

ECLH

CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION  
DE LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION

ENCUENTRO CONEICC '83

Comité Organizador

Gómez Palacio, Dgo. Noviembre 11 - 12, 1983.

SOBRE COMUNICACION POPULAR

- Documento Base -

Introducción

En una perspectiva de futuro, frente a un presente de dominación y de aislamiento social, el Encuentro CONEICC '83 pretende profundizar en el significado, análisis e interpretación de la comunicación popular, en cualesquiera de sus manifestaciones y de sus prácticas.

Los últimos años han visto aparecer, como en corrientes subterráneas, formas diversas de análisis teóricos y de prácticas comunicativas populares, que tratan de enfrentarse a la comunicación dominante. No obstante, aún no se definen suficientemente, ni en la teoría ni en la práctica, la esencia, los objetivos y los mecanismos de la comunicación popular.

Resulta, pues, de suma importancia que en el Encuentro CONEICC '83 se prosiga por este camino de búsqueda -o por esta búsqueda de un nuevo camino- a fin de propiciar la confluencia de diferentes opiniones, experiencias y logros.

I. Algunas interrogantes sobre comunicación popular.

Desde las crisis cotidianas que permean nuestra existencia personal y colectiva, resulta angustioso constatar la urgencia de integrar-

solidariamente, y de comunicar entre sí, a las fuerzas que luchan, en múltiples formas, por acelerar la independencia y la liberación de -- nuestros pueblos.

Tal vez aquí pueda encontrarse la raíz de este proceso que se -- ha venido denominando comunicación popular.

Agregar el adjetivo "popular" al sustantivo "comunicación", implica, primero, que no se trata de una comunicación cualquiera. Entonces, ¿de cuál comunicación se habla? ¿Cuáles son los alcances y -- los límites de esta comunicación? ¿Cuáles son las diferencias o las semejanzas entre esta comunicación popular y la llamada comunicación alternativa? Y, en la misma perspectiva, ¿cuáles son las diferencias y las semejanzas entre la comunicación popular y la denominada contra-información?

Quienes han optado por el análisis teórico o por la práctica de la comunicación popular, ¿han superado el discurso autoritario de muchos medios informativos de izquierda? ¿Han establecido enfoques comunicativos diferentes, contenidos temáticos diferentes, lenguajes diferentes, mecanismos o estrategias diferentes? En otras palabras, -- ¿han trascendido el esquema informativo autoritario que se origina en el poder y desde el poder, y que no tolera ni abre cauces a la participación activa y consciente, al diálogo, a la democratización y a un proceso de cambio social?

Ahora bien, si se ha optado por una comunicación popular, ¿qué alcances teóricos y prácticos se le da al concepto popular? ¿Es comunicación popular cualquier intento por llegar a los marginados, a los campesinos, a los obreros, a los artesanos..., a quéllos que se definen como integrantes de las clases populares? En otras palabras, -- ¿cuál es el pueblo al que se dirige la comunicación popular? ¿Desde-

qué perspectivas teóricas o ideológicas se define lo popular de este tipo de comunicación?

Reflexionar sobre éstas - y otras muchas - interrogantes es el objetivo que se enmarca en el análisis teórico que pretende el ENCUENTRO CONEICC '83. Tema, como puede verse, susceptible de ser discutido, confrontado y debatido en el marco de un diálogo que puede ser fecundo.

## II. Experiencias en Comunicación popular.

Muchos esfuerzos de establecer lazos o de abrir nuevos canales de comunicación entre el pueblo y con el pueblo, quedan en el olvido o se ignoran absolutamente, porque los grandes medios no les dan cabida.

El ENCUENTRO CONEICC '83 pretende abrirse a cualquier experiencia en la que los sectores populares sean participantes activos de programas diversos en los que se utilicen diversos "medios", como historietas, audiovisuales, cine, video-cassettes, boletines, periódicos murales, cassette-foros, diaporamas, etc., etc.

Para poder enmarcar esas experiencias desde una misma perspectiva, creemos conveniente plantear las siguientes interrogantes:

- \* ¿Cómo puede describirse esta experiencia? ¿Cuándo se inició?  
¿ Por qué? ¿A quiénes se dirige?
- \* ¿Cuáles son sus objetivos? ¿Han cambiado? ¿Permanecen los mismos del comienzo?
- \* ¿Cuenta con alguna fundamentación teórica? ¿Cuál?
- \* ¿Existió (o existe) alguna confrontación entre teoría práctica?

- \* ¿Qué medios comunicacionales se han probado? ¿Cuáles son sus contenidos? ¿Qué resultados se han obtenido?
- \* ¿Se ha evaluado la experiencia? ¿Cómo?

En pocas palabras, al escoger algunas experiencias en el campo de la comunicación popular, como teatro, radio, cine, video-cassettes, etc., se pretende que éstas sean descritas y explicadas suficientemente, en tal forma que quede claro:

- 1º Origen y evolución de la experiencia.
- 2º Objetivos (directos o indirectos)
- 3º Medios utilizados para lograr esos objetivos.
- 4º Evaluación: objetivos vs. resultados.
- 5º Conclusiones.

### III. Comunicación popular e industrias culturales.

No sin razón las llamadas industrias culturales se ven siempre con sospecha, si no con exacerbación crítica. Pero cualquiera que sea el punto de vista de quienes las analizan, lo cierto es que los productos de dichas industrias están ahí... Y en ocasiones han logrado crear figuras míticas que superan con mucho a los héroes o a los santos. Kalimán o La Familia Burrón, La mujer maravilla o Gabriel y Gabriela, Luke Skywalker o Supermán, están en el mercado para comprobarlo. Si a esto agregamos ya no la multiplicidad de revistas o historietas, sino además la presencia de las industrias culturales en todos los medios masivos, es justo hacernos algunas reflexiones:

- \* ¿En qué medida los productos de las industrias culturales inciden en la cultura popular?
- \* ¿En qué forma interactúan los dos elementos de este análisis:

por una parte, las culturas populares; y por otra, las indus  
trias culturales?

- \* ¿De qué depende el éxito de mercado que tienen muchos de es-  
tos "productos culturales" presentados a través de radio, ci-  
ne, prensa y/o televisión?
- \* ¿Existe alguna evaluación seria de cómo las industrias cultu  
rales van transformando a las culturas populares?
- \* ¿Existe, pues, algún análisis sobre el impacto real en la --  
cultura de masas, producido por las industrias culturales na  
cionales y transnacionales?
- \* ¿En qué medida la comunicación alternativa se presta como u-  
na opción realista frente a los mensajes de las industrias --  
culturales y transnacionales?

Estas - y otras muchas - interrogantes surgen al reflexionar so-  
bre el tema que ahora nos ocupa para el ENCUENTRO CONEICC '83 y que -  
esperamos sean respondidas y debatidas ampliamente.

#### CONCLUSION

En consecuencia, el ENCUENTRO CONEICC '83 busca abrir un espa--  
cio de discusión en torno a las perspectivas teóricas actuales de la-  
comunicación popular, a experiencias evaluadas de comunicación popu--  
lar llevadas a cabo en México, y a las posibles relaciones entre comu  
nicación popular e industrias culturales.

Las interrogantes aquí planteadas no agotan la amplia gama de --  
cuestiones relacionadas con la comunicación popular, pero responder a

éstas - o a otras muchas - preguntas es indispensable para la comprensión de los fenómenos comunicativos.

Por nuestra parte, esperamos que el ENCUENTRO CONEICC '83 constituya un espacio de intercambio, discusión y diálogo, que permita vislumbrar caminos para encontrar las respuestas.

EL COMITE ORGANIZADOR.