



## Desde México: "La comunicación es un proceso de organización social y política"

---

ADALBERTO AYALA PLIEGO - COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA ::  
02/12/2003

Aportación al debate "Los límites de la contrainformación y la comunicación de masas".

Antes que nada un saludo desde México a todos los participantes y una aclaración necesaria. La enorme mayoría de quienes están en este debate viven en España y tal vez compartan muchos elementos referenciales de su propio contexto. Haré un esfuerzo por abordar los temas de la manera más genérica posible que permita un mejor entendimiento de los planteamientos. Más aún, ofrezco una disculpa por no entrar directamente a las preguntas, pero sin los elementos que expongo en esta primera entrega no podría darles contextos a mis intervenciones.

### **Proyecto Comunicación Comunitaria-México**

Comunicación Comunitaria es un espacio de análisis, investigación y organización que desarrolla elementos alternativos en materia de información, comunicación y educación. Parte de una base conceptual que se enmarca en la necesidad de contribuir a la formulación de un proyecto alternativo de país y de sociedad. Esto es, coadyuvar a explorar nuevas formas de producción y de relaciones sociales.

¿Por qué desde la comunicación? Configurar un proyecto alternativo no lo entendemos como el ejercicio de algún grupo, sector social u organización en lo particular, sino como el resultado de un proceso social y político en el que participa una diversidad muy amplia de actores y en el que se involucra la sociedad organizada mediante mecanismos colectivos de análisis, reflexión, diálogo y toma de decisiones. Buscamos contribuir, a través de la formación de colectivos de comunicación comunitaria, a la creación de un estado social de reflexión, organización y movilidad que permita pensar de nueva cuenta a este país y a esta sociedad.

Para construir las dinámicas sociales y los espacios orgánicos que posibiliten dicho proceso es indispensable crear los medios básicos de comunicación y diálogo al interior de las comunidades, como de éstas con otras. Sin embargo, esta dinámica, que utiliza la comunicación comunitaria como forma esencial de identificación, configuración e interrelación entre los colectivos, no puede cimentarse en los actuales medios, prácticas y conceptos de la comunicación masiva y comercial en tanto mecanismos ideológicos y económicos del sistema capitalista.

En este sentido es que la configuración de medios de comunicación alternativos se liga a la búsqueda de formas económicas, políticas, sociales y culturales que se desarrollen sobre de una base distinta a la que actualmente significa el modelo capitalista y de mercado. Por ello no concebimos la información como una mercancía ni a la comunicación como un producto vendible y comprable útil para reproducir los elementos ideológicos que sustentan funcionalmente la lógica de la máxima ganancia y de la máxima concentración de la riqueza.

La comunicación comunitaria puede convertirse en una expresión de la indispensable lucha ideológica que se requiere para la construcción de referencias económicas, sociales, políticas y culturales distintas a las que proporciona el capitalismo. Esta lucha la entendemos como la búsqueda de propuestas alternativas, la configuración de nuevos modelos y sistemas de ideas, así como la puesta en práctica de proyectos y propuestas en todos los órdenes de la actividad humana.

La modalidad de la comunicación masiva y comercial se basa en principios de unidireccionalidad, adoctrinamiento y emisión-consumo y parte de un concepto de inconciencia-conciencia que hace de los receptores simples objetos de ella al no reconocer otras formas de entender, configurar y hacer al mundo. Ante ello consideramos fundamental partir de un concepto de información alternativa que se caracteriza porque es la que cotidianamente producen los grupos sociales y que además es factible de ser sistematizada y reapropiada por ellos mismos para comprender de manera más amplia su entorno, al tiempo que establece intercambios creativos con otras experiencias y propuestas. Por ello, parte fundamental de la actividad de Comunicación Comunitaria es el desarrollo de mecanismos metodológicos e instrumentales para la investigación ideológica, con el propósito de encontrar los elementos esenciales de la movilidad social y política necesarios para desarrollar formas y dinámicas alternativas de organización y práctica social y política. De igual forma la investigación y el análisis en el campo de la comunicación nos obliga a preguntarnos acerca del tipo de comunicación que se requiere y de los elementos que la conforman.

De igual manera buscamos una comprensión profunda de los modelos en que se expresa una determinada forma de conciencia y los mecanismos mediante los cuales el capitalismo renueva constantemente su dominación ideológica, así como las formas en que puede reanimarse el propósito revolucionario de la transformación profunda de la sociedad. En este sentido nos proponemos estimular la producción de medios específicos partiendo de las condiciones particulares de cada comunidad o colectivo.

Otro aspecto importante es abrir líneas de investigación y experimentación en materia de educación, ya que consideramos la formación y la capacitación de colectivos de comunicación interesados en trabajar con la otra información como una tarea central, relacionando la formación y la capacitación con la búsqueda de modelos educativos distintos a los establecidos por el sistema formal.

En este sentido es que hemos desarrollado un instrumento central de trabajo que nos permite: a) contar con espacios concretos para la investigación; b) formar nuevas personas en los conceptos y las prácticas de la comunicación comunitaria; y c) desarrollar nuevos medios de comunicación en espacios comunitarios concretos.

## **Curso-taller de comunicación comunitaria**

### *Introducción*

Esta actividad se realiza con el objeto de proporcionar los elementos conceptuales y prácticos básicos que permitan iniciar y mantener un proceso sistemático de autoformación; así como establecer un compromiso de trabajo para contribuir a la formación de nuevos colectivos de comunicadores comunitarios.

El trabajo periodístico es poco comprendido en sus aspectos prácticos y menos aún en sus connotaciones políticas y sociales. Suele concebirse como una actividad publicitaria en una lógica unidireccional, esto es, en un sólo sentido que va del emisor al receptor. Más aún, como la expresión de grandes y complicados conocimientos reservados a los "profesionales de la comunicación" y a los medios de comunicación masivos y comerciales.

Buena parte del funcionamiento de las sociedades contemporáneas se basa en el desarrollo de nuevos y cada vez más sofisticados "medios de comunicación". Sin embargo, una de las paradojas contemporáneas es la de un superdesarrollo tecnológico aplicado a las comunicaciones cuyo resultado es una paulatina desintegración e incomunicación sociales o mejor dicho una manipulación de masas.

Sin entrar a detallar las causas de lo anterior es importante mencionar que el fenómeno mencionado se convierte en un poderoso condicionante negativo de los procesos sociales de organización y toma de conciencia, no sólo por la funcionalidad productiva y económica (de mercado) que se le ha asignado a los medios de comunicación sino esencialmente por el papel de generadores y reproductores de patrones de conducta y pensamiento afines con la sociedad capitalista. De esta suerte, la palabra se convierte "en una fórmula independiente de la experiencia del hombre que la dice, desprovista de toda relación con el mundo de ese hombre, con las cosas que nombra, con la acción que despliega".

Por lo anterior es común la percepción que nos conduce con facilidad a creer que el comunicador se forma alejado, sin relación de compromiso, de sus fuentes inmediatas de trabajo; o que será a través de cursos interminables de teoría y manuales incomprensibles de gramática y ortografía como podrán cultivarse las habilidades de la comunicación, o lo que es peor aún que basta con lanzar nuestras consignas incendiarias, repartir calificativos como si fuesen caramelos o convocar al levantamiento general contra los horrores del capitalismo para que la "manada de inconscientes, apáticos, desorganizados e indiferentes" nos sigan cual flautista de Hamelin, hechizados por nuestros discursos, lanzados desde nuestros medios de información.

La comunicación, en un sentido estricto, es parte esencial de la formación y funcionamiento de las comunidades, sean éstas de cualquier tipo, pero no sólo para formar circuitos cerrados de comunidades cerradas, sino también para enlazar y relacionar unas con otras. En este contexto el papel del comunicador es formar parte del proceso de configuración de agrupaciones humanas, de su maduración y de su interacción con un todo social y político. Comunidad y comunicación son términos indisolubles, sin el uno no existe el otro, la cuestión radica en definir qué tipo de comunicación y qué tipo de comunidad queremos para establecer, a continuación, el tipo de comunicadores que necesitamos.

Por ello de poco serviría capacitar si las habilidades adquiridas no se comparten y reproducen. Sólo una dinámica que socializa el conocimiento permite la afirmación y enriquecimiento de éste. No bastará con habilitarnos en las prácticas elementales del comunicador comunitario, pues para adquirir verdaderamente este nivel será indispensable coadyuvar con la formación de otros compañeros.

De ahí la importancia de configurar modelos y referencias distintas a los dominantes para intentar construir otra comunicación y formar nuevos comunicadores. Esto reclama

esfuerzos complejos y numerosos, ya que por un lado necesitamos reconocer y retomar lo mejor de las reflexiones teóricas realizadas y sus avances prácticos, así como detonar un proceso de múltiples participaciones y características que recoja las prácticas y los valores de las experiencias organizativas de los más diversos sectores populares. Esto es, en los hechos no inventaremos nada, tan sólo habremos de contribuir a construir los canales y las herramientas para que surja la palabra verdadera, la que implica reflexión, diálogo y acción para transformar el mundo.

### *Los métodos de trabajo*

Redactar, etimológicamente, significa compilar o poner en orden; en un sentido más preciso, consiste en expresar por escrito los pensamientos o conocimientos ordenados con anterioridad.

La comunicación implica un conjunto múltiple, diverso y permanente de intercambios, como un proceso que surge de las propias necesidades concretas de la actividad humana. Busca expresar y recibir desde los códigos más básicos de la convivencia hasta los conocimientos y propósitos más complejos y sofisticados. Sin embargo este proceso no se realiza al margen de las condiciones materiales, sociales, políticas y culturales que lo impulsan.

En este sentido, el curso-taller no utiliza los métodos basados en el aprendizaje de fórmulas o recetas diseñadas para la formación de informadores de los medios masivos. Más aún, no buscamos tanto enseñar como estimular la autoformación.

Retomamos aspectos técnicos de la redacción periodística y sus géneros, pero enfatizamos la ruptura con criterios, mitos y percepciones surgidas de las modas de la información. Buscamos dar un panorama de los avances técnicos y sus eventuales aplicaciones, pero enfatizamos el desarrollo de los recursos tradicionales en combinación con la tecnología. Trabajamos en pulir la redacción y la ortografía, pero ponemos mayor interés en la exploración de nuevas formas de expresión, la recuperación del lenguaje sencillo y tradicional, así como reflexionar sistemáticamente la estrecha relación entre el qué decir con el cómo decirlo en un contexto de desarrollo comunitario.

Todo ello es importante y necesario como un proceso de reflexión, diálogo y práctica constante; de ensayos y errores, así como de cultivar la autocrítica permanente. Esto es estimular una autoformación permanente lo más amplia y variada posible en un contexto donde el medio de comunicación es solamente eso, un medio, pues la comunicación es un proceso mucho más vasto que periódicos, radios, internet, panfletos, fanzines, revistas, etcétera.

Para nosotros, la comunicación, que no la información (o contrainformación) es un proceso de organización social y política que se realiza con base en un proceso circular y dialéctico de reflexión, diálogo y acción colectivas.

NOTA: En una segunda entrega expondremos un caso específico de desarrollo organizativo con base en la comunicación comunitaria. A partir de ahí entraremos de lleno a las preguntas planteadas en la metodología y a retomar algunas de las opiniones vertidas en los comentarios.

<https://www.lahaine.org/mundo.php/desde-mexico-la-comunicacion-es>