

- Licenciado y Magister
en comunicación
social
- Especialización en
comunicación y
desarrollo.
- Email:
carcam@ceibo.entelnet.bo

Investigar lo popular hoy ¿Qué es?.

Miradas ciudadanas desde las radios populares

Carlos Camacho A.

Los "antis" de lo popular

Desde la década de los años '80, las experiencias comunicacionales y educativas calificadas en América Latina como "populares" sufrieron un profundo desgaste producto de las nuevas lógicas del capitalismo que imponía a los medios masivos de comunicación cada vez con mayor fuerza, una lógica de rentabilidad económica (fines de lucro: ganar dinero) y política (fines propagandísticos: ganar partidarios).

Como resultado de este hecho, presenciamos de palco la muerte o el entierro anticipado de utopías que acompañaron y dieron sentido a estas prácticas "alternativas" de reivindicación y lucha. Lo popular nos hizo creer el mercado era sinónimo de mediocridad, entendida en el marco de una producción artesanal (anti-tecnológica, anti-profesional), que con escaso personal y bajos costos podía llegar a aspirar, en el mejor de los casos, una influencia grupal (anti-masiva) en el ámbito comunal (anti-urbana). Por todo ello, el fallecimiento de lo popular o su reduccionismo estaban profetizados, ya que cada vez aparecían más "anti-popular" en una libre oferta/demanda del ¡sálvese quien pueda!

En todo este proceso histórico, es interesante analizar de cerca el papel que juegan las radios populares. Desde su alumbramiento bajo el apellido de "educativas" a fines de los años '40 en Sutatenza, Colombia supieron acomodarse e influir en las

realidades particulares y disímiles que a cada una le ha tocado vivir. Y para ello ha sido fundamental la labor cumplida por las agrupaciones internacionales que las convocan, como la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) y la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER).

Sin embargo, en estas sociedades de fin de siglo las radios populares y en general, todos los medios y prácticas de comunicación inscritos en esta lógica de trabajo se encuentran navegando sin rumbo en un océano de dudas e incertidumbres, tal como lo proclaman numerosos académicos y gente de los anti-medios¹. Estos y otros cuestionamientos a la comunicación popular nos llevaron a realizar un trabajo de investigación para determinar cuál es el rol que estas radios adquieren en estos tiempos o, si en el caso contrario, no tienen otro papel que esperar su hundimiento fatalmente pronosticado por los profetas del libre mercado.

Para ello, tomamos como caso de estudio la Asociación de Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL) que, como afirmó recientemente Juan Díaz Bordenave, "con 30 instituciones asociadas que transmiten programas educativos en aymará, quechua, guaraní y español, es el líder continental de la educación por radio"². Por lo tanto, el presente artículo se basa en dicho proceso investigativo³.

¿Lo popular en la comunicación? o ¿la comunicación en lo popular?

En primera instancia, nos parece fundamental aclarar la concepción en torno a lo popular que, en definitiva, marca nuestros modos de comprender y de relacionarnos con una determinada realidad. Para ello, nos aproximamos a las articulaciones entre la comunicación y lo popular a partir de cuatro pistas, que configuran sólo un "mapa nocturno" en palabras de Jesús Martín-Barbero de partida:

Primera pista: más allá de la opción por los pobres

Aquí hablamos de radio popular o más bien dicho, de radios populares haciendo referencia a un movimiento múltiple en cuanto a sus realidades y experiencias, pero articulado en torno a una visión compartida en el sentido de que ésta responde a las necesidades, intereses, problemas y expectativas de los sectores excluidos, discriminados y empobrecidos de la sociedad. Entonces, no sólo hablamos de los empobrecidos que, por sus condiciones objetivas de vida, se centran en satisfacer sus necesidades básicas y elaborar estrategias de supervivencia, sino también de los sectores que por su género, etnia, nivel socioeconómico, ubicación geográfica, etc., se los margina de sus derechos como seres humanos.

Por lo tanto, estas radios tienen como sujeto, fuente y destino de su acción a las culturas populares que, para Néstor García Canclini (1981), ocupan una común situación de subalternidad, subordinación, marginación y oposición frente a lo hegemónico, lo cual otorga una identidad compartida a grupos sociales diversos que coinciden solidariamente en ese proyecto. Pero lo popular, como veremos a continuación, va más allá.

Segunda pista: democratizar la democracia

Hallamos en el transcurso de estas últimas décadas una serie de "apellidos" (alternativa, comunitaria, participativa, rural, libre, etc.) que no hacen otra cosa que mostrar la capacidad y versatilidad de estos medios populares por acomodarse a los tiempos con propuestas y prácticas diferentes, pero con un mismo objetivo: la rentabilidad sociocultural, tal como lo expresa Rafael Roncagliolo (1996). Vale decir, el servicio público orientado básicamente a la construcción de una sociedad más democrática, bajo un marco de justicia e igualdad. En este sentido, estas

radiodifusoras rescatan para sí la misión fundamental con la que nacen los mass media entregados en cuerpo y alma a sus audiencias: el servicio a la comunidad.

Las radioemisoras populares buscan una "nueva" sociedad al identificarse con una opción política de transformación social desde cuatro ejes planteados por José Ignacio López Vigil (1997): a) contribuir al desarrollo, b) ampliar la democracia, c) defender los derechos humanos y d) proteger la diversidad cultural.

Tercera pista: definitivamente el público te hace popular

Lo popular se construye en una relación de doble vía, que permite formar respetando las labores particulares de cada actor en el proceso de la comunicación sujetos EMIREC's (emisores-receptores), en el sentido que le asigna al término Mario Kaplún (1985). Las radios populares abren sus micrófonos favoreciendo la expresión y participación ciudadanas, por lo que María Cristina Romo (1987) las llamó popular-participativas.

Así, lo popular se constituye en una forma de relacionarse con el público, donde éste reconoce las potencialidades y limitaciones del medio, y lo utiliza para su beneficio práctico y simbólico en diferentes direcciones. A su vez, el medio pretende cumplir sus metas a través de un trabajo comunicacional sistemático y profesional. Lo popular es, entonces, una vocación social que negocia los intereses de uno y otro lado en la edificación de una cultura democrática sustentada en el mejoramiento de la calidad de vida de la población más necesitada.

Al asumir su raíz en el pueblo y al manifestarse a su pleno servicio, lo popular asume la responsabilidad de constituirse en un proyecto comunicacional de calidad con capacidad, con todo lo que ello supone en el campo de la gestión, capacitación (profesionalización), producción, autofinanciamiento, equipamiento (nuevas tecnologías) y todos aquellos aspectos que la conviertan en una empresa social eficiente, donde el oyente no es sólo el cliente, sino el cómplice en una aventura cotidiana. En nuestros tiempos, lo popular está obligado a ser rentable y competitivo, sin dejar de lado su sentido original.

Cuarta pista: columna vertebral, la comunicación educativa

Es innegable que lo popular lleva consigo un proceso formativo de apropiación crítica y producción innovadora de cultura. En el caso de la radio popular, este trabajo se manifiesta en una práctica educativa dialógico-participativa que respeta las diversas tendencias políticas e ideológicas y fortalece con todo derecho la suya, constituyéndose en un foro público plural, con capacidad crítica y propositiva.

Como apreciamos, el sentido asignado a lo popular, más que una simple cuestión semántica, conlleva una reivindicación humana donde los menos favorecidos exigen protagonismo e interlocución en la construcción de una sociedad auténticamente democrática asentada en la participación. Como aseveró Mario Kaplún (1985), "los sectores populares no quieren seguir siendo meros oyentes; quieren hablar ellos también y ser escuchados". Así, lo popular nos habla de una comunicación democrática que hace referencia al diálogo, la participación, y la horizontalidad (de doble vía) en la generación de comunidad desde las mayorías de nuestros pueblos latinoamericanos. Ahora, estos principios están más enérgicos que en el pasado.

Las cuatro pistas esbozadas nos ayudan a re-orientar nuestras investigaciones que no son otra cosa que la puesta en clara y ordenada evidencia y la optimización continua de nuestros quehaceres comunicacionales desde la propia experiencia acumulada y, también, a partir de la visión de mundo que llevamos internalizada, la manera de

relacionarnos con el "otro" y el sentido ("vulgar" o "alto") que asignamos a las diversas prácticas culturales.

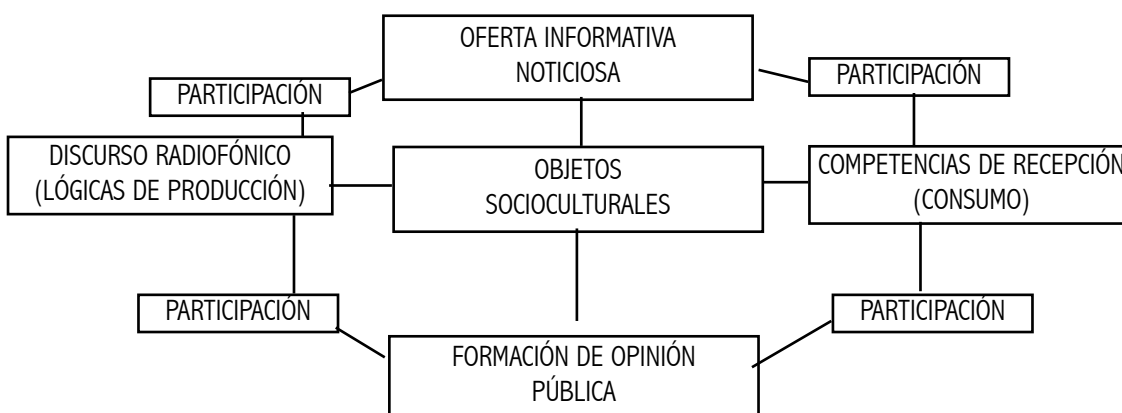
Opción fundamental de fin de siglo

Lo popular se teje desde varias ópticas teóricas, que responden a la propia realidad de la cual son producto. Los que más conocimiento producen en el campo de la comunicación popular son los que están insertos desde hace años en este proyecto latinoamericano. En la actualidad, gran parte de los teóricos y académicos han descalificado el tema porque argumentan que habría sido superado por nuevas corrientes que lo han dejado aún sin comprenderlo profundamente y a pesar de constituirse en la profunda realidad de nuestros pueblos fuera del mercado de la moda teórica latinoamericana.

La Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER, 1996) planteó que mientras los medios de comunicación tildados de "comerciales" se inscriben netamente en un afán de lucro haciéndole el magistral complemento a la lógica del mercado, los medios de comunicación "popular" con las características que hemos revisadas anteriormente a grandes rasgos son los que deben asumir la generación de una nueva y mejor ciudadanía para la profundización de la vida democrática en América Latina.

Como resultado de su propia trayectoria y proyección, las radios populares asumen un rol específico como espacio público⁵ en la construcción de ciudadanía, lo que a muchos ha llevado a calificarlas de "ciudadanas". En ese espíritu, las radios populares recuperan y legitiman para sí lo que la mayoría de las instituciones del Estado y los partidos políticos no pudieron realizar, constituyéndose en uno de los espacios públicos más destacados en el ámbito local donde la ciudadanía se manifiesta, siente, opina, interpela y ejerce presión y poder para producir cambios reales.

Sobre la base de estos criterios, construimos una matriz de intervención para aproximarnos al rol de las radios populares en la gestación de ciudadanía desde diversos ámbitos comunicativos complementarios que despliegan en su práctica cotidiana. El esquema propuesto a continuación se mueve sobre dos ejes: el diacrónico —entre el discurso radiofónico (lógicas de producción) de las radioemisoras populares y las competencias de recepción (consumo) de las



FUENTE: Elaboración propia

audiencias_ y el sincrónico o simultáneo: entre la oferta informativa noticiosa y la formación de opinión pública. A su vez, las relaciones entre éstos se hallan mediadas por la participación de los oyentes en la producción, durante y fuera de la emisión de los programas radiales. El eje que da sentido a estas prácticas es el de sus objetivos socioculturales (o de servicio a la sociedad civil).

Por lo tanto, proponemos cuatro ámbitos comunicativos de investigación, desde la percepción y práctica cotidiana de los emisores (radialistas y reporteros populares) y desde el consumo de los receptores (públicos): discurso radiofónico, oferta informativa noticiosa, incidencia en la opinión pública y participación radial propiciada entre los oyentes.

Imaginación metodológica: rigurosa y complementaria

Para abordar los cuatro ámbitos comunicativos mencionados nos pareció conveniente la utilización, de una forma vinculada y complementaria, entre enfoques metodológicos cuantitativos y cualitativos. Así, se combinó en la estrategia metodológica, el máximo de generalidad (encuesta) con la concreción grupal (debate grupal) y el análisis del discurso radiofónico.

Lo cierto es que la combinación de enfoques permitió abordar no sólo a los emisores del proceso de la comunicación radiofónica que, en este caso, fueron los radialistas y reporteros populares de las afiliadas a ERBOL en su acción mediática gestora de ciudadanías, sino también a los receptores de población masculina y femenina del área urbana del municipio donde funciona la radio y, a los modos expresivos del discurso radial (programación). De este modo, cubrimos los componentes sustanciales del proceso de la comunicación, desde una perspectiva local (municipal-urbana).

No pasamos a explicar cada una de las técnicas utilizadas porque se conocen bastante, a excepción de una de ellas. Basándonos en la imaginación y reflexión metodológica de María Cristina Mata (1996) para la investigación del quehacer de las radios populares, particularmente, y en la propuesta de Steven Taylor y Robert Bogdan (1990) de un investigador-innovador que se "educa" sobre los modos de estudiar el mundo social creando constantemente nuevos métodos y enfoques, se diseñó el debate grupal.

Después de varios años de aplicar esta técnica en diferentes realidades y circunstancias en la labor de formación y capacitación de la Asociación de Educación Radiofónica de Bolivia (ERBOL), pensamos que está suficientemente validada para ser empleada en aproximaciones cualitativas a realidades concretas.

Veamos en la siguiente tabla algunas semejanzas y diferencias entre tres técnicas cualitativas que erróneamente son aplicadas de la misma manera:

SEMEJANZAS

GRUPOS FOCALES	DEBATES DE AUDIENCIA	DEBATE GRUPAL
----------------	----------------------	---------------

- La situación grupal, la discusión y la amplia participación que estas técnicas cualitativas posibilitan, estimulan en los individuos participantes la producción de información —de lo que viven, hacen, sienten o piensan— sobre determinados aspectos que deseamos indagar

- Estas técnicas están orientadas a conocer con profundidad las vivencias y opiniones de los sujetos sobre ciertos hechos, situaciones o prácticas

DIFERENCIAS

GRUPOS FOCALES	DEBATES DE AUDIENCIA	DEBATE GRUPAL
<ul style="list-style-type: none"> - Poca estructuración de la discusión: el tiempo empleado para discutir cada tema y los aspectos específicos que se discuten dependen de la propia dinámica del grupo - Puede ocurrir que sólo unos pocos participantes dominen la discusión con sus intervenciones y que, de ese modo, los puntos de vista y opiniones minoritarias no tengan suficiente ocasión de expresarse - De la capacidad, habilidad, experiencia y entrenamiento del moderador depende el evitar que sólo hablen algunos participantes o lograr que se exploren todos los aspectos que interesan de un cierto tema 	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor estructuración de la discusión: su realización supone pasos y consignas muy claras a seguir con el fin de lograr información suficiente - Buscan las formas de revelar diferencias y desacuerdos y de lograr una participación más equilibrada del conjunto - El recurrir a técnicas grupales y el contar con un camino prefijado de debate ayuda en mucho a garantizar buenos resultados, más allá de confiar estrictamente en el moderador - Son más aptos para recoger información variada, matizada y profunda acerca de comportamientos cuya posible explicación ya hemos elaborado con anterioridad 	<ul style="list-style-type: none"> - Estructuración sistemática y ordenada de la discusión y la reflexión sobre la base de un programa de trabajo que plantea horarios, temas, exposiciones, trabajos grupales, plenarias y dinámicas específicamente determinados con anterioridad - Este método facilita una experiencia de aprendizaje que se hace a partir de la utilización de insumos sonoros, gráficos y audiovisuales. - En esta investigación esta técnica pretende que las personas involucradas produzcan información acerca de su experiencia y práctica como emisores/productores de radio (radialistas y reporteros populares)

FUENTE: Elaboración propia sobre la base de las reflexiones de Mata (1996)

De acuerdo con lo bosquejado en la tabla anterior, definimos al debate grupal como una técnica de investigación cualitativa que aprovecha la dinámica de grupo para estimular y permitir la participación amplia de los participantes con el fin de lograr que las personas involucradas produzcan -de forma estructurada y con la ayuda de un conductor-facilitador- información variada, matizada y profunda sobre ciertos hechos, situaciones o prácticas de su experiencia como emisores de radio.

La vigencia innegable de lo popular

Luego de someter a prueba (escrutinio empírico) los ámbitos comunicativos propuestos a partir de la matriz de intervención, comprobamos lo siguiente en relación a cada uno de ellos:

- El discurso radiofónico de las radioemisoras populares se estructura especialmente sobre la base del género periodístico, que refleja la actualidad informativa local tanto urbana (ciudades intermedias) como rural (comunidades aymaras y quechuas) a partir de una perspectiva de búsqueda de mejoramiento integral de la calidad de vida.
- La oferta informativa noticiosa de estas radios populares se estructura con la participación de diversos actores sociales e institucionales, fuentes de información y líderes de opinión del municipio en torno a enfoques que promueven el ejercicio ciudadano: cumplimiento y respeto de las leyes, defensa de los Derechos Humanos, lucha contra la corrupción, promoción del desarrollo humano y protección y conservación del medio ambiente. Directamente relacionada con esta oferta encontramos su estrategia comunicacional que se manifiesta en una clara intención de incidencia en la opinión pública y se concreta en un periodismo democrático y

ciudadano caracterizado por "dar a conocer el hecho o conflicto" de manera primordial con objetividad (imparcialidad, veracidad, claridad), "buscar la contraparte", ser fiscalizador (control social) y sensibilizador, promover el diálogo y "ayudar en la solución del conflicto".

- Como una de las manifestaciones de la participación ciudadana hallamos la participación radiofónica, que desde la óptica de los emisores (radialistas y reporteros populares) pretende en primera instancia fortalecer la democratización de la comunicación y, por lo tanto, la palabra pública como mecanismo de ejercicio de la ciudadanía y como justo derecho ciudadano permitiendo que los oyentes elaboren su mensaje, "se expresen como emisor", lo difundan perdiendo el miedo "con su propia voz" y, al escucharlo masivamente, "se sientan muy grandes". A través de la participación los ciudadanos y ciudadanas informan y denuncian, se escuchan y se hablan directamente en busca de un entendimiento que les permita construir una sociedad más democrática.

- Es contundente la participación que generan y permiten estas radios entre sus audiencias, las mismas que les asignan una utilidad práctica (difusión de mensajes) y simbólica (manifestación de sentimientos) expresada por medio de visitas a la radio y el envío de cartas.

- Los oyentes de las radios populares les asignan a éstas una utilidad primordialmente informativa que les favorece en el ejercicio de su ciudadanía llevándolos a movilizarse, organizarse, fiscalizar también por medio de estas radios, debatir públicamente, fortalecer sus instituciones y apoyar a sus autoridades con una clara visión de equidad de género, desarrollo humano y valoración de la identidad cultural. Este hecho se refuerza a partir de la audiencia masiva que estas radios logran en el área urbana de los municipios donde funcionan.

- En su trabajo de comunicación ciudadana, los radialistas y reporteros populares valoran una serie de ámbitos comunicativos complementarios entre los que resaltan la información-opinión, la participación radial del público y la producción radiofónica en un marco de comunicación educativa para el desarrollo. Para estos emisores, la información "de calidad" en su forma y contenido es un elemento fundamental para crear opinión y, así, poder participar "con voz y voto" en la conformación de esferas públicas (intereses, espacios e imágenes comunes) y en la gestación de compromisos conciudadanos. Por otra parte, la participación radial consiste no sólo en "dar la palabra a los que no la tienen" especialmente los sectores populares a los que se deben para que puedan expresar libremente su opinión, sino también en incentivar y motivar la participación como un derecho y mecanismo para hacer efectivo su "ser de ciudadanos". Finalmente, se debe trabajar hacia la producción planificada de programas con la utilización de diversos géneros, formatos y recursos radiales que faciliten y promuevan la participación activa y comprometida de la ciudadanía en la toma de decisiones que afectan su propio desarrollo.

De este modo, establecemos que el rol mediador de las radioemisoras populares constituido por su discurso radiofónico, oferta informativa noticiosa, incidencia en la opinión pública y la participación radial de los oyentes contribuye a que éstas se potencien como espacios públicos gestores de ciudadanías en ámbitos locales.

Algunas pautas investigativas

Una de las vetas más ricas para estudiar lo popular hoy se encuentra en las relaciones constitutivas entre comunicación, cultura y política, que nos permiten soñar y

configurar escenarios propicios para la democratización de la sociedad a partir de la revalorización del derecho a la comunicación.

Precisamente, el eje que nos sirve de puente articulador en este cometido es el de la gestación de ciudadanías. Especialmente en Latinoamérica donde no se reconoció y se menospreció la cultura política de estos pueblos "indígenas" y "populares" y, por si fuera poco, se vivió en la década de los años '70 y principios de los '80 una privación de sus derechos como seres humanos por parte de regímenes autoritarios-militares.

Si bien el tema de la construcción de ciudadanías está ligado, como lo pudimos comprobar en el estudio abordado en el presente artículo, al rol mediador de los medios masivos de comunicación especialmente los de perfil popular, no podemos descuidar el papel que juegan otras instancias sociales articuladas en y desde ámbitos locales, regionales, nacionales e, inclusive, internacionales.

En esta dirección, el abordaje comunicacional del tema de la construcción de ciudadanías supone el desarrollo de una imaginación metodológica capaz de combinar con rigurosidad y precisión, enfoques cuantitativos y cualitativos. Encontramos en estos últimos (por ejemplo, los debates de audiencia, las historias de vida, el debate grupal) una riqueza que debe ser explorada con mayor detenimiento. Por otro lado, la generación de teoría desde una perspectiva interdisciplinaria donde la comunicación se constituye en una pasarela de sentidos es un paso indiscutible como culminación del proceso investigativo, capaz de generar otras aproximaciones que confirmen, amplíen o refuten nuestros hallazgos.

Lo popular se constituye hoy en una de las vetas de exploración científica y de práctica profesional más ricas con la que contamos los comunicadores sociales comprometidos con la utopía de ver un mañana mejor para América Latina.

Bibliografía

- ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE EDUCACIÓN RADIOFÓNICA (ALER), Un nuevo horizonte teórico para la radio popular en América Latina, 1.ª ed., Quito, ALER, pp. 79.1996
- GARCÍA CANCLINI, Néstor; Las culturas populares en el capitalismo, La Habana, Ediciones Casa de las Américas, pp. 171.1981.
- LÓPEZ VIGIL, José Ignacio; Manual urgente para radialistas apasionados, 1.ª ed., Quito, AMARC, pp. 550.1997.
- REY, Germán; "Otras plazas para el encuentro" en AA.VV., Escenografías para el diálogo, 1.ª ed., Lima, Consejo de Educación de Adultos de América Latina (CEAAL) y Asociación de Comunicadores Sociales Calandria, pp. 19-48.1997
- ROMO GIL, María Cristina; Introducción al conocimiento y práctica de la radio, 1.ª ed., México D.F., ITESO, pp. 120.1987.
- RONCAGLILO, Rafael; "Libertad de expresión radiofónica", Revista Latinoamericana de Comunicación Chasqui, No.56, diciembre de 1996, pp. 48-51.1996
- KAPLÚN, Mario; Producción de programas de radio. El guión – la realización, 1.ª ed., Quito, CIESPAL, pp. 460.;1978; El comunicador popular, 1.ª ed., Quito, CIESPAL, pp. 263.1985
- MATA, María Cristina; Cómo conocer la audiencia de una emisora: los debates de audiencia, 1.ª ed., Quito, Cuadernos de Investigación No.4, ALER, pp. 103.1996.
- TAYLOR, Steven y BOGDAN, Robert; Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados, 1.ª reimpresión, Buenos Aires, Paidós, pp. 343.1990

Notas

¹ Término acuñado para designar a los medios que persiguen objetivos diferentes a los de servir en primer lugar a sus audiencias.

² Entendemos con Mario Kaplún (1978) a la educación radiofónica no sólo como "las emisiones especializadas que imparten alfabetización y difusión de conocimientos elementales, sino también a todas aquellas que procuran la transmisión de valores, la promoción humana, el desarrollo integral del hombre y de la comunidad; las que se proponen elevar el nivel de conciencia, estimular la reflexión y convertir a cada hombre en agente activo de la transformación de su medio natural, económico y social".

³ La investigación mencionada será publicada con el auspicio del Programa de Maestría en Comunicación y Desarrollo de la Universidad Andina Simón Bolívar – Oficina La Paz (erito@uasb.edu.bo).

⁴ Concebimos con Germán Rey (1997) al espacio público como lugar de participación social, "lugar de automediación de la sociedad civil con el Estado".