

LA COMUNICACIÓN:
ESTRATEGIA PARA LA PARTICIPACIÓN EN LA
GESTIÓN Y APROPIACIÓN DEL HÁBITAT

Por:
Juan Carlos Ceballos Guerra,
Instructor Asociado Universidad Nacional de Colombia
Sede Medellín

*TRABAJO PRESENTADO PARA OPTAR AL CAMBIO DE CATEGORÍA
DOCENTE*

FACULTAD DE ARQUITECTURA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA
SEDE MEDELLÍN

MEDELLÍN, SEPTIEMBRE DE 1999

UNAL - Medellín
Unidad de Documentación
CEHAP



6200000006599

LA COMUNICACIÓN EN EL HÁBITAT...Y EN EL HABITAR

¿Desde dónde?

Pensar la comunicación en el hábitat, de un modo general, implica un recorrido que comprende una revisión a las preguntas que se han hecho los diferentes teóricos de la comunicación durante este siglo. Estos, en su mayoría, han concentrado sus esfuerzos en el análisis de las intenciones de los emisores, las implicaciones de los contenidos, los impactos y usos de los mensajes por parte de los receptores de los medios de información masiva.

Se hace necesario entonces, después de realizada esta revisión sobre la teorización, relacionar los conceptos de Comunicación y Hábitat. Y para tal efecto, conviene considerar el Hábitat como un escenario en el cual se incluye al Territorio, la Población y la Cultura:

- El Territorio: el espacio rural-urbano-regional; el entorno natural y edificado; la demarcación.
- La Población: Concentración - desconcentración, movilización - desplazamiento; gobierno - poder; estructuras de organización social.
- La Cultura: Contexto en el que se dan las interrelaciones entre territorio y población en una sociedad. Escenario global que enmarca los procesos de comunicación.

Es un ejercicio inicial que permite la reflexión sobre temas específicos que están incluidos en las relaciones al interior del Territorio, como - por ejemplo - los procesos de comunicación entre los pobladores y su espacio físico, o las

diferentes dimensiones de la comunicación en un proyecto de ciudad educadora. Y, en cuanto a la Población, el fenómeno de desplazamiento de población y los procesos comunicativos que allí se dan, o comunicación entre los grupos e instituciones de la sociedad para la gestión territorial.

Algunos antecedentes...

- ***De la información a la formación***

¿Cómo hacer que los clientes de una empresa sean fieles a un producto y que los pueblos sigan los dictados de los gobernantes?, se preguntaron en los años treinta y cuarenta las empresas, los políticos y los militares. Los investigadores les respondieron: "*con la comunicación*". Y así se hizo. La publicidad resonó en los transistores de radio y adquirió nuevas formas, colores y discursos en la prensa, y se vio y oyó en las pantallas de cine.

"¿Cómo llevar a América Latina y al tercer mundo los avances del desarrollo industrial, la tecnología y el progreso?", se preguntó el gobierno de Estados Unidos a finales de los años 50's cuando lanzó al mundo su Alianza para el Progreso del capitalismo y su cruzada contra el comunismo. Los investigadores le respondieron: "*Con la comunicación de los medios de información masiva*". Y así se hizo. Los programas de extensión agrícola promovieron el cambio de tecnología en el campo y dieron a conocer el manejo de los nuevos recursos tecnológicos a través de la radio, los impresos y audiovisuales.

"¿Cómo educar a los pueblos subdesarrollados para que emerjan de su atraso?, se preguntaron en la década de los sesenta los gobiernos de los países industrializados y del Tercer Mundo. "*Con la alfabetización por radio y televisión*", les respondieron. Y así se hizo, desde entonces hasta ahora: comenzaron las series de educación a distancia a través de los medios de comunicación y la radio se volvió un medio popular, sin fronteras, con una oferta informativa, formativa y recreativa.

"¿Cómo alcanzar la difusión de nuevas tecnologías en la aldea global que será el mundo entero, el mercado sin fronteras, las políticas mundiales, la modernización económica, la transformación del Estado intervencionista en un Estado que deje al mercado el autocontrol de sus efectos sociales...Y La

instrucción de la población en nuevos oficios y técnicas para manejar las nuevas tecnologías...Y la cultura mundial...?, comenzaron a preguntar en los ochenta los empresarios de las transnacionales, los gobernantes y los seguidores del modelo neoliberal. "*En los medios de comunicación está la solución*", les volvieron a contestar. Y así se hizo y continúa haciéndose: la televisión conectada por cables a señales internacionales, el computador enlazado a texto, imágenes y sonido de una vasta red internacional; la radio, en la órbita mundial; la prensa igual...

La pregunta sigue haciéndose del otro lado, donde están los dueños de los medios, de la empresa, del gobierno. ¿Y de este lado?

A finales de los años 50's, en la convulsión política del enfrentamiento este - oeste, comenzaron a hacerse preguntas los investigadores y educadores, la iglesia progresista, las organizaciones sindicales. Fue una contra-pregunta marcada por la radicalidad y el antagonismo severo: ¿Qué efectos están produciendo la información? Y señalaron: los medios de información dominan a las masas y ese es su poder, usado por los bloques económicos y políticos del mundo desarrollado...La población está expósita a los intereses maquiavélicos del poder, concluyeron.

Como respuesta a estas preguntas, surgieron - a finales de la década de los sesenta - propuestas que rescataron la función educativa de la comunicación, y redefinieron su enfoque hacia propósitos de concientización social. Esta línea de trabajo fue pensada por educadores y comunicólogos y se nutrió de investigaciones realizadas por centros académicos y por una práctica social localizada -sobre todo- en áreas rurales y en las zonas de los centros urbanos más marginados de las ventajas del progreso material. Uno de los pensadores en los que se basaron estos proyectos de educación, fue Paulo Freire.

Diferentes interpretaciones del pensamiento de Freire, dieron lugar a diversas posturas frente a la necesidad de ampliar la cobertura educativa a amplios sectores de población y de hacer más democrático el acceso a la información. Este último propósito se logró a través de la educación, del manejo y producción de información por parte de organizaciones sociales.

Esta mirada sobre la función educadora de la comunicación fue plasmada por una de las corrientes de pensamiento que interpretó la propuesta de Freire, en la Investigación Acción Participativa (IAP). La IAP es un proyecto que nació para poner al alcance del pueblo herramientas de investigación y educación

que rescataran el saber popular, principal plataforma para alcanzar un proyecto político para equilibrar la lucha de clases y la desigualdad en el acceso a la información científica.

En su propuesta de investigación y educación, la IAP recogió los planteamientos y metodologías de algunas corrientes de la antropología y la etnografía; de la educación (en la escuela de Freire); y de la sociología.

La IAP rechazó de plano la posibilidad de que los sectores populares necesitaran acceder al sistema de relaciones de producción capitalista y a la posesión de nuevas tecnologías como una condición para interactuar en la sociedad local, regional y nacional. Asimismo, ponderó el saber tradicional del pueblo. Rechazó el saber científico porque - argüían - a través de sus métodos el sistema capitalista profundiza aun más la desigualdad social y desconoce los otros saberes y prácticas diferentes a los denominados como desarrollados.

- ***De los efectos a los usos***

En los años sesenta - a la luz de los avances teóricos de las escuelas semióticas europeas - en América Latina comenzó a estudiarse el impacto de los medios de comunicación por parte de algunos grupos académicos. Fue un cambio de lugar para hacerse la pregunta sobre los efectos generados por la información masiva. Ya no desde los emisores sino desde los perceptores. Este cambio de lugar para pensar la comunicación masiva fue resumido por Umberto Eco años más tarde cuando afirmó que el rumbo del problema había que dirigirlo no tanto a lo que hace la televisión con los niños sino a lo que hacen los niños con la televisión. Esto implicó entonces pensar en los significados y en los usos dados por los perceptores de estos mensajes, que muchas veces son efectos no previstos por los autores de los mensajes emitidos.

En América Latina, esta corriente de pensamiento sobre la comunicación ha sido liderada por teóricos como Jesús Martín Barbero y Nestor García Canclini quienes han planteado diversos tópicos de la relación entre los sistemas de comunicación (ya no sólo sobre medios masivos) en escenarios urbanos. Asimismo, han hecho aportes para entender lo masivo y lo popular que subyace en la relación entre medios de comunicación, agentes de comunicación (otras instituciones diferentes a los mass media) y los perceptores.

Martín Barbero entiende los medios de información como dispositivos de la cultura, por tanto, portadores de ideología, de esquemas de pensamiento y acción. Los perceptores son entendidos como individuos y grupos vinculados a cosmovisiones y prácticas sociales, económicas y políticas que los identifican, y que operan como filtros cada vez que estos perceptores leen la información del entorno y, con ella, construyen un sentido social como sujetos de una cultura.

Nestor García Canclini, por su parte, hace referencia a la participación de los sectores urbanos y, especialmente de las culturales populares, en la producción y consumo de la cultura, de la que los medios de información son unos de sus dispositivos (instituciones) más importantes por su cobertura y acceso. Dice García Canclini que las culturas populares se caracterizan por su desventaja en el acceso al producto social y cultural de la sociedad y que este desequilibrio genera modos de consumir la cultura.

A este respecto, Jesús Martín Barbero, anota que la telenovela - por ejemplo - constituye uno de los géneros narrativos de la televisión que más se consume entre las culturas populares porque en ellas las audiencias populares se sienten reflejadas, se reconocen, y aprenden modos para interactuar con otros grupos de la sociedad.

Después de este vistazo a algunos antecedentes en la preocupación por la comunicación, pasemos entonces al tema central que nos ocupa. Rescatamos los aportes de las escuelas de la comunicación para la educación popular, mencionados arriba, y de las corrientes de interpretación y análisis de procesos comunicacionales en sociedades urbanas que son escenario de múltiples culturas.

EL HÁBITAT: UN ESPACIO DE COMUNICACIÓN

Hacer referencia a la comunicación en el hábitat implica asumir la comunicación como una relación en la que interactúa el hombre con su entorno natural y social. Esto supone considerar al hombre dentro de una sociedad (estructura) compuesta por diversos sistemas (político, económico, social, cultural) y subsistemas (familia, instituciones políticas, educativas, culturales, religiosas; empresa; gobierno, medios de comunicación etc).

Al interior de cada uno de estos sistemas y subsistemas se dan diferentes relaciones como por ejemplo, entre la política y los medios de comunicación, o entre la familia y las instituciones educativas. Así, cuando se quiere analizar las características de estos procesos de comunicación no se puede hacerlo sin considerar que se dan en un determinado lugar del sistema social ("lugar social", "escenario") en el que interactúan diversos "actores de la comunicación" (personas, grupos, comunidades, instituciones).

La cultura: contexto de la comunicación.

El contexto general de todo proceso de comunicación es la cultura. Ésta se entiende - grosso modo - como el conjunto de esquemas de percepción y valores que determinan el comportamiento de cada individuo en las estructuras sociales, económicas, políticas y culturales de la sociedad en la cual interactúa.

Lo que una persona o un grupo opinan sobre la cultura, el estado, la familia, la educación, no sólo es un asunto lejano que sale a flote en esporádicos momentos de su vida social. Por el contrario, es algo que tiene mucho que ver en las actitudes personales y en las decisiones que se toman día a día sobre aspectos de la familia, la educación, la participación en programas promovidos por el estado, la vinculación económica... Esas percepciones constituyen un conjunto de ideas y percepciones que se van adquiriendo en el aprendizaje cultural, es decir, en la interacción (comunicación) de cada sujeto con su grupo familiar y social y con las instituciones.

Cuando, por ejemplo, se asume un proceso de comunicación con una persona, grupo o institución, desde un comienzo ese proceso es determinado por la percepción que tienen los actores de esa comunicación sobre sí

mismos, sobre los temas y problemas que les atañen, sobre los demás miembros de la sociedad. Y estos esquemas de percepción del *otro* y de *lo nuestro*, inciden en gran medida en la eficacia de ese proceso de comunicación, en sus efectos, en los acuerdos a los que se pueda llegar entre dichos actores, en los proyectos que de allí surjan para ser ejecutados en común.

Y lo anterior, que puede parecer obvio, es necesario resaltarlo cuando a través de la generación de espacios y escenarios de comunicación, - de la puesta en marcha de estrategias comunicacionales -, se quiere promover la participación en procesos de interés colectivo donde se requiere de acuerdos básicos entre quienes integran una misma colectividad que se plantea metas de desarrollo social y/o mejoramiento en las condiciones de su hábitat y en los procesos del habitar.

La comunicación entonces debe ser entendida como proceso, no sólo como acto de enviar y/o recibir mensajes. Si. Como proceso cultural. Podemos citar casos en los cuales se manifiestan procesos de comunicación entre grupos, con una larga duración, de años quizá. Ocurre con las negociaciones entre un grupo de vecinos y la administración local por algunos proyectos de obras públicas, o servicios, o planes educativos. Durante todo ese tiempo, el proceso de comunicación permite que se intercambien percepciones, se modifiquen actitudes, se llegue a acuerdos, o se radicalicen algunas posiciones de los actores de esa comunicación.

Todo esto nos permite decir que la comunicación no se agota en el acto. Menos aún la comunicación que tiene la intención educativa, que tiene un interés de cambio de actitudes, o que promueve entre un grupo social prácticas nuevas o el rescate de prácticas tradicionales.

Y esto es necesario aclararlo. Porque cuando no se reconoce que esa comunicación es un proceso educativo enmarcado en la cultura, se incurre en algo que ha llevado a muchas instituciones gubernamentales, no gubernamentales, privadas, a organizaciones comunitarias, a depositar toda su confianza en una campaña educativa en los medios de comunicación masiva o comunitaria y, por consiguiente, a pedirle resultados inmediatos, a esperar respuestas rápidas de las personas. Esto es muy claro en campañas que en nuestra región y en el país se han realizado - con gran inversión de presupuesto - para modificar cambios en la higiene, en la participación comunitaria, en las relaciones de convivencia, en la interacción con el hábitat natural...

Es posible decir entonces que la comunicación al ser entendida en su dimensión conceptual (como objeto de reflexión y análisis) y como práctica cultural (que atraviesa otras prácticas de la cultura) puede ser valorada como estratégica cuando se asumen procesos de intervención sobre el hábitat y el habitar: sobre lo físico - espacial y sobre lo cultural. Así como pasa con la educación, la comunicación es una estrategia transversal a otros componentes de la intervención social.

LA COMUNICACIÓN EN LA GESTIÓN DEL HABITAR ...

¿Para qué?

Cuando nos hacemos preguntas como ¿qué hacer para que la comunicación dinamice cambios de la cultura hacia la gestión del desarrollo local y regional del hábitat?, y ¿qué hacer para que la comunicación aporte a los proyectos participativos de planeación y gestión local del hábitat?, estamos poniendo nuestro interés en hacer que la comunicación cumpla un papel educativo en las relaciones sociales, económicas y culturales en las cuales está inmersa.

Reconocemos que la comunicación va mucho más allá que la transmisión de información. En ella están presentes elementos muy importantes de la cultura porque cualquier envío o recepción de mensajes pone en relación símbolos, códigos verbales y no verbales, medios y canales, y, claro está, emisores y receptores que están marcados por un respectivo aprendizaje en la cultura. Además, cada acción comunicativa se da en un determinado escenario social.

Así, no es lo mismo la comunicación que se da a través de medios de comunicación tradicionales como la televisión, la publicidad, la prensa, la radio, a la que tiene lugar con tecnologías como internet. En estas últimas es posible la interacción entre los actores de la comunicación, pero se necesita poseer un conocimiento de los códigos de comunicación, es decir, de las reglas de elaboración y desciframiento de esos mensajes electrónicos. Y no es lo mismo la interacción que tiene lugar en el interior de un determinado grupo social (étnico, subcultura urbana, agremiación, gueto) a cuando la comunicación tiene lugar entre personas y grupos de diferentes identidades culturales.

Al tener esta claridad, podemos entonces pasar a decir que toda comunicación tiene una intencionalidad: el (los) emisor (es) pretenden informar, cambiar o rescatar valores sociales, formar o promover cambios de actitudes y conductas en las personas y grupos sociales. Pero eso sí, toda acción comunicativa tiene una intencionalidad, no se hace de manera espontánea. Aquí nos ocuparemos de la comunicación que tiene un interés educativo, en aquella que - aparte de informar - quiere promover cambios en las prácticas culturales de las personas, en su cosmovisión, en su relación con los otros, con el entorno natural...

Las preguntas formuladas al principio nos guiarán para emprender este ejercicio de comunicación que espero - en lo posible - sea muy interactivo y

que nos ayude a formular otras preguntas y a plantear otras relaciones que caben cuando se ponen en contacto estas dos dimensiones de la comunicación y la educación. Dimensiones que atraviesan todas las prácticas de las instituciones que realizan alguna intervención social sobre las formas del habitar.

El sentido de la comunicación

Todo es comunicación, afirman muchas personas que trabajan con los medios de información, o que en instituciones y empresas son los encargados de generar flujos de información a través de diferentes canales.

Sin caer en tal exageración, si es posible decir que la comunicación - como proceso - atraviesa otros procesos de la cultura, y que en sí conforma una práctica cultural. Hay prácticas de comunicación interpersonal e intergrupala que son, en esencia, de comunicación: el rumor, el comentario, el chisme. Es posible afirmar que son universales, muy presentes en la vida cotidiana, se manifiestan de diferentes maneras en todos los escenarios donde se desarrolla la vida social del individuo: su trabajo, su familia, su vecindario...

Pero también hay otros procesos que son de comunicación y que, a simple vista, no aparecen de manera tan evidente como aquellas prácticas comunicacionales mencionadas en el párrafo anterior. Son prácticas que se mimetizan con otras. El *territorio* para los jóvenes tiene, por ejemplo, un gran significado comunicacional. Es el "*escenario*" donde ellos se reconocen y se dan conocer, es decir, hacen público su estilo de vida, su visión del mundo, sus gustos estéticos y musicales, su jerga. Ellos codifican el territorio, le ponen reglas para que entre ellos y otros pueda existir una comunicación, para que los otros sepan a quien "pertenece" ese territorio, cómo se cruza y cuándo, que símbolos pueden ser admitidos (modas, rituales...) También sirve para excluir a otras personas y grupos que no conocen los códigos de esa comunicación.

Para nosotros, esos códigos constituyen uno de los elementos claves de todo proceso de comunicación. Son reglas que permiten la elaboración, por un lado, y la percepción de mensajes, por otro. Es algo así como gramáticas que necesitan conocer ambos actores de todo proceso de comunicación: emisores y receptores. Y son gramáticas de lenguajes verbales y no verbales, gestuales, espaciales, visuales, icónicos...

A través de estos códigos se pueden *leer* prácticas y comportamientos individuales y colectivos. Y son códigos - como en el caso del territorio - que no se verbalizan y que, sin embargo, son reconocidos tanto por los que habitan ese territorio como por extraños, quienes pueden identificar los límites y bordes de ese territorio, el estilo de vida de los que allí habitan, sus costumbres, su vivencia de lo privado y lo público, su religiosidad, su relación con la casa y la calle, sus manifestaciones estéticas.

Esta lectura de códigos de comunicación debe hacerse teniendo en cuenta que muchos de esos códigos son culturales, que para ser descifrados requieren que se conozca las reglas de esa cultura o de ese grupo social. Son códigos de la estética, de las relaciones en sociedad, de las normas de urbanidad, de la relación con diferentes grupos sociales (ricos/pobres, técnicos/pobladores, gobernantes/gobernados...), las ceremonias sociales (festividades), religiosas (rituales), políticas (participación en estructuras de gobierno), y muchos otros que configuran gramáticas del ser en sociedad y que son aprehendidas en la vida cotidiana de la cultura.

Y otros muchos códigos son lingüísticos. Tienen que ver con la estructura de los lenguajes orales y escritos. Abarcan las jergas, los lenguajes especializados de las disciplinas científicas. Y son los que se ponen en juego en procesos de comunicación entre agentes externos de instituciones y pobladores de una localidad. Son determinantes para poner en marcha procesos de participación comunitaria. Porque a través del lenguaje oral o escrito, los agentes externos y los pobladores estructuran discursos que muestran diversas cosmovisiones, percepciones, criterios estéticos de cada uno de ellos como actores de un proceso de comunicación.

Esto nos permite afirmar que los códigos de un grupo social y de una cultura son las claves que nos ayudan a establecer qué tipo de comunicación se da allí, entre quiénes, qué nivel de horizontalidad o verticalidad existe, qué lugar ocupan los grupos de poder de una organización social o de una institución en la toma de decisiones, cuáles son los medios y escenarios de comunicación que se usan más, y los que más convocan a la participación...A partir de esta lectura de los códigos comunicacionales de la cultura, es posible identificar entonces acciones de comunicación que jueguen un papel estratégico en la intervención sobre el hábitat.

La comunicación...¿con quiénes?

Esta pregunta de la comunicación con quiénes remite a otras que permiten pensar la participación social en la gestión del hábitat y el desarrollo local: con quiénes la participación, para quiénes, con quiénes el desarrollo, para quiénes...

Son interrogantes que nos abren otras muchas posibilidades, otras dudas, pero pocas certezas. Por lo menos, certezas en la praxis social. Porque, al fin y al cabo, el discurso puede elaborarse de tal manera que dé la sensación de estar muy aterrizado en las certezas. Sin embargo, a la hora de poner en marcha proyectos de intervención, tales certidumbres pueden volcarse en todo lo contrario, sobre todo cuando en estos proyectos están involucrados múltiples y heterogéneos intereses, diversidad de opiniones, niveles de información desiguales. A la hora de tomar decisiones que afectan a una colectividad, estos diversos intereses, opiniones y niveles de información, tienen mucho que ver en el logro de los resultados a los que aspira cada uno de los actores partícipes de estos procesos comunicacionales.

Entonces prefiero que no se entienda la comunicación que es pensada y diseñada como estrategia de intervención en el hábitat, como si fuera un esquema fijo, inamovible, como un recetario de resultados infalibles en todos los casos. En su permanente relación con la cultura, la comunicación también es afectada por los cambios que marcan la evolución de una sociedad, por sus coyunturas económicas y políticas, por su desarrollo científico y tecnológico, por sus dinámicas culturales, por su movilidad poblacional, por las transformaciones en el uso del espacio...

Por lo anterior, es preciso que la comunicación en su consideración de estratégica para la intervención en el hábitat, se valore tanto en su dimensión macro como en lo micro:

En su dimensión macro, global:

Porque está articulada de manera muy estrecha a las políticas que en una sociedad (en sus escalas territoriales de lo nacional, lo regional y lo local) se determinan para su desarrollo económico, cultural, educativo, científico. Porque - veíamos - no todo es comunicación pero si es atravesado por procesos de comunicación.

Un plan de desarrollo cultural no sólo se enfoca hacia el fomento - entre la población - de manifestaciones artísticas y destrezas en bellas artes. También rescata, valora, diseña, espacios de interacción para esa cultura local y/o regional o, en otras palabras, **facilita la creación de espacios de comunicación para que allí converjan diferentes expresiones artísticas y estéticas, desde la tradición oral hasta la creación científica, desde la música popular hasta las expresiones musicales modernas.** A su vez, este plan de desarrollo cultural se integra a otros componentes del desarrollo social: a lo educativo, lo económico, lo territorial. Sólo así puede entenderse su integralidad en el desarrollo de una sociedad.

En su dimensión micro (específica, cotidiana):

Porque las acciones comunicativas que se emprenden dentro de un plan de comunicación estratégica y que se llevan a cabo a través de medios de comunicación masivos o alternativos, o con la creación de escenarios de comunicación pública, tienen sentido sólo si responden a las políticas y principios que orientan un plan de desarrollo integral de una región, localidad o zona. Entre paréntesis: vale decir que esas estrategias de comunicación también deben mostrar la visión global y el tejido que existe entre las diferentes partes que constituyen ese desarrollo.

Como ilustración, conviene mirar - por ejemplo - la importancia que tiene una comunicación estratégica cuando se trata de facilitar la integración de una población en torno a proyectos económicos que implican cambios de formas de producción, o consolidación de redes de comercialización de productos y servicios, o el uso de tecnologías de producción con menores impactos en la conservación de los recursos naturales, o agrupamiento de sectores económicos alrededor de iniciativas de cooperativismo.

En estas circunstancias, la comunicación puede jugar un papel crucial si todas sus acciones de información, formación, capacitación, se derivan de los principios rectores de un plan de desarrollo. Si estas acciones de comunicación ponen al alcance de los diferentes grupos de población, la información que les permita tomar decisiones en iniciativas de interés común. Si da a conocer con regularidad el avance de estos procesos económicos para que la población se entere del desarrollo de los proyectos que están emprendiendo, si muestra experiencias similares que se dan en otros lugares...

En últimas, la comunicación desempeña una función muy importante en estos procesos de desarrollo social, cuando tiene una intencionalidad de informar para cualificar la toma de decisiones de los grupos sociales, sobre todo de aquellos que no tienen acceso a esa información por otros medios. Cuando esa comunicación tiene esa intencionalidad, es posible que haya un cambio de actitudes, que se transformen comportamientos apáticos hacia la participación, y que se conozcan y reconozcan las diferentes acciones que tienen relación directa e indirecta con algún proyecto social, cultural, económico...

Conviene decir que esas acciones de comunicación no sólo están dirigidas hacia la circulación de mensajes de un polo emisor - que puede ser instituciones o gobierno local -, sino también hacia la **generación de espacios de interacción en los que pueda darse la retroalimentación entre emisores y perceptores**. La retroalimentación es la respuesta generada a partir de una acción comunicativa, el espacio de interacción entre los actores de un proceso comunicacional. Es el que garantiza la verdadera comunicación porque permite que se expresen dudas, preguntas, resistencias, que se tomen decisiones, se asuman compromisos, se planteen alternativas.

Para esta retroalimentación, los medios masivos de comunicación (radio, prensa, televisión) son válidos aunque no ofrecen tantas posibilidades para la interacción. Y el problema es que a veces se deposita toda la confianza en ellos. Esto no quiere decir que estén vedados, no. Pero su manejo de la información, las políticas que allí se tienen, favorecen más la información y menos la interacción. Ahora: ¿Los medios de comunicación alternativos (prensa, radio, televisión comunitaria) por el hecho de ser comunitarios sí faciliten la comunicación entre los grupos de población? Tampoco es cierto. Muchas veces esos medios son manejados por grupos de población bajo los mismos criterios y esquemas de organización de contenidos, selección de información, redacción, iguales a los que operan en los medios masivos.

Por esto, a parte de esos medios de comunicación, existen para la comunicación educativa *escenarios*. Éstos pueden ser creados y muchos existen pero no son mirados como espacios de comunicación. Es el caso de una actividad cultural, por ejemplo, una feria de comercialización de productos, un convite, un encuentro de vecinos, una reunión de familias o de jóvenes, un foro, una actividad educativa. Son *escenarios* que - por su gran sentido comunicacional - deben ser considerados como acciones de comunicación estratégica. Sólo se considera en muchos de ellos que la

comunicación juega un papel importante en la difusión del evento, en su convocatoria. Sin embargo, cada una de estas actividades es en sí misma un escenario rico en procesos comunicacionales y, por tanto, requieren ser pensadas dentro de una estrategia comunicativa como acciones que atraviesan diferentes proyectos de un mismo plan de desarrollo.

Así entonces la comunicación es estratégica si se comprende su articulación a procesos macro y micro de la sociedad, y esto es un paso hacia el entendimiento de su transversalidad en la cultura. Que todo proceso de participación social requiere que los agentes sociales que allí participan tengan a la mano suficiente información para tomar decisiones sobre los proyectos de interés público. Por tanto, las estrategias de comunicación deben dirigirse a cualificar esa toma de decisiones y, por esta vía, a mejorar los niveles de participación de cada uno de los actores sociales. Y que la comunicación no se limita sólo a la generación de información a través de medios sino, sobre todo, a la creación de escenarios públicos de comunicación que convoquen a la interacción sobre asuntos de interés común para la población.

La comunicación : un legado cultural

Si nos hacemos la pregunta ¿qué tipo de sociedad hemos heredado?, es posible que la respuesta nos dé muchas pistas para comprender qué tipo de comunicación hemos heredado.

Y si nos planteamos la meta de qué tipo de comunicación vamos a legar, entonces tenemos que reconocer que las acciones comunicativas que llevamos a cabo instituciones y organizaciones sociales, deben crear el camino para que, cuando nos ausentemos parcial o totalmente, sean los mismos pobladores quienes asuman la orientación de esas estrategias. Es nuestro deseo que para cuando llegue ese momento en que debemos retirarnos, las comunidades hayan interiorizado otras formas de comunicación más democráticas, horizontales, participativas dentro de la cultura local.

Esto nos pone en evidencia que la comunicación tiene un gran sentido pedagógico. Por tanto, también los perceptores que interactúan en esos procesos de comunicación, deben apropiarse poco a poco de esos medios y espacios de comunicación, con la orientación de las instituciones o de los dirigentes comunitarios, para que sean ellos los que también incidan en la agenda de temas tratados por dichos medios, o en la programación de estos eventos públicos, y en la realización de estas acciones de comunicación.

La meta de toda acción comunicativa que tenga un sentido pedagógico, que tenga una intencionalidad educativa, es que, a largo plazo, sean los mismos pobladores quienes asuman el diseño y la realización de estas acciones de comunicación, que se conviertan en gestores de nuevos espacios de comunicación dirigidos hacia el desarrollo social de su zona, de su localidad, de su región. Es por esto que desde ahora ellos mismos deben participar en el diagnóstico de necesidades y potencialidades de comunicación, en la planeación de estrategias, y en la ejecución de actividades.

Cabe decir, por último, que esta es una propuesta, no un esquema. Es sólo un camino posible hacia de la democratización de la información para que cada vez más grupos sociales estén en capacidad de tomar decisiones en relación con lo público (lo que es de interés común); para que cada vez más se multipliquen los escenarios de debate y reflexión que permitan asumir acciones hacia el desarrollo local; para que cada vez más las comunidades locales y regionales tengan un interés y vocación por hacer común problemáticas pero también estrategias de solución a sus necesidades de desarrollo; para que la comunicación recobre una dimensión primigenia que ha ido perdiendo con el avance tecnológico de la sociedades: su capacidad de poner en común, de ser un espacio para la interacción y, por esta vía, recobre su perfil pedagógico de creación de escenarios para el re - conocimiento de los diversos saberes y prácticas, y para la construcción colectiva del conocimiento como producto de cada sociedad.

EL RESTABLECIMIENTO DE LAS CONDICIONES DE HABITABILIDAD: *un proceso de y para la comunicación*

El relato de los protagonistas

Guillermina Macías es una abuela con alma de niña. En noviembre de 1997 se vistió de fiesta para despedirse de La Cancana, el caserío que ella misma ayudó a construir muchos años atrás, porque pronto se iría a vivir con sus hijos y sus nietos en Villa Nueva, el reasentamiento construido para 119 familias impactadas por la construcción del proyecto hidroeléctrico Porce II, en el nordeste del departamento de Antioquia, Colombia.

Sus hijos heredaron el río, y el oro. Sus nietos y bisnietos heredarán un poblado nuevo a orillas del embalse.

El 23 de noviembre de 1997, en la fiesta de despedida realizada en La Cancana por todos los habitantes, en una pausa entre el bullicio de zanqueros y cuenteros, Guillermina dijo:

- *Amigos: es hora de partir, de decirle adiós a nuestra Cancana.*

Si, amigos. Es nuestra Cancana, jamás la olvidaremos porque es un lugar maravilloso, donde los habitantes vieron nacer sus hijos y dar sus primeros pasos. Jamás la olvidaremos porque ¿quién puede decir que no tiene recuerdos de nuestra Cancana?

Y decimos nuestra porque entre todos la construimos. Entre todos hicimos la escuela, la inspección, el puesto de salud y el acueducto. Juntos luchamos hasta el final mineando en el río para mejorar nuestra calidad de vida y sentirnos orgullosos de nuestra Cancana.

Nunca olvidaremos que en nuestra Cancana murieron aquellos seres que tanto queríamos y que ahora adoramos y que tenemos que ver borrar sus huellas con el caudal del agua.

Cancana, tierra fértil que dio como fruto una comunidad llena de expectativas. Lugar donde todos somos iguales, donde nuestro lema principal es la unión, donde se muere alguien y más demora en morir que en toda la comunidad

estar presente compartiendo el dolor con nuestros vecinos, como si el muerto fuese de nuestra misma familia. Donde una persona se enferma y ahí están los vecinos trasnochando con él.

Lugar donde no hay diferencias sociales, nadie es más que nadie. Todos somos iguales, todos estamos presentes en las buenas y en las malas. ¡Lugar maravilloso donde todos compartimos buenos y gratos momentos!

Recordemos que en la vida nada es infalible. No todo es color de rosa, a veces lo fácil se vuelve adverso. ¿Por qué todo tiene que ser tan irónico? ¿Acaso los seres humanos somos el producto del sufrimiento?

Aquí estamos felices todos, culminando una etapa más de nuestra vida y aquí mismo comienza una oportunidad de cambio para todos, apagando nuestra alegría con la profunda tristeza de dejar nuestro hogar.

¡Cancana, hoy unos ojos achocolatados te dicen adiós!

¡Aquella vereda linda que la vida nos dio, hoy ella misma se encarga de quitárnosla!

Demos gracias a Dios por darnos la oportunidad de despedirnos de aquel tesoro tan grande para nosotros. Porque entre la distancia y el tiempo hay algo que no podemos olvidar: ¡A nuestra Cancana!

.....

El relato de Guillermina, es el ovillo del cual podemos, cada uno con la información que posee, hilvanar muchas interpretaciones. Intentemos aquí pensar este relato desde la comunicación, una comunicación en su sentido más amplio, primitivo: el de la expresión, el diálogo, la interacción, el lenguaje que une a los hombres y su entorno.

La Comunicación de la memoria...

Comunicación es transmisión de ideas, es evocación del pasado, es decir, de las acciones, es recrear el presente, llenarlo de fantasías, de proyectos imaginados, de sueños.

Y la memoria se comunica. A los hijos, a los recién llegados, a los parientes, a los paseantes, a los nietos. Se comunica la memoria de lo que se quiso ser y se pudo, y también de las frustraciones, de los fracasos. Se cuenta en relatos, en escritos, de abuelos y padres a niños. Se cuenta la memoria de las grandes empresas, de los abusos, de los engaños, de los sufrimientos, de las rebeldías.

Habla la memoria del paisaje: de las colinas y el valle, del río y sus animales, de la selva y sus fantasmas y sus terrores.

La memoria de los valores: de la lealtad, de la honradez, del respeto a la experiencia de los mayores, del trabajo, de la unión.

La memoria de la fiesta: del baile y la danza, del cuento y el chiste...

La memoria de Dios: de lo omnipresente y omnipotente, del Creador de la Creación que llena y envuelve.

Se narra la memoria de la muerte, del ataque y defensa, del combate, de la huída, de la enfermedad crónica, de la violencia...

Cuando se deja que la memoria hable, entonces es posible el duelo por el pasado, y el porvenir puede asumirse con la esperanza de poder construir, completar, acabar, la memoria.

Entre todos la construimos

La historia es común, la memoria es colectiva, la comunicación está presente en la construcción de ambas.

Y hablaron, y contaron, y relataron a otros, y dialogaron para estar de acuerdo, y pidieron ayuda, comunicaron sus proyectos...

Y se pusieron a la tarea de construir sus casas, sus calles, su iglesia, su acueducto, su centro de salud...su pueblo. Espacios llenos de voces, de recuerdos que hablan a los que vivieron aquellos momentos, de una memoria que grita, se expresa, es decir, se comunica porque es una historia común a todos ellos.

...El caudal de agua.

El agua también hará correr la memoria de tiempos lejanos. Y cubrirá los recuerdos. Pero siempre habrá alguien que exprese, que relate la memoria del río. Y que narre los años del desapego, cuando se fueron haciendo a la idea de que habría un cambio de vida, de casas, de espacio, de tiempo.

La unión

Buenos vecinos, solidarios, unidos en las dificultades y en las esperanzas, es la tradición que se comunica a las nuevas generaciones, es la enseñanza para sus hijos, es el valor que los enriquece en medio de la pobreza, es la sanción que señala al que no practica el valor de la unión.

Nadie es más que nadie

En la sociedad de las desigualdades, ellos erigen la igualdad. En la sociedad del egoísmo, ellos practican la unión. En la sociedad de los velos y apariencias, ellos han buscado la transparencia.

¿Acaso los seres humanos somos el producto del sufrimiento?

Se comunica, se hereda, también la fatalidad, el destino que se balancea impecable como un péndulo.

Cambio para todos

Se ha dicho, se ha contado, se ha pensado, se ha sufrido el cambio. Pasa un tiempo y el cambio es un hecho. Se hace un duelo, revuelven las pesadillas, es la incertidumbre, que se comunica, que se comenta, que se expande: hay temores más que certezas.

¡Cancana: hoy, unos ojos achocolatados te dicen adiós!

Es cancana, para ellos. París y su Torre para otros. Buenos Aires y el Tango...Lima y el Malecón de los Suspiros...Bogotá conventual...Medellín y su Eterna Primavera...Río de Janeiro y su Copa- copacabanaaaa ... Managua - nicaragua donde yo te conocí...Honduras y la Profundidad...de los recuerdos, es La Paz y sus palomas en Bolivia, es Asunción y el Chaco, es Montevideo y Bennedeti...Total: es el mapa de la memoria que restablece sus fronteras, que

recorre los vericuetos, que muestra las rutas de lo vivido, que hace confluír los ríos del tiempo, que levanta su cartografía en el territorio de lo pasado y en el croquis sin líneas del porvenir...Se comunica la tristeza, se imagina la nostalgia...

¡Aquella vereda linda que la vida nos dio, hoy ella misma se encarga de quitárnosla!

El lenguaje trata de atrapar lo que ya se va, de retenerlo, de hacerlo íntimo. Se pierde la tierra, la aldea, el poblado, el campo... sembrado de añoranzas...Se conserva la historia, que después será relatada, comunicada para que este desprendimiento se haga común ...

Entre la distancia y el tiempo

Guillermina es todos: los de Cancana, los de Guacavé, los de Garzón, los de La Picardía...los del Éxodo...Guillermina es todos los que se alejan del lugar donde vivieron su historia de cada quien y de todos...Guillermina es todos quienes evocan el tiempo y el espacio....Guillermina es todos los que asumen el cambio de vida y de morada por circunstancias no previstas por ellos mismos...Es todos los que construyen la memoria del paisaje, de las casas, de las calles, de las iglesias, de las escuelas que han sido, o serán o pueden ser demolidas por la naturaleza...o por la naturaleza humana.

LA COMUNICACIÓN: ¡PRESENTE! O ¿PRESENTE?

Vamos a hacer alusión a las situaciones presentadas cuando una institución es llamada a participar de un plan de reconstrucción o de reasentamientos de grupos de población que habitan zonas de alto riesgo ambiental, o han perdido sus condiciones de habitabilidad (vivienda, escuelas, centros de salud, comercio, economía local...), debido a desastres naturales, a problemáticas sociales, o que serán impactados por alguna obra de desarrollo físico como vías, proyectos energéticos...

La intervención de las instituciones se planifica según cada caso. Si el reasentamiento es motivado por riesgos naturales o sociales, o si se da como consecuencia de un desastre natural o una obra de desarrollo, las acciones adquieren unas características especiales. Sin embargo, es posible decir que

cualquiera de esas intervenciones están encaminadas hacia el restablecimiento de unas condiciones de habitabilidad.

Estas condiciones de habitabilidad tienen que ver con la restitución de la vivienda y su infraestructura de servicios básicos, así como de lo que llamamos equipamiento social o comunitario (centros hospitalarios, educativos, zonas comerciales e industriales). De igual manera, con el restablecimiento de una base económica para las personas impactadas y de su sistema de relaciones sociales y culturales.

Así entonces, cualquier intervención institucional que tenga este propósito, debe, en lo posible, buscar un restablecimiento integral: no sólo de la vivienda sino del hábitat, de sus condiciones económicas y sociales.

Nos interesa aquí poner de presente que esta intervención institucional que integra las dimensiones de lo físico, lo económico, social y cultural, requiere el diseño y puesta en marcha de estrategias de comunicación que faciliten esa integralidad de la intervención y que propicien los escenarios para la interacción (comunicación) entre los diversos actores sociales que participan de esa intervención, esto es:

- a) Entre los miembros de una comunidad que se organiza para asumir procesos de restauración de sus condiciones de vida.
- b) Entre las diferentes áreas de trabajo de una misma institución: física, que se ocupa de la reconstrucción habitacional; social, encargada del restablecimiento de las relaciones socio-culturales; económica, que propende por la recuperación de las relaciones de producción, reproducción y consumo.
- c) Entre las diferentes instituciones que participan del programa de restablecimiento del hábitat. En muchos casos, la integralidad de la acción en las dimensiones ya mencionadas no se da por una sola institución sino que está distribuida entre varias, según las capacidades y fortalezas de cada institución o agente externo. Es así como una asume la dimensión económica, otra, lo social, otra, lo físico.
- d) Entre la (s) organización(es) comunitaria (s) y las instituciones partícipes.

Todo proceso de restablecimiento de las condiciones de habitabilidad tiene varias etapas según el tipo de situación que lo provoca. Pero, en general, podemos hablar de unas fases: albergues (excepto para rehabilitación de zonas vulnerables y para obras de desarrollo); negociación de predios,

consecución de recursos, diseño y ejecución de obras, ocupación y apropiación del nuevo hábitat.

Cada una de estas etapas tiene un tiempo de duración que no puede planificarse con absoluto control, pero son acciones de mediano y largo plazo.

Cabe señalar que en cada etapa se da la intervención de unas instituciones aunque no de todas. Es decir, no todas las instituciones acompañan todo el proceso. Unas pueden iniciarlo, otras continuarlo, y otras estar en la última fase. O una sola puede estar de principio a fin. Todo esto depende del tipo de proceso, la magnitud, los recursos económicos de que dispone y, fundamentalmente, de la metodología de trabajo.

Y es en esta metodología de trabajo que las estrategias de comunicación deben ser pensadas con anticipación para cada una de las etapas. Estas estrategias buscan hacer consciente los diferentes espacios y momentos de comunicación que están presentes en una intervención de esta naturaleza. Se busca que se reconozcan y se incorporen a la dinámica de las acciones físicas, económicas, sociales y culturales del programa del restablecimiento del hábitat.

La planificación de las estrategias de comunicación busca que se prevean de algún modo los problemas que pueden surgir en la interacción de miembros de una comunidad, áreas de trabajo de una institución, agentes externos entre sí, y organizaciones comunitarias.

Una visión de la comunicación

Para llevar a cabo la planificación de estrategias de comunicación es necesario que se reconozca que la comunicación es mucho más que medios de información, es decir, que nuestra vida cotidiana está llena de momentos de comunicación y de escenarios de comunicación que van más allá de las veces en que nos sentamos frente al televisor o leemos las revistas preferidas.

Es preciso también valorar el papel que juega la información en la participación, pues es muy difícil poder participar de una toma de decisiones en la que se tratan asuntos de interés colectivo, cuando no todos tenemos acceso a la información necesaria o porque no se nos da, o porque está

concentrada sólo en los directivos de una institución o de una organización comunitaria.

Asimismo, se hace necesario considerar que la comunicación es un proceso más que un cúmulo de productos. El impacto de las estrategias de comunicación no se puede medir por el número de periódicos, o programas radiales o series de televisión. Porque cuando la comunicación se piensa en procesos de participación comunitaria - como es el caso que nos ocupa - su interés es educativo, su meta es el cambio de actitudes favorables hacia el mejoramiento de las condiciones de la participación social. Y esto, como tal, es un proceso educativo, que muestra resultados de manera muy lenta.

Cuando hacemos referencia a una comunicación pensada para la educación en la participación comunitaria, tenemos que decir algo fundamental. La comunicación no opera sola: está articulada a otros procesos de la cultura. Nos comunicamos con nuestro entorno físico, las calles, las plazas, las avenidas, las edificaciones, los árboles, la geografía. Nos comunicamos en nuestras relaciones de producción económica. Los bienes y servicios que consumimos hablan de nosotros, es decir, nos comunican. Asimismo, comunicamos a través de nuestras prácticas de la cultura, de la educación, de los grupos a los cuales pertenecemos, de la ocupación del tiempo libre...

Pensamos la comunicación como estrategia que atraviesa las dimensiones del hábitat ya mencionadas: lo físico, lo económico, lo social. Por tanto, no puede actuar sola sino en relación con estas áreas.

Hablamos de comunicación entre instituciones y comunidades. Es así como la interacción supone unas condiciones equitativas en las que se valora la información y el saber técnico de las instituciones pero, también, de las comunidades y sus organizaciones. Y de sus prácticas y escenarios de comunicación.

Es preciso entonces que nuestra forma de trabajo valore las tradiciones comunicativas de las comunidades y no sólo ellos asuman las formas de comunicación nuestras. Que nuestra meta sea que las comunidades queden con el aprendizaje de conceptos y herramientas que pueden favorecer sus procesos de comunicación e interacción para alcanzar acuerdos, para tomar decisiones con la participación de los diversos grupos, para mejorar la comunicación entre las personas, los vecinos, la familia, la comunidad, la organización comunitaria y las instituciones que trabajan en el desarrollo local.

LA COMUNICACIÓN EN LA CONSECUCCIÓN DE UN NUEVO HÁBITAT

Un proceso de restablecimiento de las condiciones de habitabilidad implica muchas veces un cambio del entorno físico, de las relaciones sociales, económicas y culturales. Se pasa a un nuevo vecindario, a otro paisaje, a una topografía diferente, se modifican los caminos, los recorridos, en últimas, se traslada a un nuevo territorio, que ha sido marcado ya por otros grupos sociales con símbolos, historias, significados, normas, nombres.

Es necesario que las instituciones y las organizaciones sociales reconozcamos por anticipado estas implicaciones, y que, además, las incorporemos a nuestro plan de trabajo, para comenzar a preparar esa transición desde el mismo momento en que la comunidad se organiza para acceder a ese nuevo hábitat.

Las causas del traslado y sus incidencias

Es preciso reconocer que la situación que provoca el traslado de un grupo pequeño o grande de pobladores, determina su participación en el proceso de organización comunitaria durante el período de negociación y construcción de las viviendas y el equipamiento comunitario. Y también incide en la apropiación del nuevo hábitat.

En Colombia y en muchos países es muy común que las personas damnificadas por un desastre, esperen que el gobierno resuelva su problema de vivienda. Durante la vivencia en albergues, llegan ayudas de empresas o de las campañas de solidaridad promovidas por los medios de comunicación.

Para el grupo de damnificados este es un período de gran incertidumbre. Es de los más críticos. Sufren con lo irremediable: han perdido sus viviendas, sus escuelas, sus centros de salud, sus calles, es decir, todos sus esfuerzos de muchos años. A esto se suma el hecho de que muchos de esos desastres ocurren en zonas de alto riesgo, inadecuadas para la reedificación. Entonces se tienen que marchar...¿ y a dónde?

Es un estado que para cada persona - en particular - es doloroso, de fracaso. "Nos tragó la tierra", afirman. Al problema de la vivienda y al de la pérdida de seres queridos se le suman otros: los niños no pueden acudir a la escuela

porque ha sido adecuada para albergue, o destruida, y la carencia de empleo, y la falta de servicios públicos domiciliarios, y ...

La desprotección

Cuando han pasado algunas semanas, los medios de comunicación ya no se ocupan de ellos, las asociaciones de caridad ya no van con víveres ni ropa, ya no acuden los doctores de las entidades importantes. Toda la atención que despertaban, acaba, y deja un gran vacío. Entonces los pobladores se sienten solos, abandonados, engañados por tantas promesas. Se recrudecen, incluso, las carencias de siempre, porque por lo menos antes tenían vivienda y de rato en rato algún empleo, y ahora están obligados a compartir todo: los lavaderos, la cocina, los utensilios de comer, los baños, el ruido, los dormitorios. La convivencia, por momentos, se hace difícil de sobrellevar.

Cualquiera de nosotros, en circunstancias similares, puede enfrentar esta desprotección, este sentimiento de abandono, con una actitud de hacer sentir lástima. Esperamos que quizá así volvamos a llamar la atención que estuvo concentrada en nosotros. Esto mismo ocurre cuando las personas afectadas por un desastre tratan entonces de explotar su condición de damnificados. En nuestras culturas, provocar lástima es la manera de conmover al otro para que ayude y aporte algo.

Un gran número de las personas que atraviesan una situación de estas, han tenido graves carencias durante muchos años, y entonces ven la oportunidad de recibir una retribución social por medio de su condición de damnificados. Nuestras sociedades, con sus estructuras de desigualdad económica y social, su inequidad, y su sistema de valores que favorece los intereses personales en detrimento de lo colectivo, fomenta la solidaridad como una práctica que sólo es ocasional, cuando ocurren las desgracias de grandes proporciones.

Es que somos damnificados... ¿O nos hacen?

En la sociedad occidental la práctica de la solidaridad no es cotidiana. Las instituciones que forman al individuo de alguna manera ayudan al fomento de la competencia egoísta, el crecimiento personal, el ascenso del individuo, y no del grupo ni de la colectividad. La escuela, la familia, la empresa, y los medios de comunicación nos forman en la solidaridad eventual. Y muchas veces somos solidarios más con el propósito de ser vistos o recibir adulaciones, que como algo que nace de nuestro interior. En estos casos, la misma solidaridad se vuelve en un escenario de competencias: ¿quién da más?

Los medios de comunicación reflejan esto de manera patética: anuncian como aves agoreras la desgracia, algunos hasta la vuelven negocio publicitario. Así despiertan la conmiseración. Luego convocan a la solidaridad pública. Hacen que los espectadores se con duelan, y arman otro espectáculo: el de las recolectas. Anuncian a grandes voces a los grandes donantes. Estos se sienten orgullosos y se muestran en los medios. Se atreven aun a dar lecciones de buena conducta. Se sienten pontífices de la moral. Y después, los medios y los donantes, olvidan a los que padecieron la desgracia, los abandonan a su propia suerte...

Es una solidaridad que se desentierra y se vuelve a enterrar para exhumarla cuando se presente una nueva desgracia colectiva. No enseña sino, todo lo contrario, deforma.

Es así como se va creando entre las personas afectadas por un evento trágico, una forma de verse a sí mismos, de ver a los otros, de sentirse entre los demás, y de comportarse de acuerdo con esa percepción, que aquí llamamos *mentalidad de damnificados*. Es algo que perdura. Entre otras razones, porque en su condición de habitantes de albergues o alojamientos transitorios, pueden permanecer varios años.

Otra de las condiciones que favorece la creación de esta mentalidad de damnificados son las dificultades en *la comunicación interinstitucional* entre los agentes externos que se congregan alrededor de un programa de rehabilitación, re - construcción o reasentamiento de población.

Los protagonismos, los celos, la oferta de servicios de asesoría, capacitación, apoyo para estas comunidades se da muchas veces sin **previo acuerdo** entre las mismas entidades. Esto provoca, en un principio, una confusión mayor, incrementa la incertidumbre aunque - en apariencia - sobre todo en el período de la emergencia, haga parecer que la comunidad está protegida, apoyada, "resguardada".

Cabe señalar que esa mentalidad de damnificados es propiciada, no es algo que ellos asuman sin que existan condiciones favorables, tales como la atención de los medios de comunicación durante las etapas de rescate y emergencia, la solidaridad a la convocan, y la concentración de instituciones de gobierno y privadas.

La mentalidad de damnificado en la acción de las instituciones

Esta mentalidad determina la relación que comienzan a tener las personas damnificadas con las instituciones o agentes externos que intervienen en el proceso de re - construcción (en el mismo lugar), relocalización (en el mismo sector o zona) o reasentamiento (en otro sector o zona).

Esa mentalidad de damnificado incide en la disposición y actitud de las personas en la conformación de una organización comunitaria que permita llevar a cabo el proceso de restablecimiento de sus condiciones de habitabilidad.

En todas las etapas de este proceso, es fundamental que se propicie por parte de las instituciones una organización comunitaria bien estructurada, valorada por todas las personas afectadas, con reconocimiento y credibilidad entre los integrantes de la comunidad y entre las instituciones que intervienen.

Para que pueda entonces darse esa organización comunitaria con alto reconocimiento, se hace necesario que se propicie la participación de todos los afectados no sólo en la estructuración de una organización comunitaria sino en las diferentes acciones del proceso de restablecimiento: negociación y legalización de predios, construcción de viviendas y equipamiento comunitario (desde el diseño hasta la edificación), y, posteriormente, la preparación para el cambio hacia un nuevo hábitat y su apropiación.

Si no se reconoce esta mentalidad y actitud de damnificados, se hace difícil para los agentes externos entender muchos de los comportamientos y de las decisiones tomadas por los integrantes de una comunidad damnificada cuando participan de un proceso tendiente al restablecimiento de sus condiciones de habitabilidad física, económica, social y cultural.

Así los agentes externos empiecen a tratar al damnificado como beneficiario o actor de un programa de restablecimiento, entre las personas y en su organización comunitaria, puede perdurar por mucho tiempo la mentalidad de damnificado. Y esto es necesario tenerlo en cuenta para diseñar las estrategias de comunicación que puedan apoyar todas las acciones de un programa de restablecimiento de su hábitat.

En obras de desarrollo: La mentalidad de indemnizados

Cuando se trata de restablecimiento de las condiciones de habitabilidad a poblaciones impactadas por obras de desarrollo, la mentalidad es muy distinta: *es de indemnizados*.

La mentalidad de indemnizados es favorecida muchas veces por las mismas instituciones que ejecutan el programa de mitigación de los impactos, o por instituciones asesoras de una comunidad. Los agentes externos contribuyen a la creación de esta mentalidad con sus actitudes de asistencialismo o de negociantes, dispuestos a pagar cualquier precio por los impactos ocasionados. Y esta mentalidad se da porque - claro está - los mismos pobladores quieren aprovechar esta situación única en su vida, como un tesoro que se encuentran de repente.

La organización comunitaria para la negociación y el restablecimiento del hábitat, y la re - construcción física, económica y social, está marcada por esta condición de indemnizados. Los niveles de participación varían. Es muy difícil que se participe en la auto construcción del nuevo hábitat, como sí ocurre con las comunidades damnificadas. En las obras de desarrollo los pobladores no pierden la vivienda por acciones de la naturaleza sino por decisiones y políticas de desarrollo regional o nacional.

Es así como la actitud frente a las instituciones, la disposición a participar de la toma de decisiones de interés comunitario, la interacción con los agentes externos, el grado de articulación a las actividades desarrolladas por las instituciones, presentan semejanzas en algunos momentos del proceso, pero también tienen diferencias sustanciales según se trate de poblaciones damnificadas o de grupos impactados por obras de desarrollo. Algo fundamental para tener en cuenta en las estrategias de comunicación que se diseñen para favorecer el restablecimiento de las condiciones de habitabilidad.

La comunicación en la participación y toma de decisiones

La toma de decisiones implica un proceso comunicativo. Cuando se buscan acuerdos en asuntos de interés común, se tienen que facilitar a través de la comunicación entre individuos y grupos de una comunidad, y con las instituciones que intervienen.

Reconocemos que la participación se da en diferentes niveles. No todos participan en todo o, dicho de otra manera, no todos los miembros de una organización comunitaria están cualificados para participar en todas los espacios en los cuales se toman decisiones de carácter común.

Aunque no todas las decisiones requieren de una participación de todos los integrantes de la comunidad. Existe una delegación en algunos de sus líderes para que éstos tomen algunas decisiones. Sin embargo, en muchas de las situaciones en las cuales se deben tomar decisiones de interés común, no se da la participación esperada porque los desniveles en la información lo impiden: algunos grupos de la comunidad - o las instituciones que intervienen - poseen una información que no se socializa, a veces porque no se es consciente de su importancia, a veces por salvaguardar intereses particulares de los grupos de la comunidad o de las instituciones. En esto es muy importante el papel que juegan los agentes externos, en procura de que haya unas condiciones favorables para la participación.

Para que se dé una adecuada, libre y apropiada toma de decisiones, las instituciones debemos - como agentes externos - propiciar una información veraz y oportuna. Esta información la proveemos a través de medios de comunicación y/o espacios que necesitamos crear en unión con las mismas organizaciones de la población para que cuando llegue el momento del retiro de la instituciones, la misma comunidad ya esté apropiada de estos medios y escenarios de comunicación, y continúe con ellos para facilitar la participación al interior de sí misma.

Desde el comienzo del proceso de restablecimiento de las condiciones de habitabilidad, puede ser muy pertinente la restitución de anteriores prácticas de comunicación entre personas, grupos y organizaciones de la comunidad. Son prácticas que quizá hayan desaparecido de manera parcial o total antes del evento trágico o de la iniciación de un proceso de mitigación de impacto en obras de desarrollo.

Estas prácticas de comunicación están presentes o latentes en la tradición cultural de las poblaciones. Están muy ligadas a valores como la solidaridad y la vecindad. A partir de estos valores es posible jalonar iniciativas que tengan por fin restituir también sistemas de comunicación entre los miembros de la comunidad, y entre ésta y las instituciones o agentes externos.

Así entonces, durante las diferentes etapas del proceso de restablecimiento de las condiciones de habitabilidad, pueden planearse estrategias de

comunicación que rescaten y pongan en marcha esas potencialidades y recursos comunicacionales que tiene la comunidad, o que tuvo en algún tiempo.

Estamos hablando entonces de la necesidad de propiciar el autoconocimiento y reconocimiento de la memoria comunicativa de una comunidad. Un ejemplo que permite ilustrar es el caso de las comunidades que se han iniciado como asentamientos irregulares, por invasión o loteo no planificado. Durante la defensa y constitución de sus asentamientos pusieron en práctica estrategias de comunicación espontáneas, con un alto grado de eficiencia. Un caso como este muestra que es necesario valorar su experiencia comunicativa.

La comunicación: una estrategia para la construcción social de saberes y memorias.

Las prácticas de comunicación de una comunidad están muy relacionadas con el desarrollo de su organización comunitaria. Y ambas dependen mucho del estado de consolidación del asentamiento: si es una invasión reciente, o si es un conglomerado que tiene reconocimiento jurídico y provisión de servicios públicos aunque se haya iniciado como irregular, o si es un sector residencial de programa de vivienda masiva...

Cada una de esas situaciones marca en buena parte su desarrollo como organización comunitaria y, por tanto, su nivel de comunicación al interior y hacia afuera.

Hablamos de una práctica de comunicación cuando nos referimos a la comunicación planificada, a la que se formula en proyectos y se desarrolla por parte de instituciones externas o de organizaciones de la comunidad. Que es una comunicación pensada y diseñada para facilitar los procesos de participación de los actores sociales que intervienen en ese desarrollo en sus diferentes escalas (barrial, zonal, local, regional) y en sus diferentes roles sociales (niños, mujeres, jóvenes, adultos, grupos, organizaciones, instituciones, padres, madres, funcionarios ...)

Que es una comunicación entendida como intervención estratégica por cuanto la comunicación atraviesa el proceso de desarrollo comunitario en sus diferentes dimensiones de lo económico, lo cultural, lo político - organizativo, lo social. Estamos haciendo referencia a esa comunicación que investiga la realidad sobre la cual va a intervenir.

Esta comunicación estratégica pregunta por el estado de la comunicación en las esferas de lo individual, lo familiar, lo grupal, lo comunitario y lo institucional en sus diferentes interacciones: individuo - grupo, grupo - institución, comunidad - institución...

Además, se pregunta por la práctica de la comunicación según las características del asentamiento. Si es reciente o si es una comunidad con muchos años de formación; si sus orígenes fueron como invasión o asentamiento irregular, o si es un conglomerado que no ha tenido adversidades para su legalización. Porque - cabe decirlo - la interacción o comunicación con la comunidad varía según las características del asentamiento.

Con base en los resultados obtenidos durante la etapa de autoconocimiento de las prácticas de comunicación en la comunidad, entonces se planean las estrategias de comunicación con sus actividades, siempre en procura de que estén articuladas o - dicho en otras palabras - que estén interactuando con las dimensiones física, económica, social.

Aquí no pretendemos dar fórmulas de cuáles actividades de comunicación son las más indicadas, o si se deben preferir los medios audiovisuales a los impresos, o los foros a las reuniones, o las asambleas...Cada medio de comunicación creado, o cada escenario de interacción pensado, responde a unas necesidades, y está situado en un momento específico del proceso de restablecimiento de las condiciones de habitabilidad.

Es por esto que las acciones de comunicación más que un listado de productos comunicacionales, obedecen a las necesidades del proceso y su eficiencia está muy determinada por el grado de relación que tiene con las otras dimensiones del desarrollo del hábitat: con lo económico, lo social, lo cultural...y con las prácticas de comunicación de la cultura local. Si estas condiciones se dan, a los agentes externos y a las organizaciones comunitarias les queda el reto de la creatividad para idear estrategias que faciliten la construcción y la apropiación del nuevo hábitat.

Para terminar, vale la pena recordar que en muchas ocasiones entendemos la comunicación como información y flujo de mensajes, y casi siempre en una sola dirección: desde las instituciones hacia las comunidades. La comunicación se planea como un listado de actividades. Con esto, se desliga a la comunicación de los procesos a los cuales ella atraviesa. Se le corta su

misma esencia, su útero, que es aquel proceso, aquella práctica de la cultura, en la cual está inserta la comunicación.

La comunicación vincula, une, enlaza, objetos con sujetos, sujetos con sujetos, grupos con grupos, memorias individuales con memoria colectiva, historias, personajes, información y saberes entre técnicos y pobladores.

La comunicación tiene sentido si permite el encuentro, si hace que se reconozcan las diferencias de pensamiento, de información, de la cultura, de las acciones diversas.

Es así que el conocimiento de las necesidades y potencialidades de comunicación, y el plan de trabajo que surge a partir de este reconocimiento, tiene desde el principio - o debe tener - una intencionalidad clara: la intencionalidad educativa, de asumir la comunicación como una posibilidad del encuentro, del diálogo, de la interacción de saberes y no sólo de un saber, el del técnico, el académico. Del encuentro de cosmovisiones, de diversas lecturas que surgen de muchos lugares y de todos los actores que intervienen en un proyecto de desarrollo comunitario hacia el restablecimiento de sus condiciones de habitabilidad.

BIBLIOGRAFÍA

BERLO, David K. El proceso de la comunicación : introducción a la teoría y a la práctica. Buenos Aires, El Ateneo, 1976.

CAMPOS, Yesid, ORTIZ, Ismael (comp). La Ciudad Observada: violencia, cultura y política. TM Editores, Observatorio de cultura urbana, Bogotá, 1998.

Comunicación - Educación: una relación estratégica. Revista NÓMADAS No.5. Fundación Universidad Central. Sep, 1996. Bogotá.

Comunicación y Cultura. Instituto de Integración Cultural, Medellín, 1989.

Comunicación y Desarrollo. Instituto para América Latina (IPAL). Lima, 1987.

Comunicación y Educación: formación -con- formación. Revista SIGNO Y PENSAMIENTO No.23. Facultad de Comunicación Social Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá, 1993.

DAVILA R., Gloria Zully. Comunicación : alternativa participativa. En: Contraste, rev. Jul-Dic, 1988.

Fronteras de la Comunicación. En: Revista Comunicación U.P.B. Medellín, 1998.

GENNARI, Mario. Semántica de la Ciudad y Educación. Pedagogía de la ciudad. Herder, Barcelona, 1998.

GODED, Jaime. Antología sobre la comunicación humana. México, Universidad Nacional Autónoma de México, 1976.

GÓMEZ Serrano, Hernando. Siete diálogos imaginarios para una pedagogía urbana. En: Educación y Ciudad: la ciudad como escuela No.2. IDEP. Bogotá, 1997.

Identidades y retos la Comunicación Social. En: Revista Comunicación U.P.B. Medellín, 1998.

KAPLUN, Mario. Repensar la educación a distancia desde la comunicación. Cuadernos Diálogos de la Comunicación No.23. Felafacs, 1992.

- MARC, Edmond. La interacción social : cultura, instituciones y comunicación. Paidós, 1992.
- MARTIN Barbero, Jesús. Comunicación y Ciudad. En: Pensar la ciudad, comp. TM Editores. CENAL, 1996.
- MATTELART, Armand. Los medios de comunicación en tiempos de crisis. México, Siglo XXI, 1981.
- MAYOR SANCHEZ, Juan. Interacción, comunicación y lenguaje. En : Revista de Psicología General Aplicada. No. 38, 1983.
- MEDINA CANO, Federico. ¿Desde dónde estamos pensando la comunicación ?. En : Universidad de Medellín, rev. No.54, mayo, 1990.
- MOLES, Abraham. La comunicación y los mass media. Bilbao, Mensajero, 1975.
- MOLINA, Luis Carlos. El moderno concepto de comunicación. En : Cuartillas, rev. No.7, julio, 1990.
- Pedagogía y Educación Popular. APORTES No.41. Dimensión Educativa. Bogotá, 1996.
- Práctica Barrial 1986 - 1996: una mirada a la periferia. En: Serie Documentos Barrio Taller (Ciudad y Hábitat). Documento No.2. Bogotá, 1996.
- SCHRAMM, W. La ciencia de la comunicación humana. México, Grijalbo, 1980.
- Seminario Taller Comunicación Alternativa para una cultura comunitaria. San Pedro de los Milagros : Agosto 20-22, 1992. Memorias. Secretaría de Educación y Cultura de Antioquia. Medellín, 1992.
- Seminario Comunicación y Ciudad. Memorias. U.P.B, UNESCO, Alcaldía de Medellín. Medellín, Junio, 1997.
- ULLOA, Alejandro. Cultura, Identidad y Comunicación. Diálogos de la Comunicación No.38. Felafacs. 1994.
- VASQUEZ MONTALBAN, Manuel. Historia y comunicación. 1985.

VERON, Eliseo. Lenguaje y comunicación social. Buenos Aires, Nueva
Visión, 1971.

VIDALES DELGADO, Ismael. Teoría de la comunicación. Ed. Limusa,
México, 1985.