una Agenda para combatir la pobreza», ponencias de varios autores, Quito, Fundación Esquel / UNICEF, 1996.
- Varios autores. *Comunicación para el Desarrollo*, Lima, Instituto para América Latina, IPAL, 1987.
- — — *Imágenes desconocidas, la modernidad en la encrucijada posmoderna*, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, CLACSO, 1988.
- Velasco, Fernando. *Ecuador, subdesarrollo y dependencia*, Quito, Corporación Editora Nacional, 1990.
- Vigil, Carlos José. *Educación popular y protagonismo histórico, una opción para América Latina*, Buenos Aires, Hvmanitas, 1989.
- Viteri, Galo. *Las políticas de ajuste Ecuador 1982-1996*, Quito, Corporación Editora Nacional, 1998.
- Watzlawick, Paúl. *¿Es real la realidad? confusión desinformación y comunicación*, Barcelona, Herder, 1994.
- Zires, Margarita. «Tendencias de convergencia y divergencia cultural en América Latina», en revista *Diálogos de la comunicación*, No. 48, Lima, Felafacs, 1997.

Entrevistas

- Contreras, Adalid. Director del Servicio Conjunto de Comunicación; Organizaciones Católicas de Comunicación para América Latina y el Caribe, mayo 1999.
- Dávila, Luis. Ex director del Centro de Educación Popular, CEDEP, julio 1998-julio 1999.
- Jordán, Fausto. Ex director de la Central Ecuatoriana de Servicios Agrarios, CESA, julio 1999.
- Landázuri, Diego. Ex director y actual miembro del Centro de Educación Popular, CEDEP, mayo-junio 1999.
- López, Ana. Coordinadora de Investigación del Centro de Internacional de Estudios Superiores para América Latina, CIESPAL, abril 1999.
- Martínez, Vicente. Director de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica, ALER, mayo 1999.
- Rhon, Francisco. Director del Centro Andino de Acción Popular, CAAP, julio-agosto 1999.
- Tamayo, Eduardo. Periodista de la Agencia Latinoamericana de Informaciones, ALAI, y autor del libro *Movimientos sociales, la riqueza de la diversidad*, diciembre 1998.
- Tobar, Ataulfo. Director del Centro de Educación Popular, CEDEP, junio-julio 1999.
- Unda, Mario. Sociólogo, profesor universitario y miembro del Centro de Investigaciones Ciudad, mayo 1999.
- Vaca, Catalina. Coordinadora del proyecto de capacitación a promotores populares de salud en áreas marginales del Ecuador, CIESPAL, abril 1999.

Universidad Andina Simón Bolívar

Sede Ecuador

La Universidad Andina Simón Bolívar es una institución académica internacional autónoma. Se dedica a la enseñanza superior, la investigación y la prestación de servicios, especialmente para la transmisión de conocimientos científicos y tecnológicos. La universidad es un centro académico destinado a fomentar el espíritu de integración dentro de la Comunidad Andina, y a promover las relaciones y la cooperación con otros países de América Latina y el mundo.

Los objetivos fundamentales de la institución son: coadyuvar al proceso de integración andina desde la perspectiva científica, académica y cultural; contribuir a la capacitación científica, técnica y profesional de recursos humanos en los países andinos; fomentar y difundir los valores culturales que expresen los ideales y las tradiciones nacionales y andina de los pueblos de la subregión; y, prestar servicios a las universidades, instituciones, gobiernos, unidades productivas y comunidad andina en general, a través de la transferencia de conocimientos científicos, tecnológicos y culturales.

La universidad fue creada por el Parlamento Andino en 1985. Es un organismo del Sistema Andino de Integración. Tiene su Sede Central en Sucre, Bolivia, sedes nacionales en Quito y Caracas, y oficinas en La Paz y Bogotá.

La Universidad Andina Simón Bolívar se estableció en Ecuador en 1992. Ese año suscribió con el gobierno de la república el convenio de sede en que se reconoce su estatus de organismo académico internacional. También suscribió un convenio de cooperación con el Ministerio de Educación. En 1997, mediante ley, el Congreso incorporó plenamente a la universidad al sistema de educación superior del Ecuador, lo que fue ratificado por la constitución vigente desde 1998.

La Sede Ecuador realiza actividades, con alcance nacional y proyección internacional a la Comunidad Andina, América Latina y otros ámbitos del mundo, en el marco de áreas y programas de Letras, Estudios Culturales, Comunicación, Derecho, Relaciones Internacionales, Integración y Comercio, Estudios Latinoamericanos, Historia, Estudios sobre Democracia, Educación, Salud y Medicinas Tradicionales, Medio Ambiente, Derechos Humanos, Gestión Pública, Dirección de Empresas, Economía y Finanzas, Estudios Interculturales e Indígenas.

Universidad Andina Simón Bolívar

Serie Magíster

- 1 Mónica Mancero Acosta, ECUADOR Y LA INTEGRACIÓN ANDINA, 1989-1995: el rol del Estado en la integración entre países en desarrollo
- 2 Alicia Ortega, LA CIUDAD Y SUS BIBLIOTECAS: el graffiti quiteño y la crónica costeña
- 3 Ximena Endara Osejo, MODERNIZACIÓN DEL ESTADO Y REFORMA JURÍDICA, ECUADOR 1992-1996
- 4 Carolina Ortiz Fernández, LA LETRA Y LOS CUERPOS SUBYUGADOS: heterogeneidad, colonialidad y subalternidad en cuatro novelas latinoamericanas
- 5 César Montaña Galarza, EL ECUADOR Y LOS PROBLEMAS DE LA DOBLE IMPOSICIÓN INTERNACIONAL
- 6 María Augusta Vintimilla, EL TIEMPO, LA MUERTE, LA MEMORIA: la poética de Efraín Jara Idrovo
- 7 Consuelo Bowen Manzur, LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Y EL COMPONENTE INTANGIBLE DE LA BIODIVERSIDAD
- 8 Alexandra Astudillo Figueroa, NUEVAS APROXIMACIONES AL CUENTO ECUATORIANO DE LOS ÚLTIMOS 25 AÑOS
- 9 Rolando Marín Ibáñez, LA «UNIÓN SUDAMERICANA»: alternativa de integración regional en el contexto de la globalización
- 10 María del Carmen Porras, APROXIMACIÓN A LA INTELECTUALIDAD LATINOAMERICANA: el caso de Ecuador y Venezuela
- 11 Armando Muyulema Calle, LA QUEMA DE ÑUCANCHIC HUASI (1994): los rostros discursivos del conflicto social en Cañar
- 12 Sofía Paredes, TRAVESÍA DE LO POPULAR EN LA CRÍTICA LITERARIA ECUATORIANA
- 13 Isabel Cristina Bermúdez, IMÁGENES Y REPRESENTACIONES DE LA MUJER EN LA GOBERNACIÓN DE POPAYÁN
- 14 Pablo Núñez Endara, RELACIONES INTERNACIONALES DEL ECUADOR EN LA FUNDACIÓN DE LA REPÚBLICA
- 15 Gabriela Muñoz Vélez, REGULACIONES AMBIENTALES, RECONVERSIÓN PRODUCTIVA Y EL SECTOR EXPORTADOR
- 16 Catalina León Pesántez, HISPANOAMÉRICA Y SUS PARADOJAS EN EL IDEARIO FILOSÓFICO DE JUAN LEÓN MERA
- 17 René Lauer, LAS POLÍTICAS SOCIALES EN LA INTEGRACIÓN REGIONAL: estudio comparado de la Unión Europea y la Comunidad Andina de Naciones
- 18 Florencia Campana Altuna, ESCRITURA Y PERIODISMO DE LAS MUJERES EN LOS ALBORES DEL SIGLO XX
- 19 Alex Aillón Valverde, PARA LEER AL PATO DONALD DESDE LA DIFERENCIA: comunicación, desarrollo y control cultural
- 20 Marco Navas Alvear, DERECHOS FUNDAMENTALES DE LA COMUNICACIÓN: una visión ciudadana

Este trabajo tiene como objetivo definir la nueva concepción y práctica de la comunicación popular alternativa, particularmente en las instituciones del Ecuador, a partir del estudio y comprensión de las transformaciones experimentadas en las últimas décadas.

De una comunicación lineal y manipuladora, que otorga absoluto poder a los medios, de una comunicación politizada e inscrita en la lucha de clases, se advierte el cambio a una comunicación plural y ciudadana que recupera al sujeto y que reconoce en él las múltiples mediaciones sociales y culturales.

La investigación sobre los determinantes teóricos e históricos que propiciaron dicho cambio es lo que sustenta este trabajo. La autora indaga sobre la manera en que la comunicación popular fue recorriendo tres paradigmas –cuya configuración, sin ser rígida y mucho menos la única, obedece a fines de esta investigación–: el del cambio social y modernización de los pueblos, el de dominación-subordinación, y el de las mediaciones sociales y culturales.

Este recorrido obliga a preguntarnos qué es actualmente la comunicación popular y cómo se desarrollan las prácticas comunicativas en un nuevo contexto caracterizado por las crecientes urbanizaciones, la globalización de la cultura, la reorientación del modelo económico, la irrupción de nuevas tecnologías, y sus consecuencias expresadas en la conformación de comunidades «desterritorializadas», la revitalización de los particularismos y la fragilidad de las monoidentidades.



Martha Dubravcic (Tarija, Bolivia, 1972) obtuvo su licenciatura en ciencias de la comunicación en la Universidad Católica Boliviana. Tiene un diploma superior en comunicación para el desarrollo de la Universidad Andina Simón Bolívar, La Paz. En 1999 obtuvo el título de Magíster en Estudios Latinoamericanos, con mención en Comunicación, en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.

Actualmente es profesora de la Universidad Politécnica Salesiana en la Escuela de Comunicación Social y la Escuela de Ciencias de la Educación, y es asistente del Área de Estudios Internacionales en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.